



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA  
CURSO DE LICENCIATURA EM GEOGRAFIA**

**GILVANDO RODRIGUES CHAVES**

**ANÁLISE SOCIOECONÔMICA E CULTURAL DA  
FEIRA LIVRE DO MUNICÍPIO DE REMÍGIO-PB**

**CAMPINA GRANDE – PB  
2011**

**GILVANDO RODRIGUES CHAVES**

**ANÁLISE SOCIOECONÔMICA E CULTURAL DA  
FEIRA LIVRE DO MUNICÍPIO DE REMÍGIO-PB**

Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura Plena em Geografia da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Licenciado em Geografia.

Orientador: Prof<sup>o</sup> Dr. Antonio Albuquerque da Costa

CAMPINA GRANDE – PB  
2011

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

C512a Chaves, Gilvando Rodrigues  
Análise Socioeconômica e Cultural da Feira Livre do  
Município de Remígio-PB [manuscrito]: / Gilvando  
Rodrigues Chaves. – 2011.  
105 f. : il. color.

Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Geografia) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de  
Educação, 2011.  
“Orientação: Prof. Dr. Antonio Albuquerque da Costa,  
Departamento de Geografia”.

1. Feira Livre 2. Comércio informal 3. Centralidade I.  
Título.

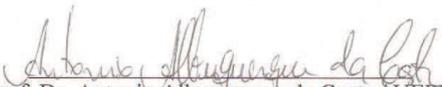
21. ed. CDD 381.18

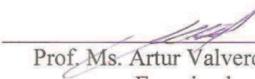
**GILVANDO RODRIGUES CHAVES**

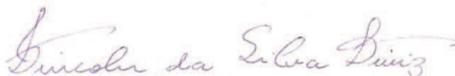
**ANÁLISE SOCIOECONÔMICA E CULTURAL DA FEIRA  
LIVRE DO MUNICÍPIO DE REMÍGIO-PB**

Monografia apresentada ao Curso de  
Licenciatura Plena em Geografia da  
Universidade Estadual da Paraíba, em  
cumprimento à exigência para obtenção do  
grau de Licenciado em Geografia.

Aprovada em 16/08/2011.

  
Prof. Dr. Antonio Albuquerque da Costa / UEPB  
Orientador

  
Prof. Ms. Artur Valverde / UEPB  
Examinador

  
Prof. Ms. Lincoln da Silva Diniz / UFCG  
Examinador

## DEDICATÓRIA

Primeiramente a Deus, aos meus pais João Rodrigues e Maria Leni, e a minha namorada Luana pelo incentivo e apoio durante este trabalho.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a DEUS, por ter me guiado na realização do curso e finalizado com êxito esse trabalho.

Agradeço a minha família, em especial aos meus pais, minha avó e meus irmãos por todo amor, apoio e incentivo.

A minha namorada Luana Vitória que de muitas formas me estimulou e ajudou com o material da pesquisa de campo para que fosse possível a concretização deste trabalho.

Aos amigos, feirantes e consumidores da feira livre de Remígio-PB que contribuíram com as informações prestadas e pelas trocas de conhecimentos.

A Universidade Estadual da Paraíba, ao Departamento de Geografia, a Coordenação do curso por ter me dado esta oportunidade especial e me recebido com carinho.

A todos os professores do Curso de Geografia da UEPB que contribuíram para a minha formação, sobretudo aos que gentilmente aceitaram a participar da banca examinadora, Prof. Ms. Artur Valverde e Prof. Ms. Lincoln da Silva Diniz.

Agradeço especialmente ao Prof. Dr. Antonio Albuquerque da Costa, pelo empenho e paciência na orientação, assim como, ter acreditado no meu esforço e trabalho.

Aos meus colegas de curso pela amizade verdadeira, pela alegre e tranqüila convivência durante esses quatro anos.

Enfim, a todos, que de alguma maneira direta ou indiretamente contribuíram para este sonho, O MEU MAIS PROFUNDO AGRADECIMENTO.

*Todos sabemos que cada dia que nasce é o primeiro para uns e será o último para outros e que, para a maioria, é só um dia mais.*

***José Saramago***

## RESUMO

CHAVES, Gilvando Rodrigues. **Análise Socioeconômica e Cultural da Feira Livre do Município de Remígio-PB**. 2011. Monografia (Graduação). Curso de Licenciatura Plena em Geografia. CEDUC/UEPB. Campina Grande-PB, 2011.

O presente trabalho teve como objetivo fazer uma análise da importância socioeconômica e cultural da feira livre do município de Remígio-PB no contexto das modernizações atuais, levando em consideração a centralidade urbana e rural exercida pela cidade, a periodicidade dos mercados e a dinâmica do circuito inferior da economia presente na feira, no período de 2001 a 2011. A feira realiza-se aos domingos e sempre esteve presente nesse espaço desde seu surgimento no final do século XIX. Atualmente, com a difusão dos meios de informação e do consumismo moderno, a feira vem se readaptando há algumas realidades ao mesmo tempo em que resiste há outras inovações. Assim, em meio a esse processo percebem-se algumas variáveis que refletem diretamente nos aspectos socioeconômicos e culturais. A pesquisa se desenvolveu a partir do levantamento de diversas fontes, nas quais abordam temáticas referentes a feiras livres, os mercados periódicos e os dos dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos. A partir da pesquisa constatou-se que a feira tem sido para o município o principal ponto de comercialização, socialização e ainda se apresenta como palco das manifestações culturais. Após a análise dos dados, buscou-se compreender como se constituem as várias relações existentes nesse espaço. Nesse sentido, verificaram-se várias características, entre elas as do circuito inferior. Diante do cenário, os resultados apontaram crise e perspectivas. Nesse contexto, constatou-se que a feira ainda contribui para a reprodução socioeconômica e cultural da população, mesmo diante das modernizações atuais e estando inserida no circuito inferior da economia urbana, ainda têm participação significativa no processo de organização do espaço remigense. As práticas econômicas, sociais, políticas e culturais desenvolvidas nesse espaço têm garantido a sobrevivência da sociedade local na contemporaneidade, sobretudo da classe menos favorecida que depende da feira livre.

**PALAVRAS-CHAVE:** Feira Livre. Socioeconômico. Cultural. Circuito Inferior.

## A B S T R A C T

CHAVES, Gilvando Rodrigues. **Socioeconomic and Cultural Analysis of the city street market in Remigio city PB.** 2011. Monograph (Graduation). Full Degree in Geography course. CEDUC / UEPB. Campina Grande-PB, 2011.

This study aimed to analyze the socioeconomic and cultural importance of the street market in the city of Remigio-PB in the current context of modernizations, taking into account the urban and rural centrality exercised by the city, the rhythm and the dynamic of markets and the lower circuit of the economy present at the street market in the period from 2001 to 2011. The street market takes place on Sundays and has always been present in this space since its inception in the end of the 19th century. Presently, with the spread of the media and modern consumerism, the fair has been readjusting itself to some realities while resists to others innovations. Thus, in the midst of this process we realize that there are some variables that reflect directly on the socioeconomic and cultural aspects. This research was developed from an uplifting on several sources, in which address themes regarding free markets, periodic markets and the two circuits of urban economy in underdeveloped countries. As of the research it has found that the fair has been to the city the main point of commercialization, socialization and still performs as a stage for cultural events. After analyzing the data, we sought to understand how to represent the various relations existing in that space. Therefore, we have noticed that there were several features, including those of the lower circle. Given the setting the results indicated crises and prospects. In this context, it has found that the fair also contributes to the socioeconomic and cultural reproduction of the population, even with the current modernization and being inserted into the lower circuit of the urban economy, they still have significant participation in the remigense process of organizing space. The economical, social, political and cultural practices developed in this space have ensured the survival of local society in the Contemporaneity, especially the less privileged class which depends on the free market.

**KEYWORDS:** Free Market. Socioeconomic. Cultural. Lower Circuit.

## LISTA DE FOTOS

<b>FOTO 1</b> –	Verduras e legumes oriundos do município e da Ceasa – CG.....	65
<b>FOTO 2</b> –	Setor das frutas e verduras conhecido como o mais movimentado.....	66
<b>FOTO 3</b> –	Carroceiros localizados em pontos estratégicos na feira.....	70
<b>FOTO 4</b> –	Forrozeiros animando o final a feira.....	83
<b>FOTO 5</b> –	Forma inadequada de comercialização de frangos abatidos.....	86

## LISTA DE IMAGENS

<b>IMAGEM 1</b> – Imagem da cidade de Remígio-PB.....	52
<b>IMAGEM 2</b> – Localização da feira livre da cidade de Remígio-PB.....	53
<b>IMAGEM 3</b> – Divisão do mercado público da cidade de Remígio-PB.....	54

## **LISTA DE QUADRO**

<b>QUADRO 1 –</b>	<b>Características dos dois circuitos da economia urbana.....</b>	<b>59</b>
-------------------	---	-----------

## LISTA DE TABELAS

<b>TABELA 1</b>	– Feiras livres das cidades próximas a Remígio-PB.....	48
<b>TABELA 2</b>	– Distribuição dos questionários quanto as atividades exercidas..	60
<b>TABELA 3</b>	– Outras feiras freqüentadas pelos feirantes.....	63
<b>TABELA 4</b>	– Outras atividades praticadas pelos feirantes.....	65
<b>TABELA 5</b>	– Valor do imposto pago pelo espaço ocupado.....	69
<b>TABELA 6</b>	– Situação ocupacional dos consumidores.....	73
<b>TABELA 7</b>	– Melhor período do ano para se vender na feira.....	77
<b>TABELA 8</b>	– Produtos que os consumidores mais compram na feira.....	78
<b>TABELA 9</b>	– Estabelecimentos onde os consumidores costumam comprar....	81
<b>TABELA 10</b>	– Aspectos da feira que mais atrai os entrevistados.....	83
<b>TABELA 11</b>	– Principais insatisfações citadas pelos entrevistados.....	85

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1</b>	–	População de Remígio-PB de 2001 à 2010.....	35
<b>GRÁFICO 2</b>	–	Permanência dos feirantes na atividade.....	62
<b>GRÁFICO 3</b>	–	Melhor feira durante durante o mês.....	68
<b>GRÁFICO 4</b>	–	Faixa etária dos consumidores.....	72
<b>GRÁFICO 5</b>	–	Razões para se comprar na feira.....	75
<b>GRÁFICO 6</b>	–	Análise dos preços na feira.....	76
<b>GRÁFICO 7</b>	–	Motivos pelos quais compram nos mesmos feirantes.....	79
<b>GRÁFICO 8</b>	–	Motivos pelos quais não compram nos mesmos feirantes.....	80
<b>GRÁFICO 9</b>	–	Principais fatores citados pelos consumidores.....	81
<b>GRÁFICO 10</b>	–	Problemas mais freqüentes que afeta os feirantes.....	88

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1</b> – Mapa da localização geográfica do município de Remígio-PB.....	30
<b>FIGURA 2</b> – Mapa da diversificação econômica e ambiental do município de Remígio-PB.....	33
<b>FIGURA 3</b> – Ilustração do primeiro mercado público de Remígio-PB.....	43
<b>FIGURA 4</b> – Segundo mercado público/data cívica, 17 de mai./1938.....	45

## LISTA DE SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
AESA	Agência Executiva de Gestão das Águas do Estado da Paraíba
BA	Estado da Bahia
CE	Estado do Ceará
FIEP	Federação das Indústrias do Estado do Paraíba
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDEME	Instituto de Desenvolvimento Municipal e Estadual
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IMEQ-PB	Instituto de Metrologia e Qualidade Industrial da Paraíba
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisa
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
NE	Nordeste
PB	Paraíba
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
SE	Estado de Sergipe
SECTMA	Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente
SSE	Su-Sudeste

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	16
2	<b>FEIRAS:</b> da origem a globalização.....	19
2.1	<b>MERCADOS PERIÓDICOS E OS DOIS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA:</b> uma abordagem teórico-conceitual.....	25
3	<b>CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE REMÍGIO-PB</b> .....	28
3.1	SÍNTESE GEOHISTÓRICA.....	28
3.2	LOCALIZAÇÃO E ACESSO.....	29
3.3	CARACTERÍSTICAS FÍSICAS.....	31
3.4	DIVERSIFICAÇÕES ECONÔMICAS E AMBIENTAIS.....	32
3.5	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS E SOCIOECONÔMICOS.....	35
4	<b>ANÁLISE SOCIOECONÔMICA E CULTURAL DA FEIRA LIVRE DO MUNICÍPIO DE REMÍGIO-PB</b> .....	39
4.1	PRODUÇÃO DO ESPAÇO REMIGENSE: passado e presente da feira livre .....	39
4.2	A INFLUÊNCIA DA FEIRA NA ORGANIZAÇÃO DO ESPAÇO URBANO.....	48
4.2.1	<b>Configuração Espacial da Feira Livre</b> .....	49
4.3	A REALIDADE DA FEIRA NO CONTEXTO DAS MODERNIZAÇÕES ATUAIS.....	57
4.3.1	<b>Perfil dos feirantes e a dinâmica do Circuito Inferior</b> .....	60
4.3.2	<b>Perfil dos consumidores</b> .....	71
4.3.3	<b>Crises e perspectivas da feira de 2001 a 2011</b> .....	84
5	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	93
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	97
	<b>APÊNDICES</b>	

## 1 INTRODUÇÃO

As Feiras são fenômenos econômicos, sociais e culturais muito antigos, e no Brasil estão presentes desde o Período Colonial. No interior do Nordeste elas ainda não desapareceram, mesmo sofrendo com as conseqüências das modernizações do atual período técnico-científico e informacional. Em muitos municípios da Paraíba ainda funcionam como principal fonte de abastecimento das cidades, além de serem considerados espaços de territorialidades e sociabilidades onde fluem as diversas manifestações locais.

Através da Geografia, que analisa o espaço, juntamente com o suporte das Ciências Sociais, este trabalho tem como finalidade promover melhor conhecimento em destaque (a feira livre). No campo da Geografia, serviram, sobretudo de base para as discussões dos aspectos socioeconômicos, políticos e culturais, a Geografia Urbana, Rural, Econômica, Política e Cultural que mesmo subdividida proporcionou a interpretação dos aspectos físicos e geográficos, simultaneamente.

O espaço da pesquisa está localizado em uma área de transição entre as Microrregiões do Brejo e do Curimataú, porém o município de Remígio, conforme a classificação do IBGE (2011) encontra-se inserida na Microrregião do Curimataú Ocidental Paraibano. Devido a sua localização, existem algumas especificidades com relação aos outros municípios da região do Estado da Paraíba. Entre as particularidades pode se observar as diferenças nos aspectos físicos e geográficos, no qual os efeitos estão visíveis na forma de ocupação da terra (rural e urbana), na produção e no escoamento das mercadorias, nas classes sociais entre outras.

Foram vários os motivos que proporcionaram a decisão de abordar à temática dentro do universo acadêmico. Primeiramente, foi pelo fato da feira ser um fenômeno histórico, muito antigo e que ainda hoje está presente nas ruas da cidade em meio às modernidades. Segundo motivo foi buscar compreender porque em um pequeno espaço urbano, em curto período de tempo se desenvolvem relações econômicas, sociais e culturais tão fortes capazes de se consolidar como principal espaço de resistência de uma sociedade. E o terceiro motivo partiu da freqüente participação *in loco* e nas constantes observações empírica dos fatos ocorridas na feira durante uma década. Acontecimentos esses que, embora sejam irrelevantes para alguns, mas que são de extrema importância econômica, social, política e cultural para o município de Remígio-PB.

O objetivo dessa pesquisa foi analisar a importância dos aspectos socioeconômico e cultural da feira livre de Remígio-PB no contexto das modernizações atuais. E para interpretar

melhor estes aspectos levou-se em consideração a centralidade urbana e rural exercida pela cidade, a periodicidade dos mercados e a dinâmica do circuito inferior da economia urbana em um recorte temporal que abrange o período de 2001 a 2011. Compreender este pequeno espaço onde se desenvolvem tantas relações torna-se importante para comprovar algumas hipóteses e refletir sobre algumas indagações.

Assim, as hipóteses formuladas foram:

- A feira realmente consegue se caracterizar como espaço de resistências em meio às modernizações atuais impostas pela revolução tecnológica.
- Em função de alguns problemas (comuns em feiras livres) a feira sente-se ameaçada pela exigência do consumo moderno e pelo crescimento dos supermercados, frigoríficos e outros estabelecimentos modernos.
- Levando em consideração o contexto socioeconômico e cultural local, a centralidade urbana/rural, a periodicidade e a dinâmica do circuito inferior da economia presentes na feira, na atualidade são extremamente relevantes para a população de Remígio.
- Há por parte dos órgãos públicos ou municipal uma atuação favorável, a favor do desenvolvimento socioeconômico e cultural com políticas permanentes que contempla, aperfeiçoa e assegura os direitos e deveres dos feirantes e consumidores.

A produção dessa pesquisa partiu através das combinações do conhecimento empírico, e do trabalho de campo. Foi aplicado como preponderância o Método Dialético onde se pode fazer uma interpretação mais dinâmica e totalizante da realidade local, considerando a importância socioeconômica e cultural da feira para o município. Esse método condiciona ao diálogo e ao questionamento, fazendo com que o fenômeno possa ser compreendido e explicado, tanto na sua totalidade, quanto nas contradições inerente ao espaço. Também foi considerado aspectos da pesquisa descritiva, quantitativa e qualitativa através do Método Indutivo, onde a forma de conhecimento por meio das observações juntamente com a interpretação dos dados aplicados no campo serviram para o fortalecimento dos enfoques.

Foram utilizadas fontes diversificadas na pesquisa, entre elas: obras de autores renomados, tese, monografia, artigos, sites específicos com a finalidade de compreender o universo dos trabalhos teóricos desenvolvidos na Geografia e nas Ciências Sociais. As leituras e análises das fontes levantadas fizeram parte do procedimento metodológico com intenção de expor as diferentes interpretações dando respaldo ao fenômeno da feira livre.

Para analisar e entender alguns dos aspectos sociais, econômicos e culturais da feira, foram aplicados 92 questionários, nos quais tiveram a finalidade de mostrar o perfil dos consumidores e feirantes. Desses questionários, 42 foram destinados aos feirantes e distribuídos pelos quatro setores considerados os mais importantes da feira, no qual a amostragem foi de 14% do total de feirantes cadastrados em 2010. Já os 50 questionários foram aplicados aos consumidores e também distribuídos de forma que abrangesse todos os setores da feira, mas não se teve uma amostragem exata. Mesmo assim, a amostragem da pesquisa foi determinada de acordo com a necessidade de investigação do fenômeno. Dessa forma a delimitação da amostragem foi considerável, as informações coletadas foram importantes servindo de suporte para os referenciais obtido anteriormente. E como suporte, de acordo com as observações *in loco*, foram realizadas registros fotográficos e filmagens da área em estudo, buscando retratar como se desenvolve as relações socioeconômicas e culturais na feira livre de Remígio-PB.

O início do trabalho faz uma retrospectiva sobre as feiras da origem a globalização, mostrando a importância do seu papel econômico, social e cultural; logo após é feita uma abordagem teórica e conceitual sobre A Rede de Localidades Centrais nos Países Subdesenvolvidos e os Dois Circuitos da Economia Urbana. Em seguida, destacou-se a caracterização histórica e geográfica do município de Remígio, considerando os aspectos geohistórico, localização e acesso, características físicas, diversificações econômicas e ambientais e os aspectos demográficos e socioeconômicos. Na terceira parte analisou-se a importância Socioeconômica e Cultural da Feira Livre do Município de Remígio-PB; explanando o presente e o passado da feira, a periodicidade e a configuração espacial, a sua realidade no contexto das modernizações atuais, além de mostrar a dinâmica do circuito inferior da feira de 2001 a 2011.

## 2 FEIRAS: da origem à globalização

Inúmeras pesquisas fazem referências às feiras livres, mas poucas apresentam à temática considerando a totalidade das relações econômicas, sociais e culturais. Sendo assim, a discussão do fenômeno terá como bases teóricas, diferentes abordagens que explicam as feiras da origem à globalização, e como suporte, teorias renomadas como as das localidades centrais e a dos dois circuitos desenvolvida em países emergentes que abordam a influência dos centros locais e da economia urbana.

A princípio para se compreender o fenômeno, Silva (2006, p.24) descreve que a feira “apresenta-se como um tecido venoso por onde afluem valores sócio-culturais e preceitos econômicos e ideológicos”. Essas por sua vez são fenômenos socioeconômicos e culturais muito antigos. Desde o momento em que o ser humano deixou de ser nômade e fixou-se sobre a Terra domesticando os animais e criando a agricultura surgiram os primeiros registros das trocas de utensílios e mercadorias. As sociedades antigas começaram a produzir de forma regular formando excedente de produtos em pequena escala. Foi a partir daí, que surgiu a necessidade de comercializar as mercadorias, expandindo as atividades através das trocas e vendas de produtos em diversos lugares (SILVA, 2006).

As primeiras referências sobre as feiras estão relacionadas diretamente ao caráter comercial, e já havia sinais de feiras no período em que Jesus Cristo vivia na Terra. Verificava -se já naquele período histórico, a presença dos mercadores de diferentes lugares no templo: vendedores de pombos, bancos, cambistas e outros (JOÃO, 2:14-16).

Na Grécia e em Roma as feiras apresentavam implicações de ordem públicas e já se estabelecia regras para a sua criação e funcionamento dependendo da garantia e intervenção do Estado (LIMA e SAMPAIO, 2009). Enquanto no Feudalismo a base da economia era agrária, e a agricultura desempenhava a principal atividade geradora de riqueza social naquele momento. Nesse contexto, mesmo sendo poucos os intercâmbios de mercadorias, essas transações foram se efetuando em mercados semanais nos mosteiros, nos castelos ou nas cidades mais próximas, porém exerciam uma atividade importante nos espaços onde se desenvolviam (HUBERMAN, 1976). Nesse período era muito complicado exercer o intercâmbio de mercadorias, e para que essa atividade ocorresse da melhor maneira possível Azevedo e Alves (2010, p.143) ressalta que

[...] as feiras foram apoiadas pelos senhores feudais e pelos reis. Em troca do recebimento de impostos, permitiam o livre trânsito e davam proteção pessoal aos feirantes e as mercadorias dos mesmos contra assaltantes e outros meliantes da época.

Costa e Cleps (2003) dizem que o surgimento das feiras foi especialmente impulsionado pelas Cruzadas que tinha como objetivo suprir as necessidades dos comerciantes e viajantes que buscavam uma atividade comercial, tornando-se verdadeiramente importante a partir do século XI. Daí em diante as feiras foram sempre aumentando e se consolidando. Pode-se perceber esse fenômeno através das cidades italianas como: Veneza, Genova, Florença e Pisa que se destacaram na Europa por apresentarem uma localização ideal o que facilitava a chegada e o escoamento da produção, caracterizando-as como importantes entrepostos comerciais.

Com o fim do Feudalismo e o início do Capitalismo as feiras ganharam ainda mais importância econômica, social e cultural, embora permanecesse com as mesmas características medievais. De acordo com Lima e Sampaio (2009, p.7) “as feiras atravessaram os tempos, adaptando-se a cada sociedade, tipos de economias, sobrevivendo a entraves como poderio centralizador, limitações para sua efetividade, entre outros”.

No Brasil as feiras surgiram desde a época da colonização portuguesa. No Período Colonial, a população sentia a necessidade de comercializar vários gêneros tropicais, metais preciosos e produtos das mais variadas espécies. Dessa forma as pessoas se reuniam em locais pré-determinados durante certo período para suprir suas necessidades comerciais, mais também realizar atividades socioculturais. Foi assim que as feiras livres no Brasil se consolidaram como uma das mais antigas e tradicionais formas de comércio, lazer, e, sobretudo, como centros de sociabilidade das cidades.

Por muito tempo essas feiras eram praticadas em locais inadequados, pelo fato de não ter uma legislação clara que regulamentasse o seu funcionamento. Coutinho *et al*, (2006, p.2) descreve que

O comércio era informal, até que em 1771, o Marquês do Lavradio, 3º Vice Rei do Brasil, criou a primeira lei que visou regularizar a atividade e autorizou o funcionamento dos mercados de alimentos nas ruas. A partir de então, este comércio adquiriu as atuais características de feira livre. Em 1904, através do decreto nº 997, as feiras foram reconhecidas formalmente pela administração pública, autorizando o seu funcionamento aos sábados, domingos e feriados.

Constata-se que no Brasil as primeiras feiras se desenvolveram no litoral ou próxima de locais onde havia maior fluxo de pessoas. Aos poucos essas feiras foram se espalhando

pelo interior do Nordeste, ganhando destaque através do gado e do algodão. Na atualidade, em muitas regiões do país, elas são o principal, e às vezes o único local polarizador do circuito comercial. Mesmo tendo feiras em outras regiões do Brasil, é no Nordeste que elas se integram com maior intensidade, exercendo uma importância maior para a economia da região. Várias cidades nordestinas como Feira de Santana-BA, Itabaiana-SE, Quixadá-CE, Campina Grande-PB entre outras, surgiram ou se desenvolveram a partir das atividades comerciais provenientes desde o Período Colonial até os dias atuais (SILVA *et al*, 2010).

Conforme já argumentado, as feiras livres no Brasil vêm desde a colonização portuguesa, e na Paraíba, esse fenômeno não poderia ser diferente. As feiras livres vêm acompanhando e fazendo parte de toda a história do território.

Câmara *apud* Costa (2003, p. 102) relata que “entre as décadas de 1840-1850 a feira de Campina Grande encontrava-se em declínio, enquanto as feiras de Brejo de Areia e Mamanguape se apresentavam como as mais importantes da província da Paraíba”. Percebe-se que nesse período, não só a cidade de Campina Grande, mas outras cidades e vilas localizadas em diferentes regiões do Estado, também dispunham de feiras livres ou de mercados.

Atualmente na região do Agreste paraibano em praticamente quase todos os municípios existem mercados ou feiras livres. Por causa da sua importância socioeconômica, determinadas cidades tiveram seu processo de urbanização acelerado em consequência das atividades comerciais permanentes e periódicas. Silva *et al* (2009) revela que de acordo com o seu desenvolvimento e a dinâmica assumida pela feira, alguns centros urbanos surgem em decorrência de seu papel comercial, e pode chegar até mesmo a desaparecer devido ao fracasso comercial.

Na Paraíba, as feiras livres das pequenas cidades são o único espaço de comercialização dos bens produzidos no município e dos arredores. Esses produtos são destinados a atender as necessidades da população local, garantindo dessa forma tanto o escoamento da produção agrícola quanto das pequenas indústrias, tornando-se a principal fonte de abastecimento da cidade. Essa forma de produção e comercialização se torna a fonte de sobrevivência para a população de baixa renda. Por isso, é importante para os municípios não só a atividade econômica, mas também as infinitas relações que se desenvolvem no espaço da feira ou do mercado.

Coutinho *et al* (2006) destaca a feira livre como um pequeno espaço panorâmico onde está centrado os aspectos socioeconômico e cultural das cidades brasileiras. Nesse pequeno espaço sempre evoluíram e desenvolveram as relações entre a cidade e o campo, seja através

da representação socioeconômica ou político-cultural. Na contemporaneidade com todas as idéias de modernizações, estas relações não deixaram de existir, pelo contrário, constitui a cada dia a base da vida social da população local. Por isso, ainda hoje as feiras são de grande importância, mesmo sofrendo as influências da modernidade esse modelo “primitivo” de comercialização e socialização ainda resiste.

Apesar dos tempos modernos e dos contratempos que elas causam nas cidades, elas não desaparecem (Azevedo e Alves, 2010), e ainda apresentam suas funcionalidades garantindo seu lugar nas ruas das cidades em todo o Brasil, pois as feiras representam uma forma democrática, onde todos são iguais, tratados com a mesma atenção e respeito. Portanto, de modo geral, pode-se dizer que nos espaços das feiras e dos mercados acontecem múltiplas relações.

Para Braudel *apud* Silva (2010, p.5-6) a feira é uma

[...] instituição fragmentada e articulada, fruto dos processos produtivos desenvolvidos pelos agentes sociais que, ao se apropriarem materialmente e simbolicamente dos espaços, evocam uma multiplicidade de territorialidades e sociabilidades.

Partindo dessa idéia, tanto as feiras como os mercados oferecem uma vasta possibilidade de análise e para poder compreender melhor a situação geográfica, buscou-se ampliar o conhecimento a respeito dos aspectos socioeconômicos e culturais, isso por ambos apresentarem infinitas situações de maneira mais visível no contexto das modernizações.

Nas feiras as relações sociais são visíveis e muito diferentes, podendo variar de lugar para lugar. Percebe-se essa relação quando há uma aproximação do vendedor com o comprador no momento da comercialização, e também na interface entre a vida urbana e rural, onde são caracterizados de acordo com seus diferentes valores e hábitos. No espaço das feiras sempre existem lugares onde as pessoas se reúnem para conversar, trocar e comercializar diferentes produtos, seja nas praças, mercados, terrenos baldios não importa a localização sempre vai haver um local com essa sociabilidade. É durante a feira que as relações humanas se anunciam com mais intensidade, se multiplicando, diversificando e renovando cada vez mais.

Tratando-se de feiras livres não se pode deixar de falar de cultura. Para Araújo (2006, p.99), a feira é como um patrimônio cultural, e à descreve da seguinte forma:

Consideramos a feira como um depositário de valores, expressões, tradições, transformações que resignificam a todo instante a memória dos que frequentam, na

tentativa de representar suas identidades, mesmo que de caráter múltiplo, variado, mas, sobretudo vista do âmbito da singularidade, enquanto identidade social, descrita através da memória coletiva.

No mundo contemporâneo, a divisão social do trabalho associada a diferentes culturas é ainda mais evidente nas aglomerações urbanas, seja na metrópole ou na cidade local. Santos (2009, p.327) retrata “as cidades como palco principal dos elementos sócio-culturais”. Nelas, ao mesmo tempo, estão presente a cultura de massa e a cultura popular. E afirma que

A cultura de massa é indiferente à ecologia social. Ela responde afirmativamente à vontade de uniformização e indiferenciação. A cultura popular tem raízes na terra em que se vive, simboliza o homem e seu entorno, encarna a vontade de enfrentar o futuro sem romper com o lugar, e alí obter a continuidade, através da mudança (SANTOS, 2009, p.327).

Diante de tal fato, as feiras livres e os mercados representam esse palco principal nas cidades, não se limitam apenas ao âmbito comercial constituindo uma ambiente de compras e venda, é muito mais do que isso. Neste sentido esses espaços são caracterizados pela sua diversidade simbólica. Como diz Andrade *et al* (2008) a feira é um retrato vivo das tradições nordestinas e um dos poucos lugares que pode proporcionar a conservação da real cultura popular. Na atualidade, diante do processo de modernização, as feiras se tornam interessante por resguardar os símbolos locais, servindo de referência no cotidiano da população urbana e rural. Isso significa dizer que as feiras livres ainda é o centro das inter-relações socioeconômicas e culturais no mundo contemporâneo.

Além da importância social e cultural as feiras também se destacam como espaços econômicos, como já foi exposto anteriormente. Portanto, abordar a importância que as feiras representam economicamente para as cidades é significativo para se compreender o fenômeno em conjunto. Observa-se que as feiras livres têm um caráter de absorver diferentes atividades em um espaço limitado, ou seja, é um verdadeiro museu da cultura local de curta periodicidade. Sendo assim, é geralmente nesta área onde se concentra os principais equipamentos de comércio e prestação de serviços das pequenas cidades interioranas.

É nesse contexto que na atualidade, as feiras ganham novos significados e com isso têm se diversificado ao máximo, possuindo desde produtos sofisticados até objetos da cultura local com o desígnio de atender as diferentes classes sociais. Do mesmo modo, as exigências do consumo moderno e o crescimento das redes de supermercados influenciam as feiras, ameaçando-as ou transformando-as através do modelo econômico vigente.

Algumas feiras no Nordeste vêm sofrendo significativas mudanças, entre elas a perda de importância para a sociedade local ocasionando a queda na circulação de pessoas e no volume de vendas, transferência no dia de sua realização, concorrência com os estabelecimentos mais modernos da região, entre outros problemas. Enquanto umas perdem sua importância, outras readaptam as normas do novo modelo econômico da contemporaneidade. A junção dessas conjunturas faz com que as feiras se adaptem ou resistam às novas realidades impostas pela globalização, mesmo que no futuro próximo desfrute ou sofra as consequências dessas adaptações.

Mesmo sofrendo essas influências atuais as feiras apresentam mecanismos de resistência e adaptação que as tornam específicas de cada lugar, pois como diz Santos (2009, p.337) “não existe um espaço global, mas, apenas, espaços da globalização”, ou seja, cada espaço tem suas especificidades se comportando de maneira diferente um dos outros. Deste modo, como o espaço é diferenciado, os fenômenos também ocorrem de maneira diferenciada. Sendo assim, a feira livre hoje pode ser uma representação do passado, ou seja, é uma rugosidade que ainda resiste às transformações do presente, e mesmo se transformando, busca de maneira significativa novas características para a sua continuidade no lugar. Em alguns lugares os efeitos da globalização ainda não chegaram com muita intensidade, e as mudanças ainda não são visíveis, e se são, demoram a acontecer por causa da resistência local.

Santos em *A Natureza do Espaço* cita as cidades como “o ponto de intersecção entre verticalidades e horizontalidades<sup>1</sup>”, para esta pesquisa, pode-se dizer que o ponto de intersecção entre as verticalidades e as horizontalidades é o espaço das feiras. O autor supracitado em outra obra, *Técnica, Espaço e Tempo* descreve que as “horizontalizações atuais são a condição e o resultado das novas condições de produção propriamente dita. E as verticalizações são o resultado das novas necessidades de intercâmbio e da regulação” (SANTOS, 1994, p.51). Portanto, são nesses espaços onde se apresentam de maneira mais visíveis os vetores que condicionam as forças centrípetas<sup>2</sup> e as forças centrífugas<sup>3</sup>, dando aos mesmos esta característica de “inércia dinâmica” (SANTOS, 2009).

---

<sup>1</sup>De acordo com Santos (2008, p.286), “as verticalidades são vetores de uma racionalidade superior a do discurso pragmáticos dos setores hegemônicos, criando um cotidiano obediente e disciplinado. As horizontalidades são tanto o lugar da finalidade imposta de fora, de longe e de cima, quanto o da contrafinalidade, localmente gerada. Elas são o teatro de um cotidiano conforme, mas não obrigatoriamente conformista e, simultaneamente, o lugar da cegueira e da descoberta, da complacência e da revolta”.

<sup>2</sup> São forças que “resultam do processo econômico e do processo social, e tanto podem estar subordinadas às regularidades do processo de produção, quanto às surpresas da intersubjetividade”(Ibid., p.286).

## 2.1 MERCADOS PERIÓDICOS E OS DOIS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA: uma abordagem teórico-conceitual

Ao analisar as Redes de Localidades Centrais nos Países Subdesenvolvidos, Corrêa (2005) menciona as redes dendríticas, os mercados periódicos e os dois circuitos da economia, discutindo como se comporta essas redes regionalmente. No Brasil, a distribuição de produtos e serviços da região Nordeste apresenta algumas características semelhantes à teoria formulada em 1933 por Walter Christaller<sup>4</sup>, mas com sua especificidade em relação aos países desenvolvidos.

O presente trabalho enfocará apenas dois modos de organização que caracterizam as redes de localidades centrais discutidas por Corrêa (2005) e que serão considerados na análise da atual pesquisa. O primeiro modo de organização são os mercados periódicos que serão tomados como base às feiras livres. O segundo modo está relacionado aos dois circuitos da economia urbana, em especial o circuito inferior, como define Santos (2008).

Sabe-se que toda cidade dispõe de um mercado onde se desenvolve as atividades comerciais através dos intercâmbios das mercadorias. Sendo assim, o primeiro modo de organização das localidades centrais leva em consideração o mercado local e suas interações. Corrêa (2005, p.49) ressalta que “os mercados periódicos constituem um dos modos como está estruturada a rede de localidades centrais nos países subdesenvolvidos”. E destaca que na região Nordeste, as feiras são invenções econômicas e culturais antigas designadas a realização das trocas regionais e que pelo fato de se realizarem em determinada ocasião chama-se de mercados periódicos (CORRÊA, 2005).

Assim, os mercados periódicos na Paraíba se caracterizam como feiras livres, e têm como objetivo exercer a comercialização e a troca de mercadorias em pequena escala abrangendo áreas limitadas, ou seja, em nível local ou regional. Esse nível local/regional pode ter seu alcance espacial máximo e mínimo ao mesmo tempo e variar de acordo com alguns fatores, sobretudo pelo grau de centralidade da localidade (CORRÊA, 2005).

---

<sup>3</sup> São consideradas como um fator de desagregação, quando retiram à região do seu próprio comando, a ser buscado fora e longe dali. As forças centrípetas conduzem a um processo de horizontalização, e as forças centrífugas conduzem a um processo de verticalização (Ibid., p.287).

<sup>4</sup> Corrêa (2005, p.41) descreve que segundo a proposição geral de Christaller, a diferenciação entre as localidades centrais traduz-se em uma região homogênea e desenvolvida economicamente, em uma nítida hierarquia simultaneamente pelo conjunto de bens e serviços, oferecidos pelos estabelecimentos do setor terciário e pela atuação espacial dos mesmos.

Dessa forma, a feira livre, espaço da principal forma de comercialização das cidades locais, acontece em dias específicos, geralmente uma vez por semana e de forma articulada com outras cidades. A área de influência muitas vezes ultrapassam os limites municipais, atraindo a população de baixo nível de consumo. No passado algumas localidades, mesmo com as dificuldades de deslocamento, alcançaram espacialmente maior centralidade dos bens e serviços que na atualidade. Hoje, a difusão das redes, dos circuitos de produção e da diversificação dos meios de transportes, facilita de certa forma a mobilidade das mercadorias e das populações entre as cidades e regiões, mas, mesmo assim, não descaracterizam algumas cidades como localidades centrais por causa do baixo poder de mobilidade da classe pobre. Para Souza (2003, p.61) a “mobilidade espacial é função da renda, e isso influencia decisivamente a maneira como a rede urbana é vivenciada e a própria estrutura da rede”.

A cidade local centraliza o comércio e os serviços de maneira reduzida em relação a outros centros de zona. Para essas localidades a influência na distribuição de bens e serviços especializados, geralmente é a mínima possível, porém pode variar de acordo com as características de cada lugar. De tal modo, a cidade se constitui como lugar polarizador, seja através das relações políticas, econômicas, sociais, culturais entre outros.

O modo de organização das redes de localidades centrais nos países subdesenvolvidos foi discutido por Santos (2008) através da teoria sobre os dois circuitos da economia urbana. Segundo o referido autor nos países subdesenvolvido a economia urbana se divide em dois circuitos econômicos. O Circuito Superior derivado da “modernização tecnológica” e o Circuito Inferior, “formado de atividades de pequena dimensão” (SANTOS, 2008, p.22), resultante do setor terciário e da informalidade. Os dois circuitos estão interligados através da classe média e um depende do outro formando dessa forma duas zonas de influência nas cidades com dimensões diferentes.

As relações dos dois circuitos na organização das localidades centrais atuam levando em consideração a hierarquia da rede urbana. Para que isso seja necessário também se deve considerar o alcance espacial máximo e o mínimo dos bens e serviços oferecidos pelas cidades. Para o circuito inferior o alcance espacial mínimo do comércio e dos serviços das cidades grandes e intermediárias apresenta-se de modo reduzido. Já para a cidade local o alcance espacial máximo é consideravelmente maior em relação aos outros níveis, levando em conta o circuito inferior. Pode-se observar esse fato através da abrangência da área que as feiras livres das cidades locais alcançam.

Com relação ao circuito superior, a cidade local não exerce nenhuma função considerável levando em consideração a cidade intermediária ou a metrópole que abrange seu

alcance espacial máximo (CORRÊA, 2005). De forma inversa ocorre com o alcance espacial das atividades do circuito inferior que no centro local destaca-se pelo alcance espacial máximo, enquanto que na cidade intermediária e na metrópole não extrapola os limites destas cidades.

Vale ressaltar que houve diversas pesquisas que contribuíram para o fortalecimento dessas teorias, mesmo assim, ainda buscam-se novas abordagens a respeito dos mercados urbanos (CORRÊA, 2005). Essa teoria de Santos (2008) é útil para a pesquisa em foco por mostrar situações desenvolvidas em países emergentes, com o propósito de explicar os fenômenos econômicos, sociais e culturais desenvolvidos nesses países no atual período de modernização tecnológica.

Levando em consideração o que foi exposto, verifica-se que na Paraíba as redes de localidades centrais podem ser representadas através dos mercados periódicos (as feiras livres), cujas atividades são marcadas pelas pequenas dimensões socioeconômicas, basicamente pelo circuito inferior. Mais adiante as abordagens possibilitarão entender como a centralidade, a periodicidade do mercado e o circuito inferior estão presentes na cidade de Remígio. Por se constituir como uma localidade central será analisado como se comporta as aspectos socioeconômicas e culturais existentes na feira livre (como mercado periódico), e do mesmo modo, compreender a dinâmica do circuito inferior da feira durante a primeira década do século XXI.

### 3 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE REMÍGIO-PB

#### 3.1 SÍNTESE GEOHISTÓRICA

Conforme as fontes adquiridas sobre o município de Remígio-PB (Projeto Remígio S.O.S. Seca; Remígio, Brejos e Carrascais; IBGE e a Enciclopédia dos Municípios Brasileiros), para compreender o início da sua formação histórica não se pode abandonar a participação dos índios. Isso faz com que, de certa forma, o município possua algumas características idênticas com a de outros municípios nordestinos.

Os primeiros habitantes do território, antes dos colonizadores, foram os índios potiguares que eram distribuídos em seis tabas, as que compunham o território do atual município eram as tabas de Jandaíra, Caxexa e Queimadas. Com a chegada dos colonizadores, essas tabas foram praticamente dizimadas e suas terras tomadas para a criação de gado (IBGE, 2010).

Não se sabe ao certo a data do início do desbravamento do seu território, supondo que se iniciou por volta do século XVII, provavelmente em 1672. Porém, somente em 1778 encontra-se o principal registro desse fato, quando Luiz Barbosa da Silva Freire, alferes no Rio Grande do Norte por motivos políticos com o governador da Província, foi obrigado a se retirar de suas terras, refugiando-se na propriedade Jardim. Essas terras pertenciam à Vila Real do Brejo de Areia, até então subordinada a Mamanguape e se estendia até a localização do atual município de Remígio e Algodão de Jandaíra. Remígio dos Reis genro de Luis Barbosa se estabeleceu em torno de uma das cinco lagoas existentes na Sesmaria das Lagoas, cujo nome era Lagoa dos Cajueiros. A partir desse momento com a apropriação das terras o local ficou conhecido como Lagoa do Remígio nome que perdurou até 1938.

Com a república, Lagoa do Remígio obteve um pequeno desenvolvimento, motivo pelo qual foi criado o distrito no ano de 1890 e a categoria de vila no dia 15 de novembro de 1938. Dezenove anos depois no dia 14 de março de 1957 pela Lei Estadual nº 1.667, foi aprovado o seu desmembramento do município de Areia, sendo oficializada em 31 de março de 1957 a data de sua emancipação política. Com sua emancipação política o município de Remígio ficou composto pela sede e o distrito de Algodão.

Em 29 de abril de 1994 o município de Remígio teve sua área reduzida de 398,31km<sup>2</sup> para 178,06 km<sup>2</sup> pela lei estadual nº 5.928, que criou o município de Algodão de Jandaíra

(IBGE, 2010). A divisão territorial atual é datada desde 15-07-1999, assim o município é composto apenas com a sede administrativa principal.

### 3.2 LOCALIZAÇÃO E ACESSO

O município de Remígio está localizado ao norte do Planalto da Borborema na mesorregião do Agreste Paraibano e microrregião do Curimataú Ocidental (**ver fig. 1**). Limita-se ao norte e a leste com o município de Areia, ao sul e a oeste com o município de Esperança, a noroeste com município de Algodão de Jandaíra e Pocinhos.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), o município possui uma área de 178,06 km<sup>2</sup> representando 0,3155% do território do Estado da Paraíba e 0,0021% de todo o território brasileiro. A sede se encontra entre as coordenadas geográficas 06°57' Sul e 35°30' Oeste de Greenwich. Com relação ao nível do mar, o município se encontra a aproximadamente 593 metros de altitude.

A cidade de Remígio está localizada a 132 km da Capital, João Pessoa e a 36 km de Campina Grande num entroncamento rodoviário onde se encontram três rodovias e várias estradas e rodagens que até então não são asfaltadas ou pavimentadas, caracterizando-a dessa forma como um nó de fluxos rodoviários.

Os principais acessos podem ser feitos pelas BR - 230, que através da BR - 104, liga Remígio a Campina Grande, João Pessoa e municípios do Curimataú. Remígio é também servida pelas PB - 079, conhecida como Anel do Brejo e a PB -105 que liga a cidade de Arara.

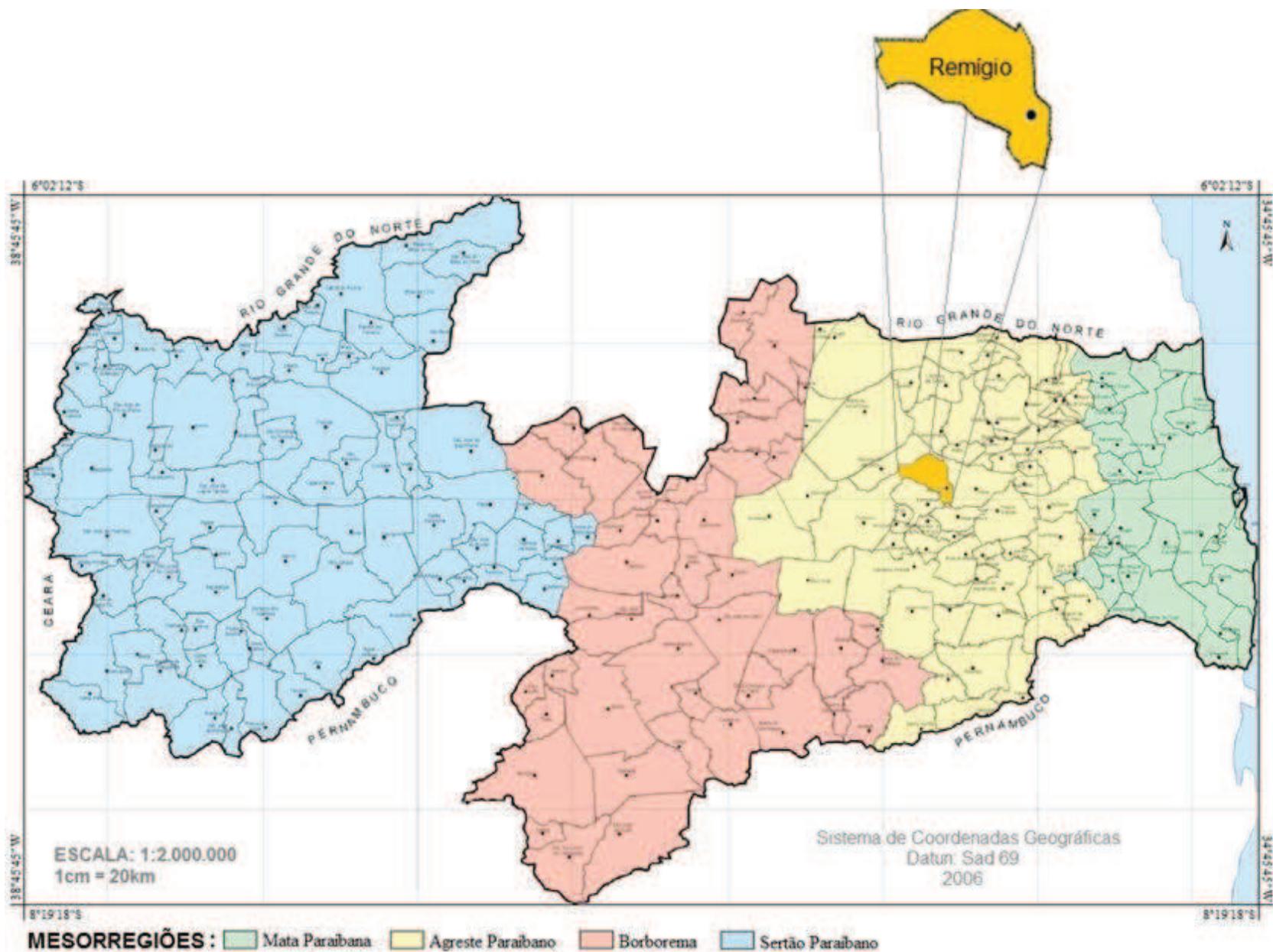


FIGURA 1: Mapa da localização geográfica do município de Remigio-PB.

Fonte: IBGE, 2000. Adaptado por Gilvando R. Chaves.

### 3.3 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

O relevo no município de Remígio é formado por pediplanos e maciços residuais, apresentam-se na sua maioria levemente ondulados, com exceção da parte Sul onde o relevo apresenta-se em forma de vales profundos e estreitos. O clima é tropical do tipo As' (quente e úmido), segundo a classificação de Köppen<sup>5</sup>. O clima meramente agradável sofre influência dos ventos alísios de SSE-NE e é representada por uma vegetação acaatingada, subcaducifólia e caducifoliada. Por situar-se em uma área de transição a vegetação é muito diferenciada (IBGE/IDEME, 2008). As terras do município são drenadas pelas bacias hidrográficas do rio Curimataú e do rio Mamanguape, sendo que a maior extensão situa-se nas terras banhadas pelo rio Mamanguape e seus afluentes.

O Projeto Remígio S.O.S. Seca (2004) divide o clima do município em três faixas mesoclimáticas bem distintos: a mesoclima úmido a sub-úmido (Brejo-Agreste), mesoclima sub-úmido a semiárido fraco (Agreste sub-úmido a Agreste seco) e o mesoclima semiárido (Curimataú). De acordo com a descrição do Projeto, o clima do município de Remígio pode-se relacionar de maneira reduzida com as três Mesorregiões Geográficas da Paraíba: Mata Paraibana, Agreste Paraibano e Borborema. Isso se dá por que seu território está situado em uma área de transição entre o Curimataú Ocidental e o Brejo Paraibano.

As precipitações anuais são variadas, com médias que podem oscilar entre 600 mm a 1400 mm anuais e as temperaturas médias ficam em torno dos 25°C, a máxima podendo chegar 40°C, com uma deficiência hídrica de 6 a 8 meses por ano na porção mais a oeste (PROJETO REMÍGIO S.O.S. SECA, 2004). Na parte ocidental na proximidade do Brejo a deficiência hídrica fica em torno de 4 meses seco.

Quanto a geologia, o município está situado na denominada Província da Borborema, constituída no Pré-Cambriano, no qual ocorrem unidades magmáticas, metamórficas e sedimentares que abrangem os terrenos Paraibanos (Geologia do Estado Paraíba - SECTMA/AESA, 2010). Os solos são do tipo areno-argilosos, argilosos, apresentam características rasas e pedregosas e oferecem as seguintes variações: litólicos, podzólico, regossolo eutrófico e distrófico distribuído de acordo com as faixas mesoclimáticas citadas acima.

---

<sup>5</sup> É o sistema de classificação global dos tipos climáticos mais utilizada em geografia, climatologia e ecologia. A classificação foi proposta em 1900 pelo climatologista alemão Wladimir Köppen, e é baseada no pressuposto, com origem na fitossociologia e na ecologia, de que a vegetação natural de cada grande região da Terra é essencialmente uma expressão do clima nela prevalecente.

### 3.4 DIVERSIFICAÇÕES ECONÔMICAS E AMBIENTAIS

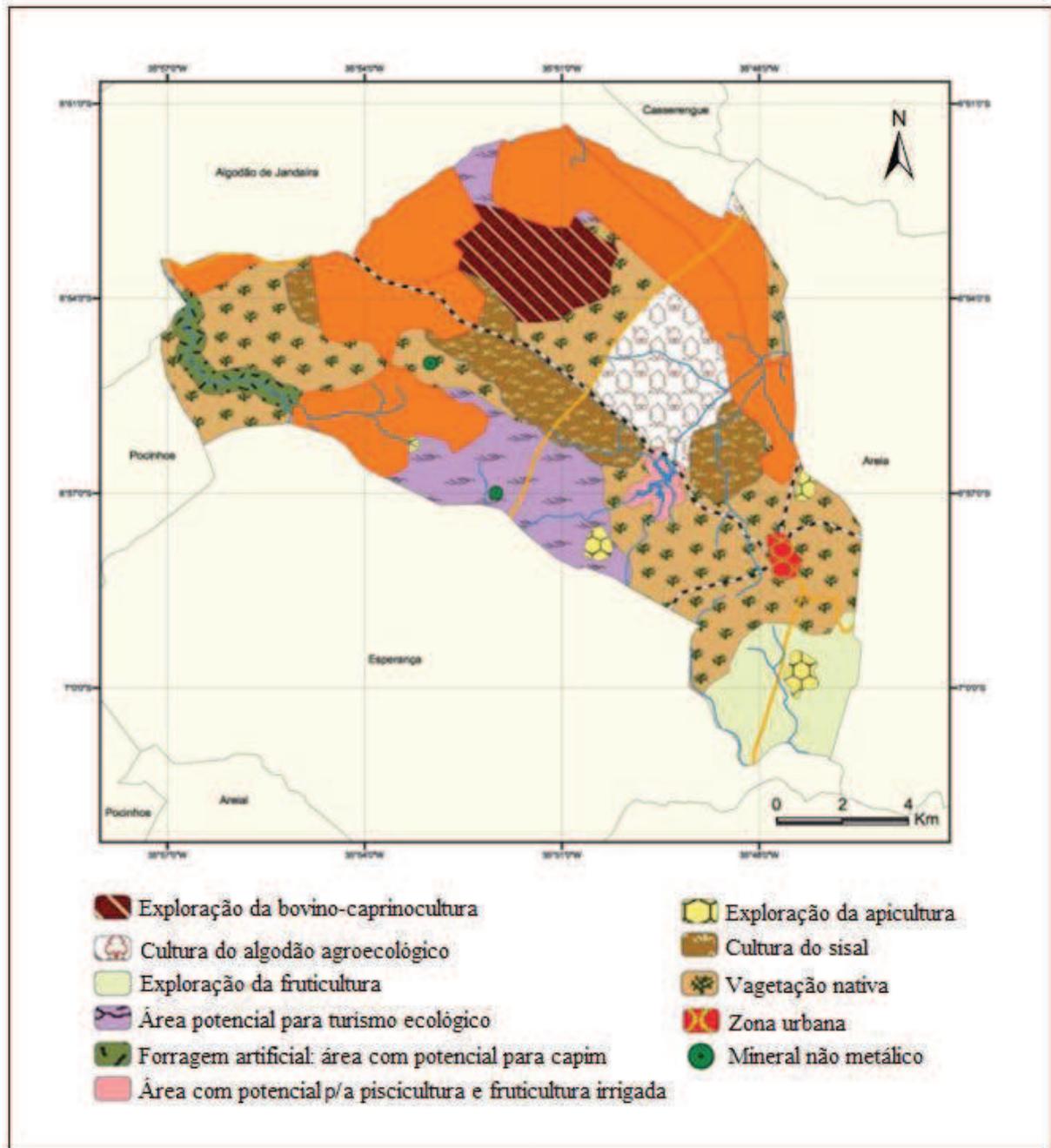
A mesorregião do Agreste Paraibano é caracterizada por apresentar em sua maior parte minifúndios<sup>6</sup> onde se desenvolve a agricultura familiar e/ou de subsistência responsável pela produção dos principais alimentos consumidos na região. De acordo com o Banco do Nordeste e o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA, 2010), esse tipo de produção é responsável pela ocupação de 82,9% da mão-de-obra disponível no campo. Essa ocupação da mão-de-obra está relacionada com a potencialidade que a região oferece na diversificação econômica e ambiental. Manoel Correia de Andrade se refere ao Agreste da seguinte forma:

*O Agreste, [...] é uma região de transição entre a Mata e o Sertão. Às vezes ele é bem característico em seus aspectos, mas em outras ocasiões pode ser confundido com a Mata em seus trechos mais úmidos e com o Sertão nos mais secos. [...] o Agreste, hoje, é mais agrícola que pecuarista, [...] é policultor e produz geralmente visando abastecimento do mercado interno [...] (ANDRADE, 2005, p.43).*

Essa é uma característica importante na configuração espacial regional. Por está localizado nesta região o município de Remígio se caracteriza exatamente de acordo com a descrição acima, apresentando minifúndios que assegura a agricultura de base familiar e uma diversidade paisagística importante, embora de maneira reduzida. Existem áreas secas e áreas mais úmidas. De acordo com o mapa da Federação das Indústrias do Estado do Paraíba (FIEP), é possível se observar a divisão de algumas das potencialidades que são desenvolvidas no município de Remígio-PB ( **ver fig. 2**).

---

<sup>6</sup>São propriedades fundiárias com mínima dimensão, em função de vários fatores entre eles a situação regional, econômica e a produtividade. O minifúndio está ligado, sobretudo à agricultura de subsistência e/ou familiar, com baixos conhecimentos e pouco acesso as tecnologias mais modernas de cultivo e criação.



**FIGURA 2: Mapa da diversificação econômica e ambiental do município de Remígio-PB.**

Fonte: FIEP. Adaptado por Gilvando R. Chaves.

Inserida no interflúvios dos rios Curimataú e Mamanguape, as terras situadas entre o sul e o leste são denominadas de Brejo sendo mais favorecida pelas chuvas e conta com uma produção mais diversificada, ou seja, uma policultura. Esta área é mais favorável ao cultivo de hortaliças e a fruticultura, destacando-se o cultivo da laranja e da banana, mas além dessas, outras frutas também são cultivadas como: coco, maracujá, acerola, mamão, caju e outros.

As terras situadas entre o norte e o oeste do município são denominadas de Curimataú, as precipitações são mais baixas e é onde se desenvolvem a cultura do sisal e a bovino-

caprinocultura. É nessa área onde há maior concentração de terra e onde a pecuária desde os primórdios esteve presente, contribuindo para a receita orçamentária do município. Esta atividade é relativamente desenvolvida de forma extensiva e sempre teve como maior destaque o rebanho bovino, participando efetivamente na economia do município com a comercialização de carne e de leite e seus derivados. De acordo com o último Censo Agropecuário (2007) a pecuária do município de Remígio teve como maior destaque o rebanho bovino com aproximadamente 5.142 unidades, seguido pela caprinocultura com 1.522 unidades e pela ovinocultura 1.396 unidades.

Já a faixa considerada como Agreste, no município de Remígio, é uma área de transição entre o Brejo e o Curimataú. Nesta faixa prevalecem os minifúndios onde se desenvolvem a maior parte da produção de grão do município oriundos principalmente da agricultura familiar. Nessa faixa o município presenciou vários ciclos econômicos, primeiramente com a pecuária, o fumo e o algodão, depois com feijão, milho, mandioca, fava, sisal, batatinha e outros que foram bastante significativos. Atualmente está se desenvolvendo de maneira significativa a cultura do algodão colorido agroecológico. A criação de aves também tem desempenhado um papel importante no orçamento familiar do pequeno produtor rural, o Censo Agropecuário (2007) registrou aproximadamente 11000 aves.

Segundo Andrade (2005, p.47), ainda descrevendo o Agreste, diz

[...] nas zonas mais favoráveis e onde a densidade demográfica é mais elevada, domina a agricultura. Naquelas em que o manto de decomposição das rochas é pouco espesso e a agricultura não pode desenvolver-se, domina a pecuária e é mais baixa a densidade demográfica.

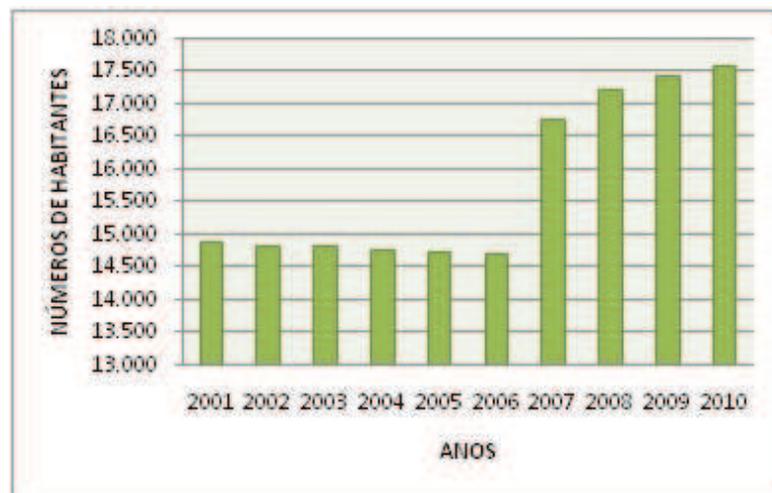
Como já mencionado, a pequena diferenciação do município ocasionada pelos fatores morfoclimáticos influenciam positivo e negativamente na organização espacial fazendo com que a área se torne susceptível a problemas socioeconômicos tanto na zona rural como na zona urbana.

A zona urbana, ou seja, a cidade é o local onde se concentra as habitações e os diversos equipamentos urbanos, como por exemplo, os estabelecimentos de gestão, comerciais, de serviços, as pequenas indústrias e outros. A presença dessas atividades nesse local encontra-se voltado para o atendimento da população rural e urbana da região. Segundo a FIEP (2010) essa área é adequada e está disponível para novos empreendimentos comerciais, habitacionais e outros.

### 3.5 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS E SOCIOECONÔMICOS

Expor alguns aspectos do município de Remígio é necessário para se compreender uma série de fatores organizacionais do espaço geográfico local. Através da observação *in loco* e de algumas fontes consultadas referente ao município será possível apresentar os aspectos demográficos e socioeconômicos.

Conforme já mencionado, em 1957 quando o município de Remígio se emancipou de Areia, contava com a sede e o distrito de Algodão de Jandaíra e tinha uma população de aproximadamente 13.606 habitantes. Em 1994 com o desmembramento do distrito de Algodão de Jandaíra, a população do município de Remígio passou a ser 14.695 habitantes (IBGE, 2000). Já em 2000, segundo o IBGE a população do município apresentou um respectivo crescimento em torno de 0,37% somando um total de 14.914 habitantes formando uma densidade demográfica de 83,76 hab/km<sup>2</sup>. Desse total 10.196 ou 68,37 % dos habitantes moravam na zona urbana e 4.718 ou 31,63% dos habitantes moravam na zona rural do município. Porém entre 2001 e 2006 houve uma pequena diminuição da população, tendo na seqüência, no ano de 2007, um aumento importante.



**GRÁFICO 1: População de Remígio-PB de 2001 à 2010**

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010).

De acordo com a representação gráfica, observa-se um crescimento considerável da população remigense nos últimos quatro anos dessa década. Em 2006 a população de Remígio era de 14.706, em 2007 a estimativa apontou para uma população de 16.748, nota-se um aumento considerável da população em aproximadamente 14% em apenas um ano.

Segundo as fontes, um dos motivos para esse crescimento foi a volta de algumas famílias que haviam migrado para outras regiões do Estado ou do país em décadas anteriores. Em 2008 de 17.203 habitantes, enquanto a estimativa para 2009 foi de 17.423 habitantes. Com o Censo Demográfico de 2010 os dados apontaram uma população de 17.582 habitantes com uma média de moradores por domicílio de 3,51 e uma taxa de crescimento anual média de 1,34% e densidade demográfica de 98,74 hab/km<sup>2</sup>.

A pequena oscilação da população de Remígio reflete o problema da migração campo/cidade e cidade/cidade. Esse fenômeno está relacionado ao processo de urbanização do Brasil que começou a se desenhar a partir da década de 40 e que ainda hoje se faz presente, impulsionado pela modernização capitalista. Tais mudanças são resultantes do período técnico-científico e informacional (SANTOS, 2009). A população rural migra para a sede municipal ou para cidades intermediárias da região, enquanto a população urbana geralmente busca melhores condições de vida nos grandes centros econômicos do país, principalmente na região Sudeste por oferecer a população maiores oportunidades de acesso a bens e serviços.

O Programa S.O.S Seca, (2004, p.114) apresenta que nas últimas décadas com as constantes secas, “fenômeno relativamente novo na história do município” vem agravando a situação do homem do campo, fator esse que faz aumentar a migração campo/cidade e cidade/cidade. Percebe-se que essa problemática acontece não só no município de Remígio, mas em todo o Nordeste. Como diz Andrade (2005, p.49), “a falta d’água é, inegavelmente, o mais sério problema enfrentado pela população agrestina [...] embora não a atinja em proporções tão acentuadas como no Sertão”. Além desse fator apontado por Andrade (2005), a falta de uma renda mensal garantida, ou seja, o desemprego também é outro fator determinante para a migração da população urbana, bem que nos últimos anos, segundo o IBGE (2011), vem se acentuando no Nordeste e na Paraíba.

Observa-se que a migração muitas vezes está relacionada com as condições do meio, mas também outros fatores contribuem para essa problemática. A concentração de terras, o modelo rústico das técnicas de trabalho, a necessidade de modernização do campo, a falta de políticas de incentivo e emprego, a crescente violência e insegurança que se concretiza na zona rural contribuem de forma decisiva para a migração. Esses fatores afetam direta ou indiretamente o agricultor que desmotivado, sem terra e sem condições de trabalho e com as precárias condições de vida que enfrentam procuram as cidades, onde no passado transformaram o município em um centro de migração. Isso acarreta um desequilíbrio social, modificando o sistema de produção local e dissolvendo os hábitos e tradições da população rural que ao se fixar na zona urbana sem condições suficientes para uma vida digna acabam

sofrendo as conseqüências dos problemas de ordem social e econômicos, originando muitas vezes outras migrações. As cidades locais dispõem de poucas oportunidades, dificultando assim, o aumento das possibilidades de reprodução social para a maioria dos habitantes.

Segundo dados do IBGE (2010) divulgado no Jornal Correio da Paraíba em 02-10-2010, na Paraíba 75% da população vivem nas cidades, essa população na sua maioria não disponibiliza de uma infraestrutura urbana e serviços básicos de saúde para sua sobrevivência. O Censo de 2010 apontou que 73,68% da população de Remígio mora na zona urbana e apenas 26,32% ainda reside na zona rural. Enquanto a população rural diminui a população urbana aumenta e com esse crescimento urbano aumenta os problemas ligados aos fatores socioeconômicos. Diante de tais problemas, vale ressaltar que mesmo migrando para a cidade, ainda existem agricultores que continuam trabalhando no campo, caracterizando-se assim, como população agrícola e também como população urbana, ou seja, “urbano-residentes” (Santos, 2008, p.91).

Em conseqüência desse aumento populacional, a cidade enfrenta um crescimento espacial considerável, ampliando cada vez mais a especulação imobiliária. Com isso, torna-se visível os problemas de acesso a terra, não só no campo, mas também na zona urbana. Esse fenômeno reflete diretamente na caracterização de algumas áreas, onde a classe pobre sem condição financeira para comprar sua residência acaba se fixando em locais desordenados formando vilas ou favelas. A diferença de renda da população é a principal causa, definidora da divisão socioespacial.

O processo de urbanização da cidade de Remígio começou a se desenvolver antes mesmo de sua emancipação. Segundo os dados obtidos, esse processo começou desde 1890 quando Remígio ganhou o status de distrito e, aumentou a partir de 1938 quando foi elevada a categoria de vila. A partir de então a sede municipal sofreu algumas transformações em seus aspectos estruturais, políticos, econômicos e socioculturais. Após seu desmembramento em 1957, a cidade modificou sua infraestrutura urbana imposta pelas mudanças ocorrida nas relações econômicas e na sociedade. Atualmente a sede municipal disponibiliza de uma infraestrutura básica que proporcionam a funcionalidade de serviços públicos e privados essenciais à população. A infraestrutura por básica que seja torna-se fundamental para a organização do espaço e através de suas características pode se constituir como uma referência para a sociedade local.

Diante das modernizações atuais, a saúde pública é um dos mais importantes indicadores sociais. O Nordeste evidencia seu subdesenvolvimento por apresentar um dos serviços de saneamento básico mais deficiente do Brasil, só ficando a frente da região Norte.

O saneamento básico compreende uma série de serviços que compete aos órgãos federais, estaduais e municipais a realizá-los, como por exemplo, rede de esgoto, abastecimento de água, drenagem urbana, coleta de lixo, limpeza pública etc. A deficiência do município nesse setor propicia riscos a saúde da população, aumentando as doenças e contaminando o meio ambiente local. Na cidade de Remígio o saneamento básico embora tenha demonstrado um crescimento nos últimos anos, ainda deixa a desejar.

Com o crescimento espacial da cidade, algumas ruas ainda não disponibilizam de um sistema de saneamento básico adequado a população. Segundo o IBGE/IDEME (2008) o município dispõe de 9 estabelecimentos de saúde, sendo 8 municipal e 1 estabelecimento de saúde privado. As unidades de assistência médico-sanitária municipais estão ativas e dispõem de ambulâncias e outros serviços básicos, o estabelecimento de saúde privado (hospital com 28 leitos) está desativado. Os atendimentos de emergência que antes se fazia no próprio município, hoje são encaminhados para as cidades vizinhas e principalmente para Campina Grande. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do município é de 0,612, considerado médio em relação aos demais municípios brasileiro de acordo com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD/2000). Esse indicador é resultante do cruzamento da renda per capita da taxa de analfabetismo e da expectativa de vida.

O analfabetismo e o baixo nível de escolaridade ainda proporcionam um quadro problemático em Remígio. Apesar das dificuldades, a educação está distribuída entre as escolas municipais, estaduais e particulares. Os docentes estão distribuídos da seguinte forma: 76,4% no ensino fundamental, 11,5% no infantil e 12% no médio. Em 2009 as escolas do nível fundamental tinham cerca de 3.259 alunos matriculados, as escolas infantis 546 alunos e as escolas de nível médio 813 alunos matriculados. Percebe-se que a predominância do ensino concentra-se em uma faixa etária dos discentes que varia de 10 a 15 anos no ensino fundamental. Convém destacar que em 2011 o total de alunos matriculados é superior ao ano de 2009 e 2010 (INEP, 2009).

Os indicadores acima possibilitam uma pequena compreensão de como se comporta a organização espacial do município. Mesmo com os problemas de ordem social e a diferenciação de classes sociais observam-se ainda relações entre os grupos. Essas relações entre duas realidades muitas vezes contrastantes são bastante significativas para poder entender como a sociedade local estrutura seu espaço. A análise desses aspectos aponta fatores positivos e negativos, que de maneira geral, pode-se dizer que as atividades políticas, sociais, culturais e principalmente econômicas influenciaram e/ou influência no desenvolvimento ou na estagnação do município de Remígio.

## 4 ANÁLISE SOCIOECONÔMICA E CULTURAL DA FEIRA LIVRE DO MUNICÍPIO DE REMÍGIO-PB

### 4.1 PRODUÇÃO DO ESPAÇO REMIGENSE: passado e presente da feira livre

A inexistência de uma referência mais aprofundada acerca da evolução histórica do município de Remígio delimitou o aprofundamento da pesquisa. Mas, alguns dados geo-históricos adquiridos, serviram de fonte para essa pesquisa pela abrangência de suas informações. Com base nesses dados juntamente com a narração verbal estabelecida no contato com alguns moradores, pode-se mostrar o início e a evolução do comércio e da feira livre no município de Remígio. A evolução desse processo está diretamente relacionada com a história do município, desde o seu primórdio até os dias atuais. Sendo assim, analisar o processo histórico é fundamental para se compreender a dinâmica das relações socioeconômicas e culturais desenvolvidas no passado e no presente.

A organização dos territórios, regiões e lugares são definidas por diversos aspectos. Cada um desses espaços teve sua organização de modo particular passando por um processo histórico. Portanto, diante da exposição dos acontecimentos que será feita a seguir, convém destacar algumas categorias geográfica<sup>7</sup> como região, território e lugar. É importante salientar que existem diversos pensamentos e perspectivas sobre a abordagem dessas categorias, então a noção de algumas dessas categorias se tornam interdisciplinar ultrapassando os limites do campo geográfico, sendo assim, utilizado por outras ciências. Mas, diante dos fatos, os conceitos terão uma abordagem geográfica mais próxima do enfoque que será levantado.

A produção do espaço remigense é resultado do conjunto das atividades humanas que se desenvolveram no território através da apropriação do meio, transformando-o de acordo com as suas necessidades. Então, entende-se aqui como produção, as atividades agrícolas, artesanais, comerciais, domésticas e outras que implicaram nas condições de vida da sociedade local. Dessa forma, pode-se fazer um breve resgate da origem da produção do espaço remigense e da globalização de sua reprodução.

Para Serafim (1992), Horácio de Almeida foi importante por ter resgatado algumas fatos históricos a respeito do Brejo Paraibano, e de acordo com seus conhecimentos se pode

---

<sup>7</sup> É o nome que se dá as diferentes divisões do espaço geográfico. Assim, o espaço geográfico está dividido em quatro categorias: lugar, território, região e paisagem.

compreender a ocupação e o desenvolvimento do território que compõe o atual município de Remígio.

Geralmente alguns autores associam a palavra território à idéia de território nacional. A visão de território feita pelo autor supracitado partiu da análise do espaço apropriado por um grupo social, onde todos estão integrados através das múltiplas relações ambientais, políticas, econômicas, sociais e culturais. Como diz Leal e Fonseca (2009, p.3), a “apropriação do território por um grupo é um processo gerador de raízes e identidades entre os indivíduos, e desse modo o grupo passa a não poder ser mais compreendido sem o seu território, base de sua história, cultura e sustentação”. Assim sendo, o território aqui ganha um sentido próprio.

Na medida em que o homem se sedentariza, buscando situar-se em locais onde as condições naturais existentes fossem favoráveis para o desenvolvimento das suas relações, começa a partir daí as profundas transformações no meio, originando uma nova configuração territorial. Foi deste modo que aconteceu com a chegada dos primeiros colonizadores no final do século XVIII na Sesmaria das Lagoas, hoje Remígio. Andrade (2005, p.153) afirma que “Aí se constituíram, nos primeiros tempos, grandes fazendas, uma vez que a propriedade doada em sesmaria tinha quase sempre três léguas de comprimento por uma de largura, ou seja, uma extensão superior a 10.000 hectares”.

Os registros do processo histórico do município de Remígio começaram a partir desse momento. Com a necessidade de se apropriar das terras devolutas a família Freire se apossou da área em torno das cinco lagoas existentes na sesmaria, começando dessa forma o primeiro ciclo econômico com a criação de gado. Remígio do Reis genro de Luis Barbosa da Silva Freire, construiu sua casa ao lado da “Lagoa dos Cajueiros” como era conhecida em tempos pretéritos. Essa lagoa localizava-se em um ponto estratégico, ponto de passagens dos tropeiros que iam e vinham do sertão ao litoral. Em pouco tempo a casa transformou-se em um rancho, servindo de descanso para os viajantes.

Por ser um lugar constituído por uma bifurcação de estradas e servindo de parada ideal para os tropeiros surgiram às primeiras acomodações, as primeiras trocas e comercializações das mercadorias, fazendo com que aos poucos ascendesse como um pequeno entreposto comercial. E um fator determinante que não se pôde desprezar, notado no início desse processo foi à pequena necessidade de consumo da população que habitavam nas sesmarias da região, embora o consumo fosse baixo, mas havia a necessidade de trocar e comercializar utensílios e mercadorias necessários a vida cotidiana.

Esse lugar tornou-se um espaço ideal, apropriável para a vida dos indivíduos. Carlos (2007, p.17) diz que “é no lugar que se desenvolvem a vida em todas as suas dimensões”. Já Santos (2009, p.56) ressalta que “a idade do lugar pode ser definida de maneira geográfica através da materialidade artificial imposta pela implantação das técnicas utilizadas no mesmo lugar”. O lugar está sempre inserido na discussão em torno do território, sendo assim, esse lugar pode ser considerado como uma parcela do território onde se desenvolveram as atividades dos grupos sociais que ali se fixaram.

Segundo as informações adquiridas, foi deste modo que o lugar começou a se desenvolver, contribuindo significativamente para a formação do primeiro núcleo habitacional em torno da lagoa, ficando conhecido daí por diante como Lagoa do Remígio ou Lagoas (SERAFIM, 1992).

No início do século XIX com a escassez da mão-de-obra escrava e as secas que castigavam o Sertão, muitas famílias migraram para a região do Brejo em busca de alimentos e trabalho, e sem forças para seguir adiante algumas se fixaram nas adjacências da lagoa aumentando o pequeno povoado (ALMEIDA, 1958). Esses retirantes forasteiros contribuíram para o surgimento dos minifúndios e da agricultura de subsistência com o cultivo de algodão, fumo, alguns grãos, criação de animais e mais adiante para o surgimento das pequenas atividades comerciais.

O surgimento dessa última atividade aconteceu devido ao excedente produzido e a uma diversificada população não agrícola que se concentrava a cada dia no local, por exemplo, carpinteiros, ferreiros, artesãos, missionários, tropeiros e outros que não representava uma população rural. Logo, a pequena divisão social do trabalho que se estabelecia na época resultava na organização do espaço.

Através desse contexto, criaram-se as condições necessárias que possibilitaram diferenciar a região de estudo<sup>8</sup> das demais regiões do Estado. Deste modo, a concepção dada a essa região nesse período histórico refere-se não só a diferenciação de uma área natural, mas de uma área organizada especificamente onde já era vista de maneira concreta, artificializada, originada da evolução entre as relações do homem com a natureza. Convém ressaltar que existem várias formas de conceituar uma região (CORRÊA, 2007). Região é um conceito complexo, porém, Santos (1985, p.66) diz que é “o *locus* de determinadas funções da sociedade total em um momento dado”.

---

<sup>8</sup> É uma região de transição ou contato entre o Brejo e o Curimataú que tem características próprias ou peculiares.

Assim, tomando como base à definição acima, na segunda metade do século XIX a região ainda desempenhava uma agricultura rudimentar de subsistência. Nessa agricultura de subsistência, a cultura do fumo e do algodão foram as que mais se destacaram junto com a pecuária extensiva. De acordo com Serafim (1992, p.178) “o tabaco foi uma cultura que teve a participação preponderante dos remigenses, ocupando toda área que marca a faixa de transição entre o brejo e agreste”.

Já Andrade (2005, p.157) diz que “o algodão operou, após meados do século XVIII, verdadeira revolução no Agreste”. Ainda de acordo com o autor, o algodão foi um dos principais produtos nordestinos e o único que enfrentou a cana-de-açúcar com algum êxito, na disputa às terras e aos braços (ANDRADE, 2005). A cultura algodoeira foi bastante significativa, desenvolvendo com mais expressividade na porção oeste/norte onde se localiza a maior parte das terras do município e que a predominância do clima é mais seco em relação a parte do brejo. A cotonicultura foi fundamental, mesmo sofrendo as conseqüências das pragas e dos fatores climáticos, ainda era uma cultura satisfatória em relação a cana-de-açúcar (ALMEIDA,1958). Por isso, essa cultura merece uma atenção especial pelo papel desempenhado na organização do espaço dos remigenses.

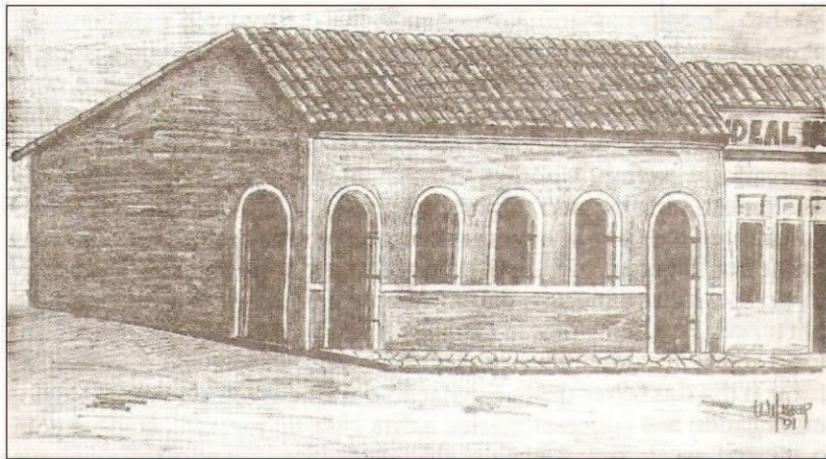
Só a partir da metade do século XIX, o algodão passou a ser uma das principais fontes de renda da população. Por ser um produto que pode ser cultivado em associação com outras lavouras de subsistência, serviu de prática comum na agricultura familiar facilitando seu desenvolvimento na região.

Em 1862, o município registrou a maior produção de algodão do Estado, com 18 mil arrobas, como se pode verificar no relatório do Presidente Francisco Araújo Lima (1861 – 1863): “ No município da cidade de Areia, o plantio da cana-de-açúcar é feito em grande escala. A colheita do algodão é calculada em 18.000 arrobas [...]. O município de Areia é importante por sua crescida população e riqueza” (SERAFIM, 1992, p.178-179).

Pode-se perceber um desenvolvimento da produção de algodão, fumo e da pecuária no povoado. Com o crescimento da produtividade e a dificuldade de deslocamento para a cidade de Areia, principalmente na estação chuvosa, a sociedade local sentiu a necessidade de armazenar e comercializar o excedente que produzia. Essa necessidade foi organizada pelos governantes locais, criando assim, condições para uma relação de exploração através da arrecadação dos tributos. Dessa forma foi determinado um lugar para a troca e a comercialização de alguns excedentes alimentícios, artesanatos e utensílios domésticos.

Foram esses os principais motivos que levaram a centralização da pequena atividade comercial, surgindo assim, aos domingos, à feira livre conhecida como “Feira da Povoação”.

A feira contribuiu para o surgimento do primeiro mercado público (**ver fig. 3**), iniciado pelo senhor Francisco Tonel de Albuquerque no ano de 1875 e inaugurado em 15 de novembro de 1878, onde ambos passaram a representar o centro das atividades comerciais na Lagoa do Remígio.



**FIGURA 3: Ilustração do primeiro mercado público de Remígio-PB.**

Fonte: SERAFIM, Péricles Vítório. Remígio, Brejos e Carrascais, 1992.

O mercado foi construído em um ponto estratégico nas mediações da feira e na bifurcação das estradas do Seridó, Sertão e Brejo. Neste local as relações foram se concentrando e servindo como principal ponto de convergência e divergências da sociedade. Diante de tal importância a feira passou a inspirar as disputas de poder local na medida em que estas relações foram sendo intensificadas pelo aumento da circulação de pessoas e mercadorias.

No final do século XIX e início do século XX, grande parte da enorme sesmaria tinha se transformado em minifúndios em volta do povoado. Como a influência do povoado tinha aumentado, por causa da feira livre e do mercado, Lagoa do Remígio em 1890 ganhou o status de distrito de Areia. Daí por diante com a decadência econômica da cultura canavieira no município de Areia, o distrito passou a desempenhar um papel mais significativo, surgindo como centro das atividades comerciais não só mais local (PROJETO REMÍGIO S.O.S. SECA, 2004). Nesse período a feira livre de Remígio ganha mais significação, para alguns era mais diversificada do que a feira da sede, e por isso alguns comerciantes preferiram transferir seus comércios de Areia para o distrito (SERAFIM, 1992).

Convém ressaltar que nessa época as atividades econômicas eram de acordo com as condições naturais oferecida pela região. As atividades se desenvolviam em faixas territoriais de acordo com as condições propícia tanto para a agricultura quanto ao criatório. No Brejo, por ser constituído um ambiente mais úmido, baseava-se na policultura, desenvolvida com técnicas rústicas de cultivo em áreas reduzidas, essas atividades agrícolas se estabelecia ao longo do ano e tinha como objetivo garantir a sobrevivência e o escoamento dos produtos para a feira local. Já na região de transição onde se concentra a maior parte das terras do município de Remígio, e o ambiente apresenta-se de forma mais aguda, dominava a criação de gado e a produção de seus derivados, como também a produção de sisal, mandioca e grãos.

Durante o período em que o município de Remígio foi distrito de Areia, houve crescimento espacial, socioeconômico e político-cultural impulsionados pelo pequeno desenvolvimento do comércio, da pecuária e da agricultura familiar. Esse crescimento fez surgir à expectativa de uma melhor qualidade de vida para a população, sobretudo a rural. Nesse momento já eram visíveis as diferenças de classes, proporcionados pelos desníveis dos salários entre os trabalhadores do campo e os da cidade, motivo esse, que aos poucos iam alimentando a migração campo/cidade. Também já se concretizavam as baixas remunerações, as precárias condições de trabalho e o desenvolvimento do setor informal.

Afora as atividades agropecuárias e comerciais [...] desenvolveu no final do século passado [...] uma atividade marginal que absorvia particularmente toda a comunidade, era o que hoje se chama a economia informal, e era representada pelo jogo do bicho, ou como chamavam: os jogos de parada (SERAFIM, 1992, p.186).

Com a chegada da República a feira encontrava-se em constante crescimento do ponto de vista comercial e absorvia várias mercadorias, entre elas, produtos manufaturados procedentes do litoral. A maior parte dessas mercadorias era transportada do Recife para a cidade de Campina Grande através da estrada de ferro, e depois eram comercializadas e conduzidas para a feira de Remígio pelos tropeiros, mercadores e aventureiros. Assim, a proximidade de compra e venda dos produtos na feira de Remígio fez com que a população local, principalmente rural, não se deslocasse para as cidades vizinhas. Como diz Santos (1985, p.43), “[...] as condições de circulação e distribuição se tornavam cada vez mais independentes de condições propriamente locais e cada vez mais dependentes de um nexos que escapava à comunidade”. Dessa forma, a área de influência da feira começa a se expandir por meio dos intercâmbios das mercadorias internas e externas trazidas e/ou levadas não só mais pelos tropeiros, mas pela população em geral.

A feira do distrito passou a ser o centro das interações, políticas, econômica e sociocultural. Serafim (1992) mostra que a feira da povoação sempre foi palco de várias lutas. E descreve uma delas da seguinte forma: “Na última feira da povoação de Lagoas, alguns feirantes rebelaram-se contra o pagamento dos impostos municipais e agrediram o cobrador, atirando-lhe facadas que felizmente não o atingiram” (SERAFIM, 1992, p. 182). Percebe-se que nesse período já se observava a insatisfação da população por causa dos altos impostos e taxações que eram cobrados.

Em 1929 o mercado público foi ampliado, mas, só no ano de 1938 quando o distrito passou a categoria de vila é que sua estrutura foi totalmente modificada, se constituindo assim como o segundo mercado público de Remígio (ver **fig. 4**). O objetivo do melhoramento da estrutura do mercado tinha como finalidade atender de maneira mais confortável os comerciantes e consumidores que exerciam suas atividades no lugar. Neste mesmo ano aconteceu a alteração toponímica do distrito de Lagoa do Remígio para simplesmente Remígio, alterado pelo decreto-lei estadual nº 1164, de 15-11-1938.



**FIGURA 4: Segundo mercado público/data cívica, 17 de mai./1938.**  
Fonte: SERAFIM, Péricles Vitório. Remígio, Brejos e Carrascais, 1992.

Como já mencionado anteriormente, a ausência de algumas informações e documentos precisos a respeito do desenvolvimento socioeconômico de Remígio enquanto povoado, distrito e vila pertencentes a Areia, deixa um pouco a desejar. Mas, como diz Serafim (1992, p.177) “torna-se difícil separar o que produzia Areia e o que produzia [...] Remígio cuja autonomia só veio a recorrer no ano de 1957, [...]”.

Depois de 19 anos com o status de vila, o município de Remígio adquiriu a independência administrativa, emancipando-se de Areia. A cidade passou ser o “centro de gestão do território” (SOUZA, 2003, p.28). A emancipação ocorreu no momento em que a economia tradicional entra num processo de retração, o setor econômico baseado na agricultura não reinava mais como antes, com a crise na produção origina-se um processo de decadência econômica no município. No campo, a pecuária, o algodão, o fumo perdeu sua importância e novas culturas foram implantadas no intuito de diversificar a produção local e gerar empregos, sustentabilidade ao pequeno agricultor, principalmente no período de seca quando o homem do campo não disponibiliza de mão-de-obra e outros meios. Mas mesmo assim, não foi suficiente para garantir totalmente a permanência da população rural. A base econômica já não era mais totalmente rural e os serviços começavam a se concentrar na cidade.

Em 1950, antes da sua emancipação política, a população que vivia na zona rural era de aproximadamente 90% do total, enquanto a urbana era de apenas 10% dos habitantes (PROJETO REMÍGIO S.O.S. SECA, 2004). Nessa mesma década, o Brasil que era um país agrícola torna-se também urbano e industrializado. Sendo assim, pouco mais de uma década depois do seu desmembramento, começou a se intensificar a migração da população estendendo-se até os dias atuais.

Com o processo de urbanização e o crescimento demográfico em que se encontrava evidenciava-se às desigualdades sociais, e, a cidade a partir desse momento começou a sofrer algumas transformações em seu aspecto espacial. Na medida em que a população crescia e começava a se concentrar na zona urbana foram surgindo novos comércios e serviços para satisfazer as necessidades das diferentes classes. Esse pequeno crescimento sempre esteve relacionado com o papel desempenhado pela feira, que até então supria a necessidade de consumo da população local, principalmente da população pobre.

Através da ideologia da modernização econômica que se desenvolvia no território nacional, a partir da década de 70, a região recebe novo significado. Agora, o conceito de região deve levar em consideração a influência do desenvolvimento técnico-científico-informacional. Dessa forma, com a mesma perspectiva o município ganhou novo sentido, assim, na cidade várias atividades comerciais e de serviços surgiram com a finalidade de corresponder as necessidades da sociedade local ou da região.

No ano de 1968 começou a ser construído na rua Cônego Rui Vieira um novo mercado público com dimensões espaciais maiores. Em 1971 na gestão do Prefeito José Bronzeado Sobrinho, o mercado velho que se localizava na Rua Flávio Ribeiro Coutinho foi demolido. O

novo mercado público só foi inaugurado em 1972. A feira, na qual sempre se desenvolveu ao lado dos mercados e juntos sempre desempenharam um papel relevante na formação do núcleo urbano, aos poucos foi se expandindo para as proximidades do novo mercado público.

Até meado da década de 90 a feira ainda apresentava dimensões espaciais menores em relação à primeira década do século XXI. Pela sua localização espacial e principalmente por exercer forte influência no comércio local, as atividades comerciais e de serviços começaram a centralizar nas ruas onde acontece a feira ou nas proximidades. A partir desse momento introduziram-se novas mudanças nas relações locais que serão discutidas a seguir.

Nos dois últimos decênios as transformações ocorridas no lugar da pesquisa, foi um reflexo das tendências da modernidade, impulsionada pela ideologia do crescimento econômico resultante do novo período técnico-científico e informacional. Onde antes as atividades econômicas na sua totalidade se realizavam em pequenas casas comerciais, armazém, mercearias, bodegas, padarias entre outras. Atualmente essas atividades na sua maioria foram e estão sendo cada vez mais modificadas, oferecendo bens e serviços através de modernos estabelecimentos: supermercados, drogarias, agências diversificadas e até mesmo lojas especializadas.

Através desta breve contextualização histórica pode-se observar que mesmo de forma implícita sempre houve intervenção política, tanto no presente quanto no passado na organização espacial do município de Remígio, principalmente a partir do século XX, com a introdução de novas ideologias desenvolvida pelo processo de modernização do país. As lutas que se desencadeou com o pequeno crescimento econômico durante o processo histórico do município, constataram que beneficiou grupos de privilegiados, ampliando as desigualdades de classes e conseqüentemente contribuindo de forma negativa para os problemas socioeconômicos e culturais que afeta a sociedade local.

Porém, é importante lembrar que durante a sua evolução o pequeno comércio e a feira livre sempre estiveram juntos contribuindo para a organização do espaço e se sofreram algumas alterações não foi possível descrevê-las no presente trabalho por falta de registros documentais. Mesmo assim, percebe-se que esse processo apresenta características próprias, fruto da organização espacial das sociedades que sempre estiveram presente no atual território do município de Remígio e, que se desenvolveram através do processo de trabalho e com a relação familiar que o chefe da família sempre exerceu na atividade produtiva, seja na pecuária, na agricultura ou no pequeno comércio. Essas atividades sempre foram e ainda é significativa para o crescimento socioeconômico e político-cultural da população local (PROJETO REMÍGIO S.O.S. SECA, 2004).

Embora alguns indicadores apontem fatores negativos que contribuíram para a estagnação econômica do município e da vida social local, observa-se mesmo assim, que alguns aspectos desempenharam um papel significativo para o surgimento, desde o povoado até a conquista de categoria de cidade. Como Santos (1982, p.71), descreve a cidade é a “[...] aglomeração capaz de responder às necessidades vitais mínimas, reais ou criadas de toda uma população, função esta que implica uma vida de relações”.

#### 4.2 A INFLUÊNCIA DA FEIRA NA ORGANIZAÇÃO DO ESPAÇO URBANO

Já se sabe que o termo cidade é considerado para designar o espaço urbano. No entanto, esse espaço urbano assume várias características e podem ser analisado de várias formas. Corrêa (1993, p.9) considera o espaço urbano contemporâneo como “fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, um conjunto de símbolos e campo de lutas”. Mais adiante o mesmo autor diz que a cidade oferece diferentes tipos de espaços, de acordo com a atividade dominante (CORRÊA, 1993).

Sendo assim, com diferentes características e objetividades as feiras livres sempre ocuparam os espaços urbanos atendendo a sociedade local/regional. Na região do Agreste paraibano é possível encontrar feiras livres e mercados durante todos os dias da semana (**ver tab. 1**). A periodicidade das feiras faz com que tanto os feirantes como os consumidores possam exercer suas atividades em dias diferentes e até no mesmo dia em várias cidades.

**TABELA 1**

**FEIRAS LIVRES DAS CIDADES PRÓXIMAS A REMÍGIO-PB**

LOCALIDADES	DÍAS DA SEMANA
Alagoa Nova	Sábado
Algodão de Jandaíra	Sexta-feira
Arara	Segunda-feira
Areia	Sábado
Barra de Sta. Rosa	Quinta-feira
Esperança	Sábado
Solânea	Sábado
<b>TOTAL</b>	<b>Sete feiras</b>

Fonte: Pesquisa de campo, Março/Abril de 2011.

Do mesmo modo, a cidade de Remígio dispõe semanalmente de um espaço para a comercialização: o mercado público e a feira livre, juntos formam um lugar que sempre foi e

ainda é tradicionalmente o principal ponto de comercialização da população. Através das observações *in loco* será possível expor várias características desse pequeno espaço, mas a finalidade é mostrar como a feira e o mercado estão organizados espacialmente no contexto urbano.

#### 4.2.1 Configuração Espacial da Feira

A feira de Remígio desde o seu surgimento acontece semanalmente aos domingos e, na atualidade ocupa sempre o mesmo lugar, em curto período de tempo. Durante esse período a feira abrange o mercado público e seus arredores, algumas ruas e calçadas do centro da cidade. Sua localização torna-se extremamente importante para o comércio local devido a facilidade de distribuição e circulação de mercadorias, pessoas e automóveis. A proximidade do comércio moderno faz com que haja mais praticidade para os consumidores, vendedores e os compradores.

Por ser considerada como uma cidade que centraliza localmente as atividades econômicas, a localização da feira ainda resiste os impactos da modernidade, e se torna até importante ao atrair para as suas imediações diferentes atividades, pois em alguns centros maiores, como por exemplo, Campina Grande a feira se transferiu das ruas centrais para as adjacências, articulado pelos agentes sociais em decorrência dos ideais modernos (COSTA, 2003). Nesse caso, por as feiras ocuparem os espaços públicos é comum que sofram essas modificações. A localização das atividades comerciais mais tradicionais, sempre esteve relacionada com os principais cruzamentos de fluxos, assim, a feira depende do encontro desses fluxos para o seu sucesso.

Na área de abrangência da feira estão distribuídas atividades comerciais e de serviços. Na última década com o desígnio de melhorar a organização e localização dos feirantes e consumidores (devido a grande variedade de produtos e o crescente número de bancos), a feira vem aumentando espacial, e já abrange a AV. Joaquim Cavalcante de Moraes e as Ruas Cônego Rui Vieira, João Antonio Cavalcante, Rosa Barboza Vitória, José Tomás Filho, Dadá Freire.

No entanto, seu espaço de influência não se restringe apenas a essas ruas, mas também a outras do centro da cidade, sobretudo as duas principais, a Flávio Ribeiro Coutinho e a João Pessoa. Em ambas estão concentrados os principais estabelecimentos representados pelos

mais tradicionais e os modernos, por exemplo: supermercados, farmácias, padarias, lojas de matérias de construção, móveis, eletroeletrônicos, confecções e magazines, papelarias, óticas, lan houses, mortuárias, lojas de roupas e sapatos, agências de viagens, comunicação, educação, gestão pública, saúde, transportes, agências bancárias e outros. Como diz Santos (2008), na atualidade o centro da cidade se redefiniu em função das características modernas, a compartimentação diferencia daquela da década de 90.

O fácil acesso, as proximidades dos estabelecimentos e das residências dinamizam a comercialização e a prestação de serviços para a população, por isso, o centro da cidade tende a centralizar essas atividades. Durante a semana nessa área as atividades se desenvolvem normalmente, enquanto nos domingos amplia-se à procura de bens e serviços disponíveis. Dessa forma, observa-se que no dia da feira ocorrem algumas mudanças na estrutura e na vida social local. Toma-se, por exemplo, nas proximidades da feira onde o trânsito fica agitado devido ao aumento da circulação de pessoas, carroças, animais e vários veículos estacionados nas ruas e avenidas em torno da área central da cidade, onde se localiza as atividades comerciais.

Quanto à feira livre de Remígio, por sua vez apresenta várias características. Uma das mais importantes é a sua compartimentação ou especialização funcional. A feira é subdividida em setores (**ver imag. 1, 2 e 3**). Os setores são distribuídos de acordo com os produtos a serem comercializados. Os principais são: o setor de roupas, calçados e acessórios em geral; o setor de frutas e verduras; o setor das carnes e peixes; o setor da farinha e grãos e outros setores de menores proporções como, por exemplo, os de utensílios domésticos e artesanatos em geral. Convém destacar que esse zoneamento da feira geralmente se faz de forma espontânea, não apresentando uma organização rígida combinada com a diversidade de mercadorias comercializadas. Mesmo os feirantes se localizando de acordo com os setores da feira, não impedem de se distribuírem em outros setores diferentes.

Percebe-se assim, certa coesão dos setores na feira. De acordo com Corrêa (1993, p.56) a coesão é o “movimento que levam as atividades a se localizarem juntas”. Mesmo alguns setores acolhendo atividades diferentes há uma harmonia espacial entre ambas. Tais características condicionam uma série de oportunidades e benefícios para os feirantes e consumidores na hora da comercialização, uma vez que a variedade de produtos existente em um pequeno espaço “pode induzir o consumidor a comprar outros bens que não faziam parte de seus propósitos” (CORRÊA, 1993, p.57). Observa-se que o mercado varejista da feira proporciona esse tipo de processo, exposto acima. A distribuição de certa atividade ocorre de

forma natural, principalmente a partir da experiência dos feirantes, através dessa experiência criam estratégia que acaba resultando em nova forma de reprodução econômica e social.

A autorização do funcionamento e organização da feira é feita pela administração pública local. Cabendo a Prefeitura Municipal e seus respectivos órgãos e secretarias administrá-la, fazendo a fiscalização e inspeção dos produtos, da organização, manutenção higiênico-sanitária, cobrança dos impostos, possíveis mudança no dia de funcionamento da feira quando necessário entre outros serviços.

Em relação à permissão para a comercialização na feira, não é muito difícil obter o local. A determinação do lugar para as negociações podem ser feito através da compra dos pontos, como é chamado pelos feirantes, ou através da autorização de novos locais legalizados pela Prefeitura, já que o feirante é obrigado a pagar imposto pelo ponto ou barraca durante as feiras que comercializar ou frequentar.



**IMAGEM 1: Imagem da cidade de Remígio-PB.**

Fonte: Google Earth, 2011. Adaptado por Gilvando R. Chaves



**IMAGEM 2: Localização da Feira Livre da cidade de Remígio-PB.**

Fonte: Google Earth, 2011. Adaptado por Gilvando R. Chaves



**IMAGEM 3:** Divisão do mercado público da cidade de Remígio-PB.

Fonte: Google Earth, 2011. Adaptado por Gilvando R. Chaves

Para se ter conhecimento da importância da feira como mercado periódico, Freire e Almeida (2005) analisando as estratégias e práticas de acesso ao mercado das famílias agricultoras do Agreste Paraibano, fazem um resumo da feira de Remígio, descrevendo da seguinte forma:

Como em tantas outras feiras espalhadas pelo Nordeste brasileiro, desde o raiar da madrugada, seja de carro, de caminhão ou mesmo a pé empurrando carrinhos-de-mão, os feirantes vão chegando um a um: homens e mulheres, agricultores e agricultoras, vindos de Remígio, das imediações ou de outras cidades. No chão ou em bancas, em carrinhos ou nas próprias mãos, os produtos vão sendo ordenados por setores, expostos e oferecidos aos consumidores. Sempre um convite a experimentar um novo sabor, a fruta fresca, aquela nativa, a verdura sem veneno, a farinha torrada, a carne seca, o queijo do sertão, as ervas da caatinga, o feijão macassa, o milho pontinha. A feira é o local onde se compram alimentos que fazem parte do cardápio cultural e os condimentos que dão à comida o tempero e o sabor regionais. Na feira, compram-se também galinha de capoeira, cabra amojada ou boi de cultivador. Compram-se carvão, estacas, palma forrageira ou algodão. Na feira, compram-se instrumentos de trabalho, roupas para festa, móveis para casa, utensílios de cozinha, material escolar dos filhos, CDs, tecidos, agulhas e linhas. Também a pé, a cavalo, de carro, moto ou ônibus, chegam os agricultores e agricultoras consumidores. Chegam de sacolas vazias, com a receita do médico na mão, com mudas de plantas de remédio ou de fruta, com cartas para parentes distantes, mas quase sempre chegam também trazendo ovos, galinhas de capoeira, bodes, jerimum, goma de tapioca, doces, cebolinha branca, macaíba, umbu, feijão de corda e milho verde para vender (FREIRE E ALMEIDA, 2005, p.2).

Sendo assim, a comercialização entre os feirantes e os consumidores na feira começa aproximadamente às 05h00min e vai até às 13h00min do domingo, mas a organização dos bancos se dá ao longo das ruas desde a tarde do sábado. Durante esse período é comum se observar a chegada das primeiras mercadorias a serem comercializadas. Essas mercadorias são procedentes da zona rural do próprio município, de cidades vizinhas e até mesmo de Campina Grande ou da região. Na madrugada do domingo os comerciantes começam a organizar os produtos, seja nos bancos, nas barracas e boxes ou nas casas comerciais, nesse momento verifica-se a intensa movimentação de mercadorias oriundas dos diversos lugares.

Na feira, cada feirante possui seu ponto fixo e ocupam semanalmente o mesmo espaço competindo ao mesmo à organização do espaço físico, respeitando a localização de cada um. Na primeira vista, observa-se a feira livre como um lugar desorganizado, mas logo se percebe a sua importância não só para a comercialização, mas para todas as relações existentes nesse lugar. Observa-se que as relações são mais do que comercial, são de amizade, descontração, lazer, informação, participação e muito mais.

Como na maioria das feiras livres espalhadas pelo Brasil a feira de Remígio é composta por bancos feitos de madeira coberto de lonas plásticas que pode variar de tamanho entre 2 a 6 metros de comprimento. Também se percebe a presença de bancos de ferro e zinco

no qual o próprio dono se encarrega pelo transporte em todas as feiras. As condições físicas dos bancos não são das melhores possíveis. Alguns bancos muitas vezes são improvisados e nos dias de chuva a feira se transforma em um caos. Mesmo assim, por ser de caráter temporário a estrutura é de fácil montagem e desmontagem, ao final da feira os bancos são guardados em garagens e no mercado público.

O mercado público envolve um quarteirão e é dividido em três pavimentos separados (**ver imag. 3**). Inaugurado em 1972, na atualidade sua estrutura está bastante danificada, mesmo assim, ainda serve como principal ponto de estocagem de produtos dos feirantes.

No que se refere a organização interna do mercado, pode-se observar que o primeiro pavimento é dividido em pequenos boxes, onde os comerciantes exercem diferentes atividades comerciais e de serviços. No segundo pavimento é onde se concentra o setor das carnes. Essa por sua vez também abrange a área externa entre o primeiro e o segundo pavimento. Já no terceiro pavimento na parte interna está a feira da farinha e dos grãos onde se comercializa farinha de mandioca, feijão, milho e seus derivados e na parte externa concentra-se a feira do peixe. No mercado também é possível encontrar uma variedade extraordinária de produtos vendidos no chão, em carroças e nas mãos pelos ambulantes. Ao lado do mercado concentram-se várias barracas de alvenaria onde se desenvolve uma diversidade de atividades ligadas ao comércio.

Realiza-se também nos domingos a feira do gado e, em uma área externa, por traz do mercado público a feira da “troca”. Este local é caracterizado por se praticar as trocas e a comercialização de produtos variados. Além da feira livre não se podia deixar de mencionar a importância da feira do gado. Esta feira, por sua vez, sempre esteve e manteve relações profundas desde o surgimento da feira livre do município.

A feira do gado não ocorre mais perto da feira livre como era no passado que acontecia por traz do mercado público, atualmente está localizado no bairro São Judas Tadeu um pouco mais afastado devido as condições higiênico-sanitária. Nesse local encontra-se uma população que exercem atividades rurais. São criadores que vendem, trocam e compram animais ou produtos especialmente desenvolvidos para atividades rurais. Atualmente os animais que são comercializados vêm na sua maioria das pequenas propriedades rurais do município ou dos arredores.

Através do contato verbal com comerciantes e criadores rurais foi constatado que a comercialização dos animais não reina mais como no passado, quando todo o comércio, sobretudo do gado da região acontecia na feira da cidade. De acordo com alguns criadores vários fatores contribuíram para essa estagnação, como as exigências das condições de

criação, a desativação do matadouro público, a facilidade do sistema de transporte facilitando o escoamento dos animais para outras feiras, e principalmente a concorrência da feira de Campina Grande, localizada no Parque de Exposição do Ligeiro.

Dessa forma, percebe-se que a feira livre de Remígio desempenha uma centralidade urbana/rural, ainda que periódica, mas muito importante para o município. Como se viu acima a feira exerce uma atividade econômica repleta de características socioculturais e históricas marcantes para a sociedade local. Por causa da feira percebe-se que a cidade aumenta em alguns aspectos suas características comuns de todos os dias, embora que seja de maneira menos visível comparando a algumas cidades intermediárias ou médias.

#### 4.3 A REALIDADE DA FEIRA LIVRE NO CONTEXTO DAS MODERNIZAÇÕES ATUAIS

Na atualidade, as modernizações nos países subdesenvolvidos são representadas pela propagação generalizada da informação e do consumo, segundo Santos (2008, p.36), “a primeira estando a serviço do segundo -, cuja generalização constitui um fator fundamental de transformação da economia, da sociedade e da organização do espaço”. Com essa ampliação e repercussão das duas variáveis, aumenta as relações entre as diversas regiões e lugares no país, e com elas surgem novos conceitos gerados através das forças de concentração e de dispersão da informação e do consumo, no qual irá repercutir no espaço de maneira diferente. Sendo assim, é nesse contexto que as modernizações presentes no espaço se associa horizontalmente e verticalmente (SANTOS, 2009).

Com as modernas formas de dispersão da informação e o aumento da concentração de renda, surge uma sociedade de consumo, e com ela aparecem novas formas de produção, que por sua vez, são estimulados principalmente pela mídia através das publicidades. Dessa forma, aumenta a diversificação dos bens e serviços, enquanto a renda da classe menos favorecida continua estável. Isso faz com que exista uma maioria pobre convivendo ao lado de uma minoria rica, criando assim, ao mesmo tempo na sociedade urbana uma divisão do espaço, entre aquelas pessoas que podem consumir permanentemente e aqueles que necessitam consumir, mas não podem (SANTOS, 2008). Portanto, esse consumo beneficia apenas uma parte da sociedade, deixando a outra parte insatisfeita mediante uma escassez que se apresenta em sua vida cotidiana.

Sendo assim, essas diferenças quantitativas e qualitativas no consumo, presentes nas cidades dos países periféricos se expressa na formas de dois circuitos de produção, distribuição e consumo dos bens e serviços. Santos (2008, p.38), ao discutir esses dois circuitos, afirma que

Um dos dois é o resultado direto da modernização tecnológica. [...] O outro é igualmente um resultado da mesma modernização, mas um resultado indireto, que se dirige aos indivíduos que só se beneficia parcialmente ou não se beneficiam dos progressos técnicos recentes e das atividades a eles ligadas.

E afirma que o circuito superior é aquele que utiliza da tecnologia para se beneficiar, com organizações burocráticas, grandes quantidades de estoques e preços dos produtos fixos, como também se utiliza do marketing e créditos bancários entre outros. Já o circuito inferior, o trabalho é intensivo, com organizações primitivas pouco atuantes, pequena quantidades de produtos, relação direta entre o produtor e o consumidor, há sempre variação dos preços de acordo com a discussão entre o comprador e o vendedor, a margem de lucro é pequena em relação ao volume dos negócios (SANTOS, 2008).

Verifica-se a presença do circuito superior nas grandes e médias cidades através da realização do comércio moderno, como por exemplo, os supermercados, shopping centers, grandes lojas especializadas, nesses locais as condições de consumo são bastantes burocratas e geralmente reservada as classes sociais de médio e auto poder aquisitivo. Já as atividades desempenhadas no circuito inferior se baseiam em um tipo de produção e comércio voltado para a subsistência familiar. A feira é um exemplo bastante típico dessas atividades, onde se percebe uma multiplicidade de produtos manufaturados, agrícolas, artesanal entre outros sendo comercializados em pequenas quantidades, com também em pequenos bancos ou barracas.

Para se compreender a dinâmica do circuito inferior da feira, o Quadro 1 destaca as principais características dos dois circuitos, distinguindo o circuito superior do circuito inferior. Vale lembrar que a feira de Remígio não apresenta todas as características do circuito inferior presentes no quadro. Mas, pode-se relacionar algumas dessas características de acordo com sua dinâmica.

CARACTERÍSTICAS	CIRCUITO SUPERIOR	CIRCUITO INFERIOR
1. Tecnologia	1. Capital intensivo	1. Trabalho intensivo
2. Organização	2. Burocrática	2. Primitiva
3. Capitais	3. Importantes	3. Reduzidos
4. Emprego	4. Reduzido	4. Volumoso
5. Assalariado	5. Dominante	5. Não-obrigatório
6. Estoques	6. Grande quantidade e/ou alta qualidade	6. Pequena quantidade, qualidade inferior
7. Preços	7. Fixos (em geral)	7. Submetidos à discussão entre comprador e vendedor ( <i>haggling</i> )
8. Crédito	8. Bancário institucional	8. Pessoal não-institucional
9. Margem de lucro	9. Reduzida por unidade, mas importante pelo volume de negócios	9. Elevado por unidade, mas pequena em relação ao volume de negócios
10. Relações com a clientela	10. Impessoais e/ou com papéis	10. Diretas, personalizadas
11. Custo fixo	11. Importantes	11. Desprezíveis
12. Publicidade	12. Necessária	12. Nula
13. Reutilizações dos bens	13. Nula	13. Freqüente
14. <i>Overhead capital</i>	14. Indispensável	14. Dispensável
15. Ajuda governamental	15. Importante	15. Nula ou quase nula
16. Dependência direta do exterior	16. Grande, atividade voltada para o exterior	16. Reduzida ou nula

**QUADRO 1: Características dos Dois Circuitos da Economia Urbana.**

Fonte: Santos (2008, p.44). Adaptado por Gilvando R. Chaves

Na atualidade com a diversificação e crescimento do setor terciário, a cidade de Remígio vem ganhando novos bens e serviços. Sendo assim, mesmo não disponibilizando de um circuito superior da economia, a cidade acaba sendo influenciada pelas atividades modernas e o resultado dessas modernizações é o crescimento do setor não-moderno, informal, onde parte da população por não ter ingressado no mercado de trabalho vêm nas atividades de pequenas dimensões a possibilidade de garantir a sobrevivência. Como a feira livre é o principal ponto de comercialização da população pobre<sup>9</sup>, ela aparece como um atrativo para as pessoas ingressar cada vez mais nessas atividades do circuito inferior.

Através da observação *in loco* e da análise dos dados, constata-se que a feira no contexto das modernizações se apresenta não só com um espaço de resistência, mais também como um espaço que se readapta as modernidades. Dessa forma, a seguir, através do perfil dos feirantes e consumidores será analisado como se caracteriza a dinâmica do circuito

<sup>9</sup> São aqueles que não têm acesso, de modo regular, aos bens de consumo correntes considerados como o mínimo indispensável numa certa sociedade. Muito raramente tem acesso ao crédito institucional e representam o essencial da clientela dos pequenos estabelecimentos comerciais e artesanais, que oferecem crédito pessoal a taxas usurárias. Trata-se, em geral, dos não-empregados e dos subempregados, mas também dos assalariados que recebem muito pouco (SANTOS, 2008, p. 49-50).

inferior, bem como as possíveis crises e perspectivas da feira de Remígio no contexto das modernizações.

#### 4.3.1 Perfil dos feirantes e a dinâmica do Circuito Inferior

Optou-se para a entrevista, uma amostragem de 92 questionários por considerar satisfatória para a complementação da pesquisa, onde 42 questionários foram destinados aos feirantes e 50 questionários foram aplicados aos consumidores. As entrevistas foram distribuídas nos quatro principais setores da feira: setor das frutas e verduras; setor das roupas, calçados e variedades em geral; setor das carnes, peixes e derivados e no setor dos grãos e farinhas com o objetivo de atingir maior diversidade de feirantes e consumidores.

Para os feirantes a distribuição foi feita de acordo com as atividades exercidas, como pode se observar na Tabela 2.

**TABELA 2**  
**DISTRIBUIÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS QUANTO AS ATIVIDADES EXERCIDAS**

ATIVIDADES	QUANTIDADE DE FEIRANTES
Artesanato	2
Calçados	4
Carnes, peixes e derivados	5
Grãos e farinhas	5
Diversos	3
Frutas, verduras e legumes	12
Miudezas e bijuterias	2
Roupas/confecções	6
Utensílios domésticos	3
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>

Fonte: Pesquisa de campo aplicada em Março/Abril de 2011.

Sendo assim, dos 42 feirantes entrevistados, 61% são residentes do município de Remígio, 39% são feirantes procedentes de outras localidades, no qual já exerceram suas atividades no dia anterior, seja na cidade de origem ou em outros centros (CORRÊA, 2005). Já 19,5% residem no município de Esperança e 19,5% no município de Areia.

Com relação aos feirantes de Remígio, 77% moram na zona urbana e 23% residem na zona rural onde na maioria das vezes se dedicam a agricultura, quanto os de Esperança, 62% moram na zona urbana e 38% na zona rural, já com relação ao município de Areia, 13% moram na zona urbana e 87% na zona rural.

Diferente do que Santos (2008) retrata no circuito inferior, os dados apontaram que dos feirantes que ocupam essas atividades na feira, 64% são do sexo masculino e 36% são do sexo feminino, mesmo assim, as mulheres ainda representam um percentual satisfatório. Observou-se que a faixa etária dos entrevistados está distribuída entre 20 a 69 anos, tendo uma variação considerável de 36% na faixa etária dos 40 a 49 anos, 21% entre 20 e 29 anos, 19% de 30 a 39 anos, 19% de 50 a 59 anos e apenas 5% acima dos 60 anos.

A inserção dos feirantes no circuito inferior com a faixa etária entre 40 e 49 anos está ligada a não qualificação profissional, onde não conseguiram ingressar no mercado de trabalho devido a alta concorrência ou o baixo grau de escolaridade. Deste modo, o grau de escolaridade dos feirantes distribuiu-se da seguinte forma: 14% nunca freqüentaram a escola, 43% foram de feirantes que terminaram somente o primeiro ciclo do ensino fundamental, correspondendo assim, o maior percentual da pesquisa. Quanto o segundo ciclo do fundamental, 10% afirmaram ter concluído, já em relação ao ensino médio a taxa foi de 28% concluintes, e 5% apenas alcançaram o ensino superior.

Portanto, percebeu-se que 57% dos feirantes presentes na feira são analfabetos ou dispõem de um grau de escolaridade baixo, considerado segundo o IBGE como analfabetos funcionais<sup>10</sup>, mesmo assim, não impedem de ingressar nas atividades do circuito inferior. Como afirma Santos (2008), para ingressar na atividade (feirante), não é necessário ter freqüentado a escola, basta ter uma pequena quantidade de dinheiro para poder comprar o banco, as mercadorias necessárias e pagar os impostos, mas vale lembrar que às vezes nem necessita de tanto assim, por exemplo, os ambulantes, no qual só necessita de pequeno capital para a compra da mercadoria.

Ainda de acordo com Santos (2008), a marca do circuito inferior é a fluidez do emprego. Nesse circuito o maior percentual de pessoas que trabalha está na atividade a menos de um ano. Segundo os dados da pesquisa, esse aspecto pode-se ser refutado. Observou-se que o período de atuação dos feirantes na feira é muito variado, existem feirantes que trabalham na feira há apenas alguns meses, e feirante que supera os 40 anos de trabalho. O número de feirantes que comercializam a menos de um ano foi apenas de 5%, logo 31% afirmaram que negociam entre três e cinco anos. A maioria trabalha na feira a mais de cinco anos, somando uma percentual de 64%. Constatou-se também que esses feirantes permanecem trabalhando

---

<sup>10</sup> É a denominação dada à pessoa que, mesmo com a capacidade de decodificar minimamente as letras, geralmente frases, sentenças, textos curtos e os números, não desenvolve a habilidade de interpretação de textos e de fazer as operações matemáticas. Analfabeto funcional também é o indivíduo maior de quinze anos que possui escolaridade inferior a quatro anos. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Analfabetismo\\_funcional](http://pt.wikipedia.org/wiki/Analfabetismo_funcional) Acesso: 22 de maio de 2011.

na feira por várias razões, entre elas: já ter sua freguesia garantida, ser a única alternativa de sobrevivência, ou para simplesmente sustentar a tradição familiar.

Entre os feirantes entrevistados, 90% trabalham por conta própria, onde grande parte são chefes de famílias que precisa de uma renda semanal ou mensal para assegurar suas necessidades, ou são pessoas que também buscam novas alternativas de renda, autonomia, atividades profissionais entre outros. A percentagem de feirantes que não são proprietários foi de 10%, essas são pessoas contratadas temporariamente sem carteira assinada só para auxiliar nas atividades.

Para os feirantes que trabalham por conta própria, tal situação foi demonstrada quando se perguntou se pretendiam permanecer comercializando na feira de Remígio. De acordo com as respostas, 83% afirmaram que pretendiam permanecer na atividade, e a principal razão para continuar foi não ter escolaridade ou idade suficiente para enfrentar o mercado de trabalho competitivo, como na atualidade. Por esse motivo que o circuito inferior se constitui como abrigo para esses indivíduos, como se observou *in loco* acabam “dando um jeito de inventar qualquer coisa como alternativa na feira”. Já para 8% por causa do trabalho intensivo e estressante não pretendia permanecer nessa atividade. E 9% afirmaram que iriam continuar como feirantes só por algum tempo, enquanto não se aposentava ou não conseguisse outra atividade mais favorável.



**GRÁFICO 2: Permanência dos feirantes na atividade**

Fonte: Pesquisa de campo, Março/Abril de 2011.

Os principais motivos que levam os feirantes a permanecer comercializando na feira estão representados no Gráfico 2. De acordo com 6% dos entrevistados, a permanência na feira é uma questão simbólica, ou seja, já é um “dom divino”, gostam realmente do que faz. Diferentemente dos estabelecimentos comerciais mais modernos, os bancos e as barracas na

feira se caracteriza como pontos de encontros, de trocas de informações, amizade e descontração. É nesse pequeno espaço social onde mais se expressa a relação campo/cidade. Portanto, 11% dos feirantes afirmaram que ainda comercializam na feira por causa da sociabilidade com o público que freqüentam esses locais. Já para 40%, a feira se torna como único local capaz de assegurar sua sobrevivência. É onde o pequeno feirante adquire sua única fonte de renda semanal, onde na maioria das vezes só vendem por que produzem as mercadorias em pequenas áreas ou estabelecimento, e por sua vez depende diretamente da sua clientela para obtenção do dinheiro líquido.

Para 43% permanecer nessa atividade é garantir uma segunda alternativa de renda. Constatou-se que são esses feirantes que dispõe de pequenos estoques e que mais facilita o crédito pessoal aos clientes. Para essa percentual, a feira aparece como uma opção de melhorar a renda familiar, ou seja, é uma renda extra, já que na sua maioria exercem outras atividades (**ver tab. 4**).

Levando em consideração os mercados periódicos, observa-se que existe certa dinâmica entre os feirantes que comercializam em outras localidades próximas a Remígio. Do total de entrevistados, 57% além de exercer suas atividades na feira de Remígio, comercializam em feiras de outros municípios, logo 43% não necessitam comercializar em outras feiras.

**TABELA 3**

**OUTRAS FEIRAS FREQUENTADAS PELOS FEIRANTES**

LOCALIDADES	PERCENTAGEM
Areia	12,5%
Arara	25%
Esperança	20%
Alagoa Grande	4%
Arara /Esperança	18,5%
Areia /Arara	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Pesquisa de campo aplicada em Março/Abril de 2011.

Conforme mostra a Tabela 3, dos feirantes que totalizaram 57% das entrevistas, observa-se que 12,5% vendem na feira de Areia; o maior destaque fica para os feirantes que comercializam na feira de Arara (25%), enquanto 20% só vendem na feira de Esperança e 4% na de Alagoa Grande. Conforme já foi exposto na pesquisa, às feiras de Areia, Esperança e Alagoa Grande acontece aos sábados, por isso há certa fragmentação dos feirantes. Já para 18,5% dos feirantes é possível comercializam tanto na feira de Esperança no sábado quanto na de Arara na segunda-feira, e respectivamente 20% participam das feiras de Areia e Arara.

Durante muito tempo a base do comércio na feira era constituída pelos feirantes e seus familiares no qual dependia apenas dessa atividade para sobreviver. Esse fato na atualidade de acordo com a dinâmica do circuito inferior na feira de Remígio, ainda pode ser comprovado, embora não ocorra com a mesma intensidade que no passado. Mesmo assim, atualmente vários feirantes procuram buscar novas alternativas, diversificando as atividades e reduzindo os gastos. Com isso o número de ajudantes são cada vez mais reduzidos, ficando em torno de 1 a 3 no máximo dependendo do tipo e tamanho do comércio.

A pesquisa apontou que 74% dos feirantes dispõem de auxiliares para ajudar na comercialização, e 26% não necessita ou não tem condições de contratar um ajudante. Dos ajudantes constatados, 74% são membros da família e não recebe uma remuneração pelo trabalho, apenas ajuda na comercialização no intuito de diminuir os gastos e aumentar a renda familiar, 26% são empregados contratados, que por sua vez trabalha em média 10 horas diária e recebe uma quantia em dinheiro que pode variar entre R\$10 e R\$30 reais. Desta maneira, através do número reduzido de emprego, do trabalho intensivo e mal remunerado e a utilização dos familiares nas atividades comerciais, dá para se demonstra como se caracteriza a dinâmica do circuito inferior na feira de Remígio.

Convém ressaltar que por causa da dificuldade e incertezas na comprovação da renda semanal ou mensal, a pesquisa não teve como finalidade perguntar sobre a renda média dos feirantes. Como diz Santos (2008, p.198), no circuito inferior “[...] o controle dos custos e dos lucros é raro [...] e a contabilidade praticamente ausente”. Mas analisando os dados verifica-se que a renda mensal de quase 70% dos feirantes corresponde a menos de quatro salários mínimos, levando em consideração outras atividades exercidas pelos mesmos.

Além da feira, alguns feirantes desempenham outras atividades. Conforme a Tabela 4 percebe-se que o maior percentual (44%) são feirantes agricultores, no qual produzem suas mercadorias com a finalidade de garantir a sustentabilidade familiar, além de garantir o escoamento do excedente para a comercialização na feira. Verifica-se também que 7% dos feirantes exercem a profissão de artesão, profissão essa que embora poucos saibam contribui de forma significativa para a economia da cidade. Como destaca Santos (2008, p. 211), “o artesanato é melhor remunerado e, [...] desempenha um papel complementar importante nas atividades modernas [...]”.

**TABELA 4**

<b>OUTRAS ATIVIDADES PRATICADAS PELOS FEIRANTES</b>	
<b>PROFISSÕES</b>	<b>PERCENTAGEM</b>
Agricultor	44%
Artesão	7%
Auxiliar de consultório	7,5%
Costureira	7,5%
Corretor de imóveis	4%
Outros comércios	11%
Prestador de serviços público	11%
Produtor de alimentos	4%
Segurança	4%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Pesquisa de campo aplicada em Março/Abril de 2011.

Outras profissões como auxiliar de consultórios e costureiras, simultaneamente também faz parte do cotidiano de feirantes. Da mesma forma existem feirantes que trabalham em outras atividades comerciais, e tanto são proprietários como empregados contratados. A feira também serve de abrigo para diversos profissionais que buscam aumentar a renda, entre eles estão os prestadores de serviços públicos.

No circuito inferior, em especial a feira livre é responsável pela grande absorção de mercadorias. Com isso os produtos oferecidos tornam-se diversificados, podendo ter origem na própria cidade, região, país e no exterior. Na feira e no mercado a procedência dessas mercadorias varia de acordo com os setores.



**FOTO 1: Verduras e legumes oriundos do município e da Cesa – CG**

Fonte: Pesquisa de campo, Agosto de 2010.

Levando em consideração os dados da pesquisa, a origem dos principais produtos comercializados pelos feirantes se distribuiu da seguinte forma: 24% são produtos oriundos do próprio trabalho agrícola ou artesanal, 19% são produzidos no município de Remígio e 19% são originários de Campina Grande, enquanto 26% têm sua origem em outros Estados ou regiões. Para atender cada vez mais a expectativa dos consumidores quanto à qualidade e origem, aproximadamente 50% dos feirantes comercializam mercadorias produzidas no próprio município, e às vezes adquirem de outras regiões quando conhece o produtor e o produto, tendo, portanto, como maior destaque as carnes e as frutas, verduras e legumes.

Quanto os produtos originários de Campina Grande, constatou-se que 70% são adquiridos na Empasa (Ceasa - CG) pelos feirantes ou intermediários, e 30% são confecções, variedades, acessórios, utensílios domésticos e agrícolas. Já o setor de vestuários como as roupas e calçados, 90% têm sua origem em outros Estados, sobretudo Rio Grande do Norte, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais e São Paulo. No mesmo setor estão distribuídas as bijuterias, miudezas, acessórios e variedades em geral que também se destaca pelo fato de serem importados ou ter sua origem em diferentes regiões do Brasil.

Para Santos (2008), no circuito inferior a fonte de abastecimento para o comércio alimentar vem do próprio lugar. Sendo assim, verificou-se que nos setores das frutas e verduras, grãos e farinhas, 64% dos produtos vêm da própria produção dos feirantes e na sua maioria são procedentes do próprio município ou da região. Cerca de 90% dos produtos hortifrutigranjeiros tem sua origem na pequena propriedade rural, nas comunidades e até mesmo nos pequenos quintais.



**FOTO 2: Setor das frutas e verduras conhecido como o mais movimentado**  
Fonte: Pesquisa de campo, Junho de 2011.

É por isso que o setor das frutas, verduras e legumes é considerado o mais importante da feira por ser tradicionalmente o principal espaço de escoamento dos principais produtos agrícolas do município, e por retratar a verdadeira cultura do lugar. Entre às 08h00min e 10h00min se apresenta como o setor mais movimentado da feira, tornando-se o centro das relações, das diferentes convergências, onde os diferentes agentes sociais se integram.

Convém ressaltar que a maioria dos feirantes mesmo sendo produtor sente a necessidade de renovar semanalmente as mercadorias. Desta forma, durante a semana determinados feirantes adquirem os produtos, conforme já foi exposto, no município, em Campina Grande ou em outros Estados ou regiões. Quando é necessário comprar as mercadorias, 45% afirmaram adquirir diretamente do produtor, já 45% afirmaram que acham melhor negociar com os intermediadores. As razões que viabiliza essa comercialização com os intermediários são: economia de tempo e menos gasto. Como se sabe no circuito inferior quem não tem veículo próprio para se deslocar, e ajudante para auxiliar no transporte, fica mais difícil negociar diretamente com os produtores. Apenas 10% compram diretamente dos ambulantes pelo fato de não precisar se deslocar a procura das mercadorias, já que os ambulantes podem fazer esse deslocamento até os feirantes.

As atividades comerciais exercida pelos feirantes não corresponde apenas ao pequeno varejo, no entanto também são realizadas no atacado. A realização do comércio atacadista na feira é praticada em locais específicos, sobretudo pelos intermediários, comerciantes e por alguns feirantes agricultores. Na realidade essa atividade é muito flexível, mas geralmente ocorre com maior intensidade em época de sazonalidade das mercadorias. Os agricultores optam por esse tipo de comércio para evitar a desvalorização dos preços ou o prejuízo da mercadoria, só lembrando que muitas delas são perecíveis ou de pouca duração.

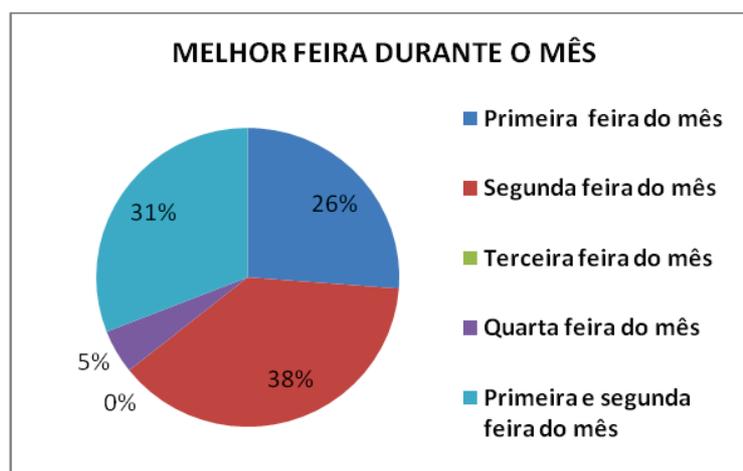
Observou-se ainda que determinados feirantes se tornam importante para os consumidores devido a variedade e qualidade dos produtos oferecidos. Com isso, seu volume de negócio torna-se maior em relação a outros feirantes, e como parte dos feirantes trabalha em mais de uma feira é necessário dispor de certa quantidade de mercadorias estocada, embora seja reduzida, mas suficiente para tranquilizá-lo durante o mês ou até mais. Os estoques são mais favoráveis aos feirantes presentes nos setores de grãos; confecções; utensílios domésticos; variedades e acessórios, além dos produtos alimentícios não perecíveis.

Para 34% mesmo sendo limitado o capital, eles compram em pequena escala e aos poucos vão estocando, geralmente em casa. Nesse caso, o feirante tem como objetivo atender as necessidades dos consumidores, embora só favoreça um número reduzido de fregueses em relação aos outros estabelecimentos de maiores dimensão. Isso ocorre devido ao reduzido

capital, e, sobretudo, pela falta de local adequado, propício a estocagem das mercadorias. Para 66% não é necessário estocar mercadorias. A pequena dimensão do comércio, a venda em uma única feira, juntamente com a periodicidade da feira, além dos produtos que não podem ser estocados por serem perecíveis, são fatores que levam os feirantes a comercializar os produtos de qualquer forma e renová-los semanalmente.

Observa-se que mesmo os feirantes disponibilizando de uma quantidade de estoque, ainda se torna reduzido se comparada ao circuito superior. A razão para esse fato é que no circuito inferior o feirante não tem condições de investir muito capital em estocagem de mercadorias, já que a venda geralmente é feita em pequena quantidade ou são perecíveis (SANTOS, 2008).

Tal situação fez os feirantes afirmarem que existe uma variação de venda e lucratividade durante o mês na feira, e que determinados fatores contribuem para essa variação, entre eles: mudança no dia da feira, festas locais (carnaval, emancipação política, padroeira e outras), período de pagamento dos salários, entre outros fatores. Porém, normalmente o maior volume de venda constatado durante o mês corresponde a primeira quinzena, com destaque para a segunda feira do mês (**ver graf. 3**), enquanto a segunda quinzena há uma significativa queda na venda dos produtos. Essa variação acontece devido o período de pagamento dos aposentados, do funcionalismo público em geral e dos trabalhos assalariados do setor privado, cuja maioria são chefes de familiar de baixo poder aquisitivo e utilizam a feira como principal espaço de consumo.



**GRÁFICO 3: Melhor feira durante durante o mês**  
Fonte: Pesquisa de campo, Março/Abril de 2011.

Segundo Santos (2008), o fracionamento das mercadorias, o pequeno estoque, a disponibilidade de crédito e a reduzida venda aos consumidores fazem com que a margem de

lucro seja alta por cada unidade ou produtos vendido pelos feirantes, mas se considerado o lucro total obtido pelas vendas durante o período de comercialização, torna-se baixo. Sendo assim, 52% dos feirantes consideraram seu lucro regular, ganhando apenas o suficiente para se manter no comércio ou assegura seu sustento semanal, 40% estão satisfeitos com seu comércio e afirmaram que seu lucro é bom. Para 8%, o sucesso do seu comércio faz com que seus lucros sejam excelentes. De acordo com esses feirantes, o segredo do sucesso além de estar na relação de amizade e confiança com a clientela tem haver também com o crédito, atendimento, qualidade, inovação dos produtos e investimento contínuo no ponto. Vale destacar que o lucro dos feirantes pode variar de acordo com o estoque, tipo de produtos, mão-de-obra empregada, impostos pagos entre outros.

Para manter a pequena atividade comercial na feira, o feirante durante o ano necessita investir algum dinheiro no seu ponto. De acordo com 83% dos feirantes que trabalham na feira a mais de um ano, são obrigados a acumular pequeno capital (como pode) para possíveis necessidades: contratar algum ajudante, quando for necessário em certa época do ano, e investir na estrutura do banco, barraca ou boxes. Esses pequenos investimentos são feitos geralmente com pinturas, lonas plásticas, zinco, madeira, equipamentos (prateleiras, balança, caixas para armazenamento) e utensílios (facas, baldes, sacos, caixas de isopor) entre outros. Para 17% dos entrevistados não havia necessidade de investir anualmente por não ter um ponto fixo, esses por sua vez comercializam em qualquer canto, seja no chão, na carroça, nas mãos entre outras formas.

Para ocupar o espaço público os feirantes pagam a prefeitura municipal uma taxa por cada feira realizada. Essa taxa varia de acordo com o tamanho do ponto de comercialização, ou seja, da quantidade de metros quadrado ocupado. A arrecadação da taxa é feita pelos fiscais da prefeitura, no qual se encarregam de entregar um boleto contendo os dados do feirante e a quantia paga.

**TABELA 5**

<b>VALOR DO IMPOSTO PAGO PELO ESPAÇO OCUPADO</b>	
<b>VARIAÇÃO</b>	<b>PERCENTAGEM</b>
Feirantes que pagam R\$ 2 reais	47,60%
Feirantes que pagam R\$ 3 reais	33,32%
Feirantes que pagam R\$ 4 reais	4,76%
Feirantes que pagam R\$ 5 reais	9,52%
Feirantes que pagam R\$ 6 reais	4,76%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Pesquisa de campo aplicada em Março/Abril de 2011

Além do imposto pago referente a ocupação do espaço, alguns feirantes ainda pagam outras taxas. Uma para montar, desmontar e guardar os bancos e outra para transportar as mercadorias e equipamentos, tanto no início como no final da feira. Quanto aos bancos, geralmente são armazenados no pátio do mercado público ou em locais particulares: nas garagens ou nos armazéns. Constatou-se que é pago uma quantia que varia entre R\$ 2,00 e R\$ 4,00 reais aos guardadores ou ajudantes que se responsabilizam pelo transporte e armazenagem dos bancos. Já para o transporte dos estoques, equipamentos e mercadorias compradas e/ou utilizados pelos feirantes e consumidores, observou-se que são feitos por carroceiros que levam e trazem em troca de uma quantia em dinheiro. Essa quantia paga aos carroceiros varia de R\$ 2,00 a R\$ 5,00 reais, dependendo da distância percorrida.



**FOTO 3: Carroceiros localizados em pontos estratégicos na feira**  
 Fonte: Pesquisa de campo, Junho de 2011. Adaptado.

Tanto os guardadores de bancos como os carroceiros presentes na feira, mesmo exercendo um trabalho informal se torna uma atividade “muito significativa, sobretudo, nos dias de hoje, quando acompanhamos, com certa tristeza e impotência, boa parte dos jovens perambulando, sem ocupação, sem estudar e sem trabalhar” (AZEVEDO e ALVES, 2010, p.147). Esse trabalho atrai jovem e crianças de baixo poder aquisitivo que busca nessa atividade complementar a renda familiar.

Mesmo estando inseridos no circuito inferior da economia, alguns feirantes enfrentam determinadas concorrências. Para 33%, os principais concorrentes são os supermercados e os frigoríficos, de acordo com esses entrevistados todos os produtos que se procuram na atualidade, principalmente os que eles comercializam se encontram nos supermercados ou nos

frigoríficos. Já 43% observam outros feirantes como concorrentes. Conforme já relatado, isso ocorre porque geralmente oferecem melhores preços e maiores variedades de produtos. Para minimizar a concorrência os feirantes utilizam algumas estratégias de marketing para atrair os clientes, o mais utilizado, por exemplo, é o grito, anunciando a qualidade de seus produtos e chamando a atenção dos possíveis consumidores. Por fim, 24% constataram que não têm concorrentes ou não consideram ninguém como concorrente devido sua atividade ser bastante reduzida e sua clientela ser bastante fiel.

Com relação a mediação entre o feirante e a sua clientela, 93% dos feirantes afirmaram que o sucesso das vendas dos produtos está diretamente ligado a boa relação entre as partes. Ao transmitir a desejada confiança e credibilidade, em consequência, adquirem a amizade e satisfação dos consumidores e isso faz com que cada vez mais aumente as relações sócioafetivas entre ambas as partes. Do total de entrevistados, 52% dos feirantes avaliaram que a sua relação com a freguesia é boa, 39% avaliaram como ótima ou excelente e apenas 9% como regular. Logo, a boa relação existente entre feirantes e consumidores promove ambas as partes, viabilizando tanto a venda quanto a compra de produtos.

Dessa forma, observou-se que na feira vários feirantes se destacam por desempenhar uma relação simples, democrática e humorada com a freguesia, ficando conhecido por todos que freqüentam suas barracas ou estabelecimentos. Devido a sua história de vida, sua função e representação desempenhada na feira, servindo a todos com prazer e amizade, esses lugares se tornam os principais pontos de sociabilidade da população.

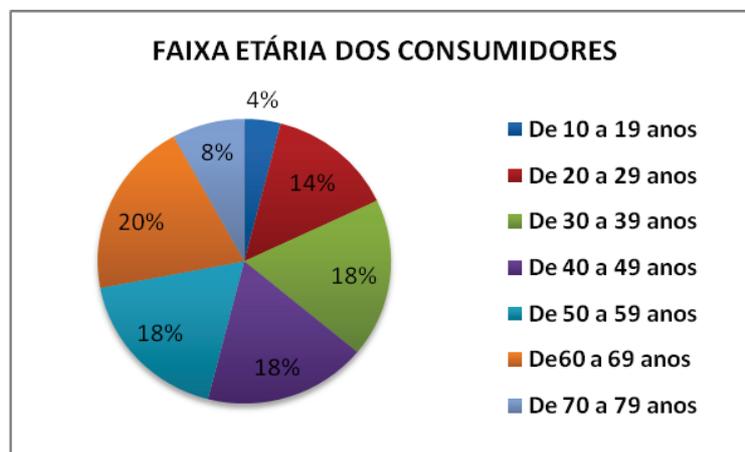
Constatou-se que esses locais são realmente pontos de entretenimentos, de encontros de amigos e parentes. É onde podem se reunir e discutir assuntos referentes ao cotidiano, além de servir de local adequado para guardar as mercadorias compradas, sobretudo da população rural que muitas vezes necessita se deslocar para outros estabelecimentos em busca de novos bens ou serviços na cidade. Embora seja pequeno o espaço dos bancos ou das barracas, os feirantes cedem o interior dos mesmos aos clientes e amigos para guardarem as mercadorias, enquanto isso essas pessoas sente-se a vontade para vender ou comprar novas mercadorias, conversar, participar de algumas apresentações culturais, ou simplesmente comer e beber.

#### **4.3.2 Perfil dos consumidores**

As atividades do circuito inferior em Remígio estão representadas, sobretudo pela feira, na qual abriga os feirantes e os pequenos produtores locais. Através dessas atividades a classe pobre tem acesso ao consumo, embora de maneira específica, mas que mesmo assim proporciona certas condições que são significativas para a vida cotidiana do indivíduo, já que a maior parte dessa população não tem condições de consumir modernamente igual a classe média e alta. Dessa forma, a feira se consolida como um modelo de comercialização tradicional e moderno, ao mesmo tempo, atraindo consumidores do campo, da cidade e das localidades vizinhas.

De acordo com a análise dos dados, constatou-se que a maioria dos consumidores que freqüentam a feira reside no próprio município. Do total de entrevistados, 86% são residentes do município de Remígio, destes 83% são da zona urbana e 17% da zona rural. Com relação aos 14% do total de entrevistados, 85% são consumidores que residem na zona rural dos municípios de Esperança e Areia, enquanto 15% são consumidores residentes no município de Algodão de Jandaíra.

A faixa etária dos entrevistados distribuiu-se entre 10 e 79 anos, mas o percentual predominante situou-se entre 30 e 69 anos, acima de 70 e abaixo de 29 anos não apresentam grandes percentuais que possa ser significativo.



**GRÁFICO 4: Faixa etária dos consumidores**  
Fonte: Pesquisa de campo, Março/Abril de 2011.

Observou-se que a maioria dos consumidores são chefes de famílias que já estão acostumados a freqüentar e consumir na feira. Os dados apontaram que do total dos consumidores que freqüentam a feira, 60% são do sexo feminino e 40% do sexo masculino. Essa proporção chamou atenção por perceber que normalmente são as mulheres que controlam o orçamento doméstico, sobretudo as donas de casa que se dedicam as compras

necessárias. Os jovens também têm o hábito de consumir na feira, porém em menor proporção em relação aos consumidores mais tradicionais.

Ainda considerando os dados da pesquisa, os resultados quanto o grau de escolaridade dos consumidores foram consideravelmente variados. Constatou-se que 12% nunca freqüentaram a escola, 28% concluíram apenas o primeiro ciclo do ensino fundamental e 12% o segundo ciclo, o maior percentual verificado foi correspondente ao ensino médio, onde 36% dos consumidores conseguiram finalizar. Já quanto ao ensino superior 12% dos consumidores alcançaram alto grau de escolaridade, superando a graduação.

Observou-se que os consumidores com pouco grau de escolaridade ou que nunca estudou, consideram-se analfabetos ou semi-analfabetos e geralmente correspondem os indivíduos mais idosos, enquanto os mais jovens que concluíram o ensino médio ou superior estão em uma faixa etária entre 20 e 40 anos.

Dos consumidores consultados, a maior parte exerce alguma profissão, outros são dependentes, aposentados ou desempregados. Observou-se que a situação ocupacional dos consumidores que trabalha é diversificada e está distribuída de acordo com a Tabela 6.

**TABELA 6**

<b>SITUAÇÃO OCUPACIONAL DOS CONSUMIDORES</b>	
<b>PROFISSÕES</b>	<b>PERCENTAGEM</b>
Agente comunitário de saúde	4%
Agricultor	27%
Artesão	3%
Balconista	12%
Cabeleireiro	4%
Comerciante	9%
Empregada doméstica	6%
Pedreiro	3%
Prestador de serviços público	6%
Professor	10%
Segurança	6%
Serviços diversos	6%
Taxista	4%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Pesquisa de campo aplicada em Março/Abril de 2011

Convém ressaltar que não se perguntou sobre a renda familiar dos consumidores, mas de acordo com a situação ocupacional dos entrevistados observa-se que parte da renda vem de salários fixos, outra parte de trabalho que não são fixos e que pode sofrer uma variação entre os meses. Dessa forma dá para se analisar a origem da renda e fazer uma média. As profissões exercidas pelos consumidores condiciona a uma remuneração mensal que

possivelmente está a baixo dos 4 salários mínimos. Mesmo a análise demonstrando essa média, constatou-se que alguns consumidores possuíam renda mais elevada, fato que foi verificado através das observações e das afirmações dos feirantes.

Se tratando de freqüência a feira, a maioria absoluta dos consumidores (96%) a freqüenta semanalmente. Para alguns consumidores essa freqüência já é uma questão cultural, um hábito que adquiriram desde criança, para outros, a feira é o único local apropriado para obtenção dos produtos. Nesse caso a principal razão alegada para freqüentar a feira é buscar maior variedade e melhores preços. Outros consumidores além de ir comprar vão passear, rever amigos e parentes. Somente 4% declararam que não freqüentam a feira semanalmente, mas quando freqüentam destacam os mesmos aspectos.

Além de ir a feira, 42% responderam que existem outros motivos que os levam ao centro da cidade aos domingos, 58% não constataram motivo algum, só mesmo a feira. Do total de 42%, 18% vão primeiro a feira e em seguida procuram resolver algumas pendências particulares, 28% freqüentam a feira e os estabelecimentos comerciais, 21% procuram serviços especializados e outras atividades disponíveis no domingo, e 33% vão tanto na feira quanto na missa.

Vale destacar também a forma de deslocamento adotada pelos consumidores para ir a feira. Por ser uma cidade pequena e a feira ser bem localizada, há certa facilidade no deslocamento das pessoas que moram na zona urbana, 70% afirmaram que vão a pé, 14% de carro e 16% de moto. Já a população que morra na zona rural utiliza-se mais de meios de transportes para se deslocar até a cidade. Esse fato está relacionado com a distância da sede e a constante necessidade de conduzir de volta os produtos comprados na feira. Dessa forma, dos transportes mais utilizados por essas pessoas, 15% são carros próprios ou de aluguel, 23% ônibus e 62% motocicletas, sobretudo os mototáxis. Existem outros meios de transporte utilizados pela população que não foi possível quantificar, entre eles: caminhão (pau-de-arara), bicicletas e animais.

Constatou-se que na feira o ato de comprar/vender pode ser determinado por diversos fatores, sejam econômico, social, cultural entre outros, sempre vai existir um comportamento decisivo para as pessoas comprar e até mesmo vender. Segundo os consumidores (86%), além de freqüentar a feira, compram na mesma todos os domingos, já 12% só às vezes quando precisam das mercadorias e 2% não tem costume de comprar na feira de Remígio. As principais razões que levaram os 86% dos consumidores acima a comprarem freqüentemente na feira, foram quatro (**ver graf.5**). Primeiramente, a necessidade dos produtos, segundo os

preços oferecidos pelos feirantes, a qualidade e atendimento foi o terceiro motivo alegado pelos consumidores, por fim o simples desejo de comprar, ou seja, compram por impulso.



**GRÁFICO 5: Razões para se comprar na feira**  
 Fonte: Pesquisa de campo, Março/Abril de 2011.

Na feira é comum se observar vários tipos de consumidores, existem os mais tradicionais que só compram o necessário e consumidores que não estabelecem um limite de compras. Dessa forma, verificou-se que quem compra por impulso muitas vezes são influenciados pela forma que os feirantes têm de atrair os fregueses. A capacidade de marketing dos feirantes geralmente acontece através da conversa, da distribuição de mercadoria para a comprovação da qualidade, possíveis oscilações dos preços, além do próprio ambiente que influencia devido à sua organização, eficiência, sociabilidade e outros.

Os consumidores que compram pela necessidade quando chegam na feira já sabem o que, e onde vão comprar, aonde na maioria das vezes só adquirem produtos alimentares em micro varejo. Para muitos, mesmo os produtos podendo ser encontrados em outros locais com preços mais acessíveis, ainda compram sempre no mesmo feirante, esses consumidores valorizam as relações de amizade, confiança e o crédito pessoal. Com isso, constatou-se que os preços são diversificados e no decorrer da feira oscila entre um feirante e outro.

A oscilação depende muito da relação entre comprador e vendedor e da época do ano. Em certa época quando a oferta de produtos na feira é menor, os preços aumentam, já quando há mais opção dos produtos ocorre de forma inversa, os preços diminuem. Constatou-se que no início da feira, por causa da melhor qualidade dos produtos, os preços são mais elevados, na medida em que diminui a qualidade dos produtos, sobretudo no final da feira, os preços baixam. A relação amigável entre o feirante e o consumidor também faz os preços variar, já que se não vender corre o risco de ter prejuízo no final da feira. Como diz Santos (2008,

p.250), “[...] a discussão que se estabelece entre o comprador e o vendedor sobre o preço de uma mercadoria, é um dos aspectos mais característicos da formação dos preços no circuito inferior”.

Para os consumidores a oscilação dos preços é uma das razões para sempre freqüentar a feira, embora uma parte considere os preços razoáveis e a outra considera os preços em geral satisfatórios em relação a outros estabelecimentos.



**GRÁFICO 6: Análise dos preços na feira**  
Fonte: Pesquisa de campo, Março/Abril de 2011.

Assim, de acordo com 50% dos consumidores, os preços dos produtos são regulares, mas praticamente iguais se comparados a outros estabelecimentos comerciais. Na opinião de 40% os preços na feira são bons e correspondem as suas expectativas. Já 6% consideram os preços ótimos, motivo pelo qual não deixam de comprar na feira, enquanto 4% descreveram que nos últimos anos os preços dos produtos na feira vêm aumentando e em alguns feirantes os preços são até mesmo mais elevados do que nos grandes estabelecimentos comerciais.

Mesmo o comércio oferecendo um ambiente mais adequado, com mais organização, segurança, inúmeras promoções os consumidores não deixa de ir a feira, em busca de melhor qualidade dos produtos, sobretudo dos hortifrutigrajeiros que na sua maioria são produzidos no próprio município. Tais consumidores apontaram que por ter mais opção, a qualidade dos produtos na feira, acabam sendo superiores aos disponíveis nos supermercados, frigoríficos e frutarias. Essa declaração é porque na feira antes de comprar o consumidor pode observar a aparência dos produtos, pegar e até mesmo dependendo do produto sentir o cheiro e o gosto.

O atendimento também é outro fator que aproxima os consumidores, a relação pessoal e afetiva que ocorre entre o feirante/consumidor é muito importante principalmente para os mais modernos. Essa é uma questão que os feirantes reconhecem e valorizam. Ao perguntar aos

consumidores sobre o atendimento na feira 62% consideraram muito bom, 26% analisaram como regular e 12% consideraram ótimo. Portanto, além desses fatores os consumidores também acrescentaram outros motivos que os levam a frequentar a feira de Remígio. Esta comprovação pode ser observado de acordo com seus valores e crenças a respeito do “espaço feira”.

Durante a pesquisa observou-se que na feira havia certa sazonalidade dos produtos e feirantes. Dessa forma, teve-se o propósito de perguntar aos consumidores e feirantes qual é o melhor período durante o ano para se comprar ou vender na feira. De acordo com os consumidores, 48% descreveram que todos os períodos são adequados para se comprar na feira. E asseguraram que não existe um período melhor ou pior, o que variava era a estratégia de consumo da classe mais pobre, aumentando a capacidade de consumo em alguns meses, mais do que o habitual, enquanto a renda familiar continuava a mesma. Para 20% dos consumidores durante o ano sempre existe uma época favorável para se comprar na feira e essa época está relacionado com o início do período chuvoso na região que começa a partir de março a junho. Já 18% disseram que a melhor época coincide com o fim do período chuvoso que vai de julho a setembro. Só 6% alegaram o período entre o mês de outubro e dezembro, enquanto 8% de janeiro a março.

Para os feirantes existe mais de um período sazonal na feira. Vale lembrar que esses períodos também podem variar durante o ano de acordo com o tipo de produtos que os feirantes comercializam.

**TABELA 7**

<b>MELHOR PERÍODO DO ANO PARA SE VENDER NA FEIRA</b>	
<b>MESES DO ANO</b>	<b>PERCENTAGEM</b>
Janeiro a março	3%
Abril a junho	12%
Julho a setembro	7%
Outubro a dezembro	31%
Abril a junho /Outubro a dezembro	40%
Todos	7%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Pesquisa de campo aplicada em Março/Abril de 2011

Sendo assim, de acordo com a Tabela 7 para 3% o melhor período de comercializar se estende do mês de janeiro a março, 12% afirmaram de abril a junho, enquanto 7% de julho a setembro. Para 31% dos feirantes os meses de outubro, novembro e dezembro é o período do ano com maior movimentação e lucratividade na feira. Quanto os 40% existem dois períodos: de abril a junho e outubro a dezembro. O primeiro está relacionado a sazonalidade, período de

colheita dos principais produtos agrícolas da região, que acontece geralmente na época das festas juninas (CORRÊA, 2005). E o segundo período está relacionado com as festas de fim de ano. Durante esse período circula mais dinheiro líquido na cidade devido ao pagamento do décimo terceiro salário dos aposentados, trabalhadores públicos e privados, aumentando dessa forma o aquecimento do comércio. Apenas 7% dos feirantes relataram que não há diferença de um período para outro, de acordo com os mesmos, todos os meses a média de venda e lucratividade são iguais. Portanto, nota-se de início que a hipótese levantada foi comprovada, embora em proporções diferentes entre os consumidores e os feirantes, e como se observou ocorreu principalmente por dois motivos: no período da safra onde aumenta a oferta e diminui os preços e no final do ano quando o comércio se beneficia com a maior circulação de dinheiro.

Os consumidores que frequentam a feira buscam produtos relacionados a vestuários, utensílios domésticos e variedades, e principalmente alimentares. Observando os principais setores da feira, o que mais se destaca é o das frutas e verduras, logo após vem o setor das carnes e derivados, grãos e farinhas, roupas e calçados. Convém ressaltar que não existe um setor específico para os produtos classificados como utensílios domésticos e as variedades em geral, esses estão distribuídos dentro dos principais setores.

**TABELA 8**  
**PRODUTOS QUE OS CONSUMIDORES MAIS COMPRAM NA FEIRA**

CLASSIFICAÇÃO POR SETOR	PERCENTAGEM
Roupas e calçados	2%
Frutas e verduras	20%
Frutas e verduras / carnes e derivados	18%
Frutas e verduras / grãos e farinhas / carnes e derivados	48%
Utensílios domésticos e variedades em geral	6%
Todos	6%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Pesquisa de campo aplicada em Março/Abril de 2011

Como se pode constatar na Tabela 8, apenas 2% dos entrevistados afirmaram comprar constantemente roupas e calçados na feira. Já 20% responderam que obtêm produtos relacionados aos hortifrutigranjeiros, como por exemplo, frutas, verduras e legumes. As carnes, os pescados e seus derivados também estão entre os produtos mais procurados, 18% frequentam a feira só para comprar frutas e verduras, carnes, peixes e derivados. Enquanto isso, 48% relataram que adquirir tanto frutas e verduras, carnes e derivados, grãos e farinhas

na feira é uma questão cultural que está associada a diversos fatores, como por exemplo, amizade, preço, qualidade, atendimento, crédito, entre outras razões que pode criar um vínculo de sociabilidade entre o feirante e o consumidor. Quanto aos utensílios domésticos e as variedades, um percentual de 6% compram freqüentemente, do mesmo modo 6% afirmaram que compram na feira todos os bens necessários ao consumo.

Em relação à escolha do local onde realizam as compras, 54% responderam que sempre compram no mesmo feirante, 46% compram em locais onde existem: melhor produto, mais opção e melhor preço. Observa-se no Gráfico 7 os principais motivos que leva os consumidores a comprar no mesmo local.



**GRÁFICO 7: Motivos pelos quais compram nos mesmos feirantes**  
 Fonte: Pesquisa de campo, Março/Abril de 2011.

Verifica-se que do total de consumidores (54%), 23% compram no mesmo feirante por causa do atendimento. A agilidade e a atenção dos feirantes são fatores que na hora de comprar os consumidores valorizam. Para 16% o fator determinante na hora de fazer as compras no mesmo local é a qualidades dos produtos, enquanto 15% afirmaram que são os preços. Para atender cada vez mais a expectativa dos consumidores quanto à qualidade, os produtos são na maioria das vezes são oriundos do próprio trabalho, produzidos no município pelos feirantes e agricultores.

Quanto aos valores das mercadorias, os consumidores compram no mesmo lugar porque o feirante “sempre dá um jeitinho nos preços” para os fregueses. 27% obtêm os produtos no mesmo feirante pela afetividade ou por ter adquirido esse hábito (cultural) desde a sua geração anterior, já que existem feirantes que estão nessa atividade a mais de 30 anos. Observa-se também que 19% adquirem no mesmo lugar por causa da disponibilidade do crédito pessoal, e que muitas vezes é facilitado devido ao laço de amizade e vizinhança que

construíram ao longo dos anos. Para o consumidor, não só de baixa renda, comprar na feira é a solução mais viável, visto que apenas “o pequeno comércio do circuito inferior está adaptado às condições pela venda a crédito e pelo fracionamento das mercadorias” (SANTOS, 2008, p.240). Alguns consumidores compram pequenas quantidades, apenas o necessário, outros, mesmo dispondo de dinheiro líquido preferem comprar através do crédito, pagando a prazo.

Com relação aos consumidores que não tem um lugar específico para comprar, 46% adquirem os produtos onde encontram os melhores preços. Constatou-se que esse é um fator determinante para os consumidores de baixa renda na hora de comprar.



**GRÁFICO 8: Motivos pelos quais não compram nos mesmos feirantes**  
 Fonte: Pesquisa de campo, Março/Abril de 2011.

A variedade oferecida pelos feirantes torna-se muito importante na hora da comercialização. Desse modo, a variedade dos produtos caracteriza-se como sinônimo de qualidade. Sendo assim, 25% dos entrevistados adquiriam suas mercadorias onde tinha mais opções e 29% onde os produtos eram melhores.

Os consumidores também compram em outros estabelecimentos. Os supermercados são os locais que mais gostam de comprar, já os mercadinhos ficam em segunda opção. As bodegas também fazem parte dessa estatística. O ato de comprar tanto nos mercadinhos quanto nas bodegas é uma característica bastante tradicional e que ainda resiste em meio às modernizações na cidade de Remígio. De acordo com um pequeno percentual de consumidores, compram somente em frigoríficos ou em frutarias.

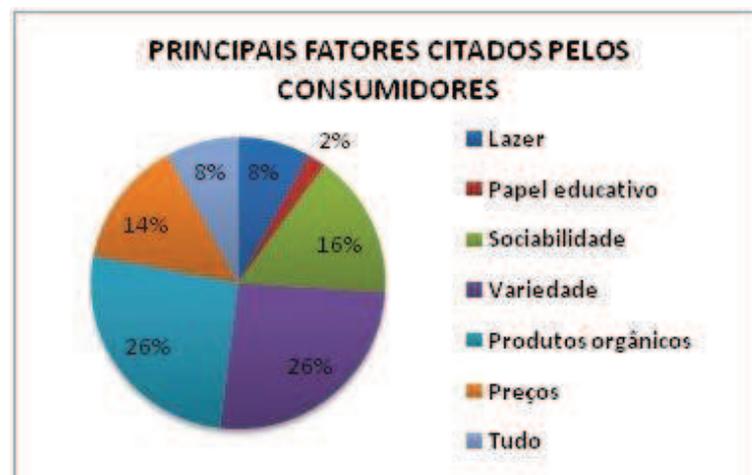
**TABELA 9**

<b>ESTABELECIMENTOS ONDE OS CONSUMIDORES COSTUMAM COMPRAR</b>	
<b>TIPOS</b>	<b>PERCENTAGEM</b>
Supermercados	28%
Mercadinhos	12%
Bodegas	8%
Frigoríficos	2%
Frutarias	4%
Supermercados, frigoríficos e frutarias	16%
Supermercados, frigoríficos e mercadinhos	14%
Todos	16%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Pesquisa de campo aplicada em Março/Abril de 2011

Para alguns entrevistados as compras costumam serem feitas em vários estabelecimentos, por causa das promoções, dos prazos de pagamento que podem ser feitas através do cartão de crédito, segurança, higiene e, sobretudo por causa da entrega em domicílio. Portanto, além de comprar na feira, fazem compras de caráter complementar em supermercados, frigoríficos e frutarias. Já outra parte dos consumidores, dependendo da necessidade obtém os produtos para o consumo domésticos em todos esses estabelecimentos.

Percebe-se que várias situações levam as pessoas à feira, sejam culturais, sociais, econômicas, pessoais ou outros. Assim, com a finalidade de analisar outras variáveis que influenciam os indivíduos a frequentar a feira, perguntou-se aos entrevistados o que eles mais gostavam na feira de Remígio (ver graf. 9).

**GRÁFICO 9: Principais fatores citados pelos consumidores**

Fonte: Pesquisa de campo, Março/Abril de 2011.

A feira além de proporcionar um ambiente de compra e venda, destaca-se como um local de lazer. É onde se encontram, trocam informações, dançam, lancham, namoram, ou seja, se divertem de todas as formas. A feira também representa um papel educativo para a sociedade local. Através da mediação entre feirantes e consumidores sempre surge alguma informação relacionado a saúde e educação ambiental, pois muitas vezes esses atos acabam implicando na obtenção de novos hábitos de vida para ambas as partes. Outro fato interessante é a questão da sociabilidade que existe entre o contato direto do feirante com a clientela, vários consumidores alegaram nos estabelecimentos modernos não existe mais esse contato entre ambas as partes.

Como uma das características da feira é a comercialização, seja no atacado ou no varejo, isso faz com que cada vez mais apareçam produtos diversificados. Observando o Gráfico 9, para 26% dos entrevistados, essa diversificação aumenta as oportunidades de compra e venda dos produtos derivados da agricultura, artesanal, pequena indústria, mercadorias importadas, comestíveis entre outros. A diversificação das mercadorias atrai consumidores com faixa etária diferenciadas, agradando tanto os homens e mulheres quanto as crianças.

A procura por uma melhor qualidade de vida passou a ser a meta de muitas pessoas, assim a busca por alimentos saudáveis é cada vez mais visível na feira, sobretudo dos produtos orgânicos. Esses produtos geralmente são produzidos pelos feirantes agricultores ou adquiridos no próprio município. As vendas no varejo são efetuadas diretamente ao consumidor, no qual sempre se beneficia por causa da oscilação dos preços oferecido pelos feirantes. Nesse caso o objetivo dos feirantes é manter os clientes mesmo com a existência da concorrência, comercializam produtos de qualidade com preço justo, enquanto isso parte dos consumidores quando se identificam com os preços na semana seguinte acabam voltando para comprar no mesmo feirante. Pequena parcela dos entrevistados afirmaram que gostam de tudo na feira, dos diferentes aspectos que representa a vida política, social, econômica e cultural.

Sabe-se que nesse mundo globalizado a cada dia cresce as diferenças econômicas, sociais, políticas e culturais entre as sociedades seja em escala global ou local. Por isso a criatividade popular é capaz de resguarda alguns aspectos locais e através deles mostra a verdadeira identidade do lugar.

De acordo com a observação feita no local da pesquisa existem alguns aspectos na feira livre de Remígio que atrai todos os públicos (**ver tab.10**). Além da existência do espaço econômico, os dados comprovaram que há outros aspectos, diferenciados, que mesmo

sofrendo com as inovações contemporâneas ainda tornam-se atraente, cheio de estratégias, criatividade e prazer.

**TABELA 10**  
**ASPECTOS DA FEIRA QUE MAIS ATRAI OS ENTREVISTADOS**

OUTROS ASPECTOS	PERCENTAGEM
As manifestações culturais	16%
As comidas típicas	10%
A forma de utilização do marketing dos feirantes	24%
A agitação e/ou movimentação da feira	26%
A forma de utilização do marketing dos feirantes e as comidas típicas	9%
Todas as formas anteriores	8%
Outros	7%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Pesquisa de campo aplicada em Março/Abril de 2011

Observou-se que o ambiente da feira se constitui como um espaço determinante para integração social e cultural dos seres humanos, e por isso torna-se um palco repleto de tradições, resguardando a cultura popular, embora em menor proporção em relação ao passado. Muitas das características de origem nordestina têm como palco de realização a feira livre de Remígio. Dessa forma, observou-se que 16% dos entrevistados gostam das principais manifestações culturais ocorridas na feira, seja na forma de artesanato, música, poesia, literatura de cordel, manifestações folclóricas e artísticas, comidas típicas entre outras.



**FOTO 4: Forrozeiros animando o final a feira**

Fonte: Pesquisa de campo, Setembro de 2010.

Já 10% constataram que acham bastante atraentes as comidas típicas que são comercializadas nos bancos e barracas: bolos, galinha caipira, macaxeira, picado e buchada. Outro ponto bastante importante verificado pelos consumidores foi estratégia de marketing utilizada na feira, 24% afirmaram que ficam impressionados com o estímulo dos feirantes em fazer as propagandas das suas mercadorias. A criatividade e a forma de utilização do marketing tornam-se a ferramenta decisiva na hora de atrair e vender os produtos ao público alvo, embora nem sempre as propagandas e os produtos atendam os anseios desses consumidores. Para 9% as comidas típicas e o marketing são motivos que levam tanto os feirantes como os consumidores a comercializar e frequentar os estabelecimentos na feira. A maior parcela dos entrevistados (26%) alegaram que a agitação e /ou movimentação da feira serve para modificar a rotina dos frequentadores e da cidade. Para algumas pessoas a agitação da feira desperta insatisfação, causa desordem, para outras é sinônimo de alegria e divertimento. Já para 8% todos os pontos destacados são interessantes e 7% apontaram outros aspectos que já foram descritos anteriormente.

#### **4.3.3 Crise e perspectivas da feira de 2001 a 2011**

O processo de globalização influencia em todos os aspectos a existência da sociedade. A generalização das modernizações atuais modela o espaço e a sociedade, e nesse sentido as feiras livres se constituem como espaços diferenciados, de relações complexas, que às vezes se contrapõe as inovações contemporâneas. Com diz Coutinho *et al* (2006) dessa forma a feira torna-se importante por resguardar as tradições, mas ao mesmo tempo compromete a sua continuidade.

Conforme argumentado, algumas feiras na contemporaneidade vêm passando por algumas transformações. Essas mudanças podem acontecer de forma positiva ou negativa, segundo a importância e interesses que se queira dar ao lugar. Com base nesse entendimento, buscou-se diante da realidade dos feirantes e consumidores em geral fazer um breve diagnóstico das possíveis crises e perspectivas da feira de Remígio de 2001 a 2011.

Na atualidade, a discussão sobre o futuro da feira de Remígio é algo extremamente relevante do ponto de vista da realidade local. Diante das modernizações, cujos efeitos estão sendo vivenciada pela população, a feira ainda resiste há algumas inovações, e com isso vêm apresentando alguns problemas. Em contrapartida, mesmo em crise, ou seja, resistindo, a feira

tenta se adaptar as novas realidades buscando novas perspectivas. Convém ressaltar que os principais problemas diagnosticados não se apresentam apenas na feira de Remígio. Coutinho *et al* (2006) faz referências a vários problemas existentes nas feiras livres do Brejo Paraibano, além de mencionar algumas feiras no Nordeste, Minas Gerais e São Paulo. Sendo assim, a análise a seguir, buscará destacar o que se evidenciou no espaço da feira.

Em Remígio o órgão responsável pela administração da feira é a Prefeitura Municipal, e cabe a mesma assegurar o bem estar da população que freqüentam esse espaço, seja para comprar, vender, passear, se divertir entre outros. De acordo com os entrevistados, os problemas presentes nesse espaço não se restringem apenas a questões higiênico-sanitárias como na maioria das feiras livres, mas problemas de organização, segurança, educação, fiscalização que vêm causando a insatisfação dos feirantes e consumidores. Observa-se dessa forma que apesar de existir uma administração, as relações pessoais que se desenvolvem nesse local estão sendo interferidas por causa da organização do espaço.

**TABELA 11**  
**PRINCIPAIS INSATISFAÇÕES CITADAS PELOS ENTREVISTADOS**

PROBLEMAS	PERCENTAGEM
Educação ambiental	11%
Fiscalização	19%
Organização	21%
Outros	10%
Segurança	19%
Todos	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Pesquisa de campo aplicada em Março/Abril de 2011

Segundo os entrevistados, entre os problemas enfrentados está a questão ambiental. Para 11% a falta de planejamento no desenvolvimento de uma política educacional por parte dos órgãos governamentais para a feira, vem causando muita insatisfação a população. A inexistência de uma educação ambiental que capacite e leve informações socioambientais aos feirantes e consumidores, quanto ao uso de aparelhos sonoros, manipulação do lixo, poluição da paisagem, higienização dos pontos de vendas, qualidade e origens dos produtos são fatores que vem causando impactos na natureza da feira.

Um dos problemas mais freqüentes nas feiras livres é a falta de fiscalização. Sabe-se que a falta de fiscalização e orientação contínua coloca em risco a integridade física, sobretudo a saúde da sociedade. Através das observações e da constatação dos entrevistados (19%), na feira de Remígio não existe um controle rígido das atividades. A fiscalização e

inspeção não são rotineiras, contrariando os anseios dos feirantes e principalmente dos consumidores. Observou-se que os descontentamentos mais frequentes, em relação à fiscalização, estão relacionados aos produtos e às condições de higiene dos pontos de comercialização.



**FOTO 5: Forma inadequada de comercialização de frangos abatidos**

Fonte: Pesquisa de campo, Junho de 2011.

Pesquisas já realizadas, entre elas Coutinho *et al* (2006), constataram a presença de cães e gatos, insetos, produtos expostos no chão próximos a esgotos e lixos, venda de produtos proibidos, falta de vestimentas e higiene pessoal, todas essas questões colocam em risco o acontecer da feira. Ainda com relação a fiscalização da feira, convém ressaltar que compete a administração municipal em ação conjunta com outros órgãos ou secretarias, principalmente a Vigilância Sanitária fazer a fiscalização dos produtos alimentares, enquanto a fiscalização de alguns equipamentos utilizados pelos feirantes e comerciantes, cabe ao Instituto de Metrologia e Qualidade Industrial da Paraíba – IMEQ-PB fazer a legalização e cobranças das taxas de impostos anuais.

Verificou-se que existem outros problemas que contrariam os consumidores, entre eles está a falta de equipamentos necessários a utilização dos feirantes. Para 10% dos consumidores, os feirantes não dispõem de equipamentos apropriados, como: refrigerador (freezer) para o armazenamento das carnes e peixes, balanças para pesagem das mercadorias (**ver foto 5**), caixas ou sacos para o transporte ou armazenamento das frutas, verduras e legumes, local adequado para avaliar os vestuários e/ou acessórios (COUTINHO *et al*, 2006).

Para 21% dos entrevistados, a feira necessita de melhor organização e estruturação. Como na maioria das vezes o zoneamento da feira se faz de forma espontânea, e cada vez mais as atividades se diversificam, é comum se observar a desorganização de alguns setores. Alguns feirantes com a necessidade de aumentar seu espaço acabam colocando as mercadorias de maneira desordenada nos diversos locais, provocando dessa forma, congestionamentos de pessoas e carinho de mão em alguns lugares da feira. Constatou-se também que o constante trânsito de bicicletas e motocicletas está contribuindo cada vez mais de forma negativa para essa desorganização dos setores.

A segurança, do mesmo modo que a educação, fiscalização e a organização, também é motivo de questionamentos e insatisfação para os frequentadores da feira. Essa problemática afeta não só a feira, mas o comércio em geral e suas imediações. Devido a maior circulação de pessoas, mercadorias e meios de transportes, ocorrem constantes roubos e assaltos. Na sua maioria são adolescentes que aproveitam do vai e vêm da população para praticar furtos nos estabelecimentos comerciais, nos bancos e barracas da feira, e, sobretudo pessoas idosas. Para 19% dos entrevistados, mesmo com as constantes rondas dos policiais e as abordagens dos fiscais municipais a indivíduos suspeitos, a sensação de insegurança ainda é grande, já que essas operações são realizadas apenas em alguns horários durante a feira.

Segundo 20% dos entrevistados, todos esses problemas destacados na Tabela 11 são motivos de insatisfação. Verificou-se que essas dificuldades juntamente com outros relacionados a infraestrutura, gestão e saúde acabam influenciando na mudança dos hábitos dos consumidores, no qual migram em busca de outros estabelecimentos, mais moderno em relação a feira, para poder consumir tranquilamente.

Conforme já relatado, tais insatisfações afligem tanto os feirantes como os consumidores em geral. Mediante as ponderações, serão analisados apenas os principais problemas que vêm comprometendo diretamente as atividades de determinados feirantes.

Quando questionados, os feirantes mencionaram algumas questões estruturais, como: a falta de limpeza dos esgotos, de coleta de lixo e de limpeza dos banheiros públicos; além de questões relacionado a gestão, apoio e incentivos, entre elas a falta de uma legislação clara e, sobretudo falta de incentivos governamentais aos feirantes.

Segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), o lixo pode ser classificar de acordo com a sua origem: residencial, comercial, público, industrial entre outros. Sendo assim, pode-se dizer que a falta de coleta de lixo nas ruas onde acontece a feira livre, sobretudo de entulho da construção civil e dos estabelecimentos comerciais, dificulta a instalação dos bancos, como também a circulação de pessoas e mercadorias.



**GRÁFICO 10: Problemas mais frequentes que afeta os feirantes**

Fonte: Pesquisa de campo, Março/Abril de 2011.

Para 10% dos feirantes, o mau cheiro e o acúmulo de lixo acaba atraindo a presença de insetos e animais, afetando dessa forma diretamente seus produtos e a sua clientela. No que diz respeito à limpeza dos esgotos, observou-se que tanto no mercado quanto no setor das frutas e verduras existem problemas com esgotos. Segundo 5% dos feirantes quando chove nesses locais, por causa do acúmulo de lama e lixo, aumenta o mau cheiro como também os alagamentos.

Outra questão que chama bastante atenção na feira, segundo os entrevistados, são os banheiros públicos, que se localiza no mercado. De acordo com a pesquisa, constatou-se que não existem banheiros suficientes para suprir as necessidades dos frequentadores da feira e os que existem não recebem uma limpeza adequada ou estão em precárias condições estruturais: vasos sem tampas, mictórios insuficientes, portas quebradas e lavatórios sem torneira e água. Diante de tal cenário, para 30% dos entrevistados, por não poder oferecer aos consumidores um banheiro estruturado e limpo acabam prejudicando suas atividades. Essa situação compromete o bem estar de homens, mulheres e crianças, principalmente daquelas que vem da zona rural ou de outras localidades que precisam utilizar os banheiros públicos.

Em relação a legislação da feira, 13% dos feirantes reclamaram da falta de clareza e critérios da administração da feira. De fato, vale destacar que existe no Brasil e nos Estados legislações que regulamenta a divisão do espaço público no dia de funcionamento das feiras, além de medidas administrativas. A falta de diálogo entre a prefeitura e os feirantes quanto a mudança dos pontos, do dia da feira, das taxas de impostos entre outros, são fatores que na maioria das vezes são decididos sem a devida comunicação aos principais interessados. Já quanto a falta de incentivos governamentais, 23% alegaram que seria vantajoso se tivesse pelo

menos um incentivo por parte do poder público para minimizar os problemas de infraestrutura e as dificuldades que impede os feirantes de expandir suas atividades.

Segundo os entrevistados, a falta de incentivo muitas vezes desmotiva não só os feirantes, mas também os agricultores e produtores do município. Cabe destacar que a maioria dos feirantes não tem condições de investir muito capital na sua atividade, na produção, no pagamento de impostos, transporte das mercadorias e mão-de-obra. De acordo com as afirmações, se não houver um investimento, as atividades de alguns feirantes podem correr o risco de se tornarem inviáveis com a redução dos lucros, causando assim o abandono da atividade.

Diante da observação e da análise dos dados realizada sobre a feira, verifica-se outros problemas, entre eles, o da infraestrutura do mercado público. A falta de investimento na modernização do mercado vem comprometendo as atividades dos feirantes e comerciantes fixos que se instalam tanto nos boxes quanto nas barracas, além de está contribuindo de forma negativa para ao aspecto urbanístico da cidade. Para os entrevistados, existem problemas higiênico-sanitários que merecem muita atenção, 95% estão insatisfeitos quanto às condições sanitárias do mercado público e da falta de estrutura nos boxes. Apenas 5% afirmaram ser boa e estarem satisfeito. Do total de 95% dos entrevistados, 28,5% classificaram como regular a infraestrutura do mercado, 66,5% descreveram que é ruim, classificado-a como uma das piores da região. De fato, observa-se que o estado dos boxes e dos bancos que se localiza no interior e no exterior dos pavimentos não oferecem condições de higiene adequada para a comercialização. Nota-se lixo espalhados, restos de mercadorias por toda a parte, sujeiras nos equipamentos e utensílios utilizados pelos feirantes, presenças de animais e insetos conforme já foi descrito, entre outros.

Para comprovar a observação empírica, perguntou-se tanto aos feirantes como os consumidores se tem havido algum investimento na feira ou no mercado por parte dos órgãos públicos. Levando em consideração essa dúvida, 42% afirmaram não ter havido nenhum investimento expressivo na feira nos últimos tempos, e o exemplo disso, pode-se ser constatado nos problemas descritos na Tabela 11 e no Gráfico 10. De acordo com 45%, nos últimos anos houve poucos investimentos, mas mesmo assim, dá para se observar alguma melhoria. Já para 13% nos últimos anos a prefeitura realizou algumas atuações que resultaram no melhoramento da feira. Vale lembrar que essas atuações que readapta a feira na atualidade e cria perspectivas, não parte só da ação dos órgãos governamentais, mas parte também das iniciativas entre comerciantes, feirantes e consumidores que estão sempre em busca de

alternativas com o propósito de melhorar no dia-a-dia as suas atividades e assegurar suas características socioeconômicas e culturais.

Sendo assim, podem-se enfatizar as principais atuações constatadas pela pesquisa de acordo com 58% dos entrevistados. Diante de tais perspectivas, as ações propostas pela prefeitura tiveram como finalidade organizar os feirantes quanto a instalação dos pontos de comercialização. Nesse intuito, a prefeitura modificou alguns setores e ampliou a área da feira, criando novos pontos e organizando os demais. Também foi distribuído entre os setores, vários fiscais com o objetivo de organizar, fiscalizar, garantir a segurança e o bem estar das pessoas, além de fazer a cobrança dos impostos. Atualmente constatou-se a presença dos fiscais na feira, mas mesmo assim, conforme já relatado, as insatisfações por parte dos feirantes e consumidores ainda são numerosas. Quando questionado, a administração alegou ter dificuldades em manter de forma contínua a organização da feira por causa do crescimento e diversificação de feirantes e mercadorias. Segundo os fiscais de tributos para manter a feira organizada é necessário investimentos contínuo, dificuldade essa que a administração enfrenta devido a falta de orçamento financeiro.

Outra ação bastante significativa foi o melhoramento do intenso fluxo de carroças que era visto por todos como um dos principais problemas da feira, principalmente nos setores onde havia uma grande concentração de bancos. Com a intenção de minimizar esse problema a administração fez um levantamento dos carroceiros cadastrando e distribuindo em pontos estratégicos. Constatou-se também que devido a maior circulação de veículos foram feitas algumas intervenções nas proximidades da feira para facilitar o tráfego e também melhorar as condições de estacionamento para as pessoas que freqüentam e trabalham no local. Segundo os entrevistados, essas ruas têm maior movimento durante o período da feira, e com isso foram estabelecidas normas para a acessibilidade dos transportes com pontos estratégicos em determinadas ruas para a população oriunda tanto da zona rural quanto de outras cidades.

No que se refere às estratégias econômicas presentes na feira, verificou-se que existem organizações entre os feirantes e produtores, bem como alto nível de confiança existente entre ambos. Freire e Almeida (2005) retrata que são diversos as estratégias implantadas pelos feirantes na organização das atividades na feira de Remígio. Puderam ser observadas de maneira sucinta algumas dessas organizações, entre elas a transição para o cultivo e produção sem a utilização de agrotóxicos, químicos ou qualquer forma que venha prejudicar o consumidor e o meio ambiente. Da mesma forma, observou-se que alguns feirantes se organizam com o desígnio de obter mais limpeza, mais espaço para a circulação entre os bancos, e com isso proporcionar mais conforto tanto aos feirantes quanto aos consumidores,

além de aprender a estocar e conservar corretamente os produtos e reaproveitá-los, diminuindo assim, os desperdícios. São soluções simples, mas de grande importância para o feirante, já que pela dimensão da sua atividade qualquer tipo de organização, investimento ou qualificação pode significar o fortalecimento da sua atividade (SANTOS, 2008).

A relação dos feirantes com os estabelecimentos comerciais, tidos como mais modernos, tornou-se importante na análise da pesquisa. Bem diferentes da feira na atualidade, esses estabelecimentos inovam cada vez mais na forma de comercialização e atendimento nos serviços, já que passou a fazer parte do cotidiano da população. Assim, em algumas abordagens nas literaturas consultadas, a presença dessa forma mais moderna de comercialização e atendimento pode influenciar tanto no desaparecimento como na sobrevivência do setor mais tradicional, como por exemplo, a feira, as bodegas, os armazéns, os barbeiros, chaveiros entre outros.

No caso de Remígio, observou-se que há uma coexistência dessas atividades, onde ambas se beneficiam uma da outra, mesmo que as práticas comerciais da população remigense tenham passado por algumas mudanças nas últimas décadas, com novas maneiras de consumir e viver. Nesse sentido, segundo os entrevistados, alguns feirantes e comerciantes se organizam entre si ou mantêm certa transparência por perceber da importância estabelecida entre ambos. Observou-se que as razões para esse motivo é que, um se beneficia do outro. Existem feirantes/produtores que no dia da feira abastecem determinados estabelecimentos com seus produtos, e em troca recebe novos produtos diversificando sua atividade cada vez mais.

Outro exemplo pode ser observado através do poder de influência, tanto do feirante como do comerciante, em relação a sua clientela. Esse poder representa um dos elementos fundamentais na hora de sugerir um local ou advertir sobre o mesmo, quando o cliente necessita adquirir bens e serviços. Percebe-se, portanto, uma relação de conhecimento e confiança entre os feirantes, comerciantes e consumidores, de acordo com os entrevistados essa estratégia vem dando significado, beneficiando assim, todas as partes.

Apesar dos poucos investimentos constatados por parte dos órgãos governamentais no período de 2001 a 2011, de acordo com 47% dos entrevistados a feira têm se fortalecido. Os principais motivos para esse fortalecimento foram: aumento da variedade de produtos que contribuiu atraindo mais consumidores, crescimento espacial e melhor comodidade dos pontos de comercialização, maior comprometimento dos feirantes e consumidores, melhor fluidez dos transportes, entre eles os mototaxistas que facilita no deslocamento da população local com preço justo, entre outros. Já 22,5% acharam que a feira tinha enfraquecido devido a

dois motivos: o primeiro está relacionado ao aumento ou a semelhança dos preços das mercadorias na feira, e o segundo motivo, os produtos que antes eram encontrados na feira, hoje podem ser comprados em outros estabelecimentos comerciais. Com relação aos 30,5%, constataram que não observaram nenhuma mudança significativa durante esse período de 2001 a 2011, de acordo com suas afirmações a feira permanecia da mesma maneira que antes. Quando questionados sobre possíveis crises ou perspectivas da feira, afirmaram que essa é uma característica de todas as feiras, no qual conforme sua administração sempre vai existir períodos positivos e negativos.

Conforme já foi exposto, a feira sempre ocorreu aos domingos. Mesmo acontecendo em harmônia, muito se fala em mudar o seu dia. Essa proposta vem se desencadeando desde décadas anteriores e causa polêmica quando discutida com a população, mas até no momento ainda não existe nada de concreto. A feira desde seus primórdios sempre aconteceu aos domingos, durante sua trajetória incidiram algumas modificações que por falta de registro não foram possíveis descrevê-las. Mesmo assim, percebe-se que as modificações não obtiveram o êxito esperado pelos mais interessados na proposta. Segundo os entrevistados, a proposta de mudar o dia da feira sempre aparece como perspectivas e está relacionado a falta de um dia de lazer para a população local. Com a feira aos domingos o comércio e os serviços ficam disponíveis durante todos os dias da semana e assim a cidade não deixa de se movimentar. Então, diante da pesquisa, observou-se a importância de analisar se essa proposta seria viável ou não. Com essa finalidade perguntou-se aos entrevistados de maneira geral se gostariam se mudasse o dia da feira. E por quais motivos os levaram a optarem pela resposta.

Diante das respostas, 35% gostariam se o dia da feira mudasse, em contrapartida 65% não gostariam. Do total de 35%, 67,5% alegaram que o domingo é o único dia de lazer para a população, é o dia de poder descansar, passear, ir a missa, se divertir com os amigos e familiares. Já 32,5% afirmaram que se o dia da feira mudasse seria melhor para o comércio, dava mais oportunidade para os produtos e feirantes locais, além de maior tranquilidade para a população resolver seus afazeres.

Da mesma forma, do total de 65% dos entrevistados que não gostariam (se mudasse o dia da feira), 33% declararam que em outro dia não poderia frequentá-la. Isso porque estaria trabalhando ou comercializando em outras feiras. Para 21% no domingo há mais variedade de produtos e melhores preços, além de proporcionar maior movimentação na cidade em todos os aspectos. Por fim, 46% dos entrevistados declararam que a feira aos domingos já é tradição, e de acordo com os mesmos, se mudasse o dia, a cidade perderia ou diminuiria sua importância econômica, social e cultural.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para compreender a feira livre do município de Remígio analisou-se o processo histórico das feiras da origem a globalização; a organização do espaço das pequenas cidades quanto a sua centralidade, além dos subsistemas da economia urbana presentes nos países subdesenvolvidos. Do mesmo modo, para mostrar a importância socioeconômica e cultural da feira de Remígio, levou-se em consideração o seu processo histórico temporal, a centralização urbana/rural exercida pela cidade na contemporaneidade e a dinâmica do circuito inferior da economia, presente na feira.

Vale ressaltar que não se pode entender a feira na contemporaneidade sem fazer uma contextualização da geo-historicidade de seus fatos, uma vez que esses fatos sempre influenciaram de maneira direta ou indiretamente na organização da economia, da sociedade e do espaço remigense, sobretudo no espaço urbano, e, em especial na feira.

Embora na análise da feira tenha priorizado o enfoque socioeconômico, isso não quer dizer que os aspectos políticos e culturais não estejam incluídos na pesquisa, pelo contrário serviram de suporte indispensável, porém, por causa da complexidade da temática demandaria mais tempo para maior exposição desses aspectos, por isso, foram menos abordados. A partir das observações empíricas e da análise dos dados, pode-se afirmar que a feira de Remígio tem suas especificidades, no entanto, essas características não impedem outras possíveis explicações, já que cada realidade presente no espaço pode sofrer variações quantitativa e qualitativamente de lugar para lugar, com o proceder do tempo.

Sendo assim, constatou-se que com as modernizações atuais novas tecnologias foram desenvolvidas, e com elas surgiram variáveis que se generalizaram, modificando a estrutura dos países subdesenvolvidos, sobretudo do Brasil. Com a difusão da informação e do consumismo moderno, duas variáveis do atual período histórico (técnico - científico e informacional), ao introduzir-se nos territórios, nas regiões e nos lugares acabaram influenciando na organização dos espaços, embora venha acontecendo de maneira seletiva e em diferentes níveis (SANTOS, 2008).

Dessa forma as cidades passaram a revelar os aspectos da modernização tecnológica, não só através da economia, mais também por meio dos fatores políticos, sociais e culturais. Nesse sentido, a cidade de Remígio não se diferencia das demais. Mas, por outro lado, Remígio consegue evidenciar sua própria especificidade, sobretudo através da feira livre. Conhecida tradicionalmente como principal espaço de comercialização da população local, na

atualidade a feira se apresenta como melhor espaço para se analisar os impactos das modernizações ocasionadas pelo atual processo de globalização. Diante do exposto, observou-se a importância da feira de Remígio para o cotidiano dos feirantes, consumidores e frequentadores em geral.

De acordo com a análise dos dados e a dinâmica da feira foram constatadas várias características que mostra o perfil socioeconômico e cultural dessa população, entre elas estão algumas do circuito inferior: predominância dos feirantes do próprio município, onde a maioria é do sexo masculino; a baixa renda de alguns feirantes está relacionada a dificuldade de conseguirem ingressar no mercado de trabalho, muitas vezes devido a falta de estudo ou qualificação profissional, pois grande parte não sabem ler nem escrever; vários feirantes freqüentam outras feiras, onde na sua maioria pretendem continuar na atividade mesmo que os lucros sejam baixos ou variados durante a semana ou durante o mês; o trabalho na feira ocorre de maneira intensiva; a maioria da mão-de-obra utilizada ainda é familiar; os empregos são informais com baixa remuneração, porém importantes; a organização dos setores são bastantes tradicionais, retratando os primeiros tempos da feira; como a atividade é de pequena dimensão, o capital investido é baixo, mesmo assim a enorme fracionamento de mercadorias; os estoques são reduzidos, havendo sempre necessidade de renovação semanal ou mensal; os preços estão sempre sujeitos a oscilação dependendo da mediação entre o comprador e o vendedor; as relações entre os feirantes e os consumidores são satisfatórias; o crédito pessoal ainda pode ser fornecido por causa da relação de amizade e efetividade, entre outros.

Algumas características do circuito inferior não se apresentaram na feira. Constatou-se que não há predominância das mulheres nas atividades comerciais; pouca fluidez dos empregos, a maioria das pessoas que trabalham na feira está na atividade a mais de três anos; também não existe forte intervenção dos intermediários no abastecimento dos produtos, como retrata Santos (2008). Embora os intermediários tenham sido representados na pesquisa, no caso da feira de Remígio o papel do atravessador se apresenta de forma positiva, ao contrário do que caracteriza o circuito inferior. Portanto, o fato de algumas características do circuito inferior não ter sido identificado na feira de Remígio, isso não quer dizer que a teoria de Santos (2008) seja pouco importante, pelo contrário, essas constatações reforçam ainda mais a dinâmica do circuito inferior da economia urbana.

Além das características do circuito inferior, podem-se mencionar outras de extrema importância que foram comprovadas com a pesquisa, entre elas: o comércio na feira pode ser realizado tanto no varejo quanto no atacado, assegurando o consumo da classe pobre e o escoamento das mercadorias locais; na feira também ocorre certa sazonalidade de feirantes e

mercadorias, onde durante o mês, as primeiras feiras foram apontadas como as melhores, mais dinâmicas devido ao pagamento dos empregados e aposentados. Já durante o ano os meses de junho e julho (época das festas juninas) a feira torna-se bastante movimentada com mais produtos e maior intensidade nas vendas, do mesmo modo acontece nos meses de novembro e dezembro quando aumenta a circulação de moeda na feira por causa do aquecimento do comércio local.

Percebeu-se que a dinâmica da feira está relacionada a alguns fatores, principalmente aos dias de pagamento dos salários, estação do ano, além das principais datas comemorativas locais. Nesse caso, devido a sua importância a feira concentra cada vez mais novas atividades comerciais, fato observado através da diversificação dos produtos, dos novos hábitos de consumo, adquirido frente aos meios de informação e pela maior circulação dos transportes locais.

Mesmo fazendo parte do circuito inferior da economia urbana, a feira apresenta diversas estratégias e práticas que vêm garantindo a sua continuidade. Algumas estratégias são praticadas através da organização entre agricultores, feirantes, comerciantes e até consumidores, por exemplo: organização do mercado interno e a transição agroecológica, dos pontos de comercialização como também no transporte e estocagem, reaproveitamentos das mercadorias e outras. Essas alternativas, embora simples, se manifestar de forma positiva se tratando de feira livre. Nessa perspectiva a feira exerce o papel de assegurar o sustento e o trabalho de muitos indivíduos, sobretudo daqueles que vê nela o único meio de sobrevivência, como também daqueles que buscam apenas complementar sua renda familiar.

Depois de ter analisado a feira não se pode deixar de destacar as relações existentes entre campo/cidade. A feira desempenha um papel importante, principalmente para a população rural, por isso de acordo com os entrevistados, a feira aos domingos já se tornou tradição. Ela ainda se evidencia como lugar de compras, encontros, de lazer, palco das manifestações culturais, da sociabilidade em geral, enfim, é onde se divergem ou convergem às múltiplas relações, sejam econômicas, sociais, políticas ou culturais.

Essa condição fica clara nos dias de feira, a dinâmica da cidade muda completamente em relação aos outros dias da semana. Homens, mulheres, jovens e crianças, procedentes da zona urbana, rural ou de outras localidades, seja a pé, de animais, de moto, carro próprio, ônibus ou de caminhão participam ativamente da feira, e de outros serviços disponíveis na cidade durante esse curto período. Por esse motivo, mesmo a feira passando por todo processo de readaptação as modernizações, parte dos feirantes e consumidores afirmaram que a feira entre 2001 e 2011 tem se fortalecido. Para comprovar realmente essas informações seria

necessário uma pesquisa mais aprofundada que abrangesse maior número de feirantes e consumidores, já que o universo da feira é bastante considerável.

Diante de todas essas características não se pode refutar algumas fatores negativos. Em meio as novas exigências de consumo moderno, a feira pode ser considerada como um ambiente de comercialização “tradicional” que vêm passando por algumas dificuldades, embora de certa forma se ajuste a conjuntura moderna, mesmo assim ainda se torna susceptível a ameaças quanto a sua continuidade no espaço urbano. Diante da realidade observada e da análise dos dados, problemas de infraestrutura, higiênico-sanitários, administrativos, falta de políticas de incentivos aos feirantes entre outros, são os principais fatores que vem comprometendo a sobrevivência da feira de Remígio. Mas, mesmo assim, pode-se dizer que a feira livre representa para o município de Remígio (em meios as modernizações) um “pequeno espaço” que ainda promove e assegura (produz e reproduz) a vida local através das inter-relações econômicas, sociais, políticas e culturais. Portanto, pode-se afirmar que a feira se caracteriza como um espaço rugoso, mas em meios as inovações contemporâneas, pois a organização ou a dinâmica da população, sobretudo local, das classes menos favorecidas, origina um processo capaz de absorver diferentes atividades, além de resguardar a verdadeira identidade do lugar.

Em meio a complexidade do tema, a feira apresenta-se com inúmeras possibilidades de pesquisa podendo ser analisada sob a discussão dos vários campos científicos. Com isso os resultados e discussões obtidos com a análise dessa pesquisa foram satisfatórios, todo o estudo a respeito da feira livre de Remígio será de grande relevância para o entendimento dos fatores de ordem econômica, social, política e cultural que se desenvolvem na feira. Espera-se que está pesquisa seja apenas introdutória em relação a Feira Livre do Município de Remígio-PB no contexto das modernizações atuais.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Horácio de. **Brejo de Aréia: memórias de um município**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura, 1958.

ANDRADE, Manuel Correia de. **A Terra e o Homem no Nordeste: contribuição ao estudo da questão agrária no Nordeste**. 7ª. ed. rev. e aumentada – São Paulo: Cortez, 2005.

ANDRADE, Maria Amélia; PINHEIRO, Maria Gilcélia; SILVA, Saulo Rondinelli da. **Feiras Livres: um lugar democrático**. Revistas Virtual Partes, 13 de fev. 2008. Disponível em: <[www.partes.com.br/emquestao/feiraslivres.asp](http://www.partes.com.br/emquestao/feiraslivres.asp)> Acessado em: Abril 2010.

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA PARAÍBA/INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO MUNICIPAL E ESTADUAL. Vol. 1 (1916) - João Pessoa: IDEME, 2008. V. 34

ARAÚJO, Celine Mendes de; DINIZ, Ana Claudia Araújo e SOUZA, Crisólogo Vieira de. A Feira do Município de Esperança sob o enfoque do circuito inferior da economia urbana. *In: X Encontro Regional de Estudos Geográficos – X EREG. Políticas de (Des)envolvimento da/ na REGIÃO NORDESTE: Uma leitura crítica geográfica* 22 a 25 de julho de 2009. Campina Grande, ISBN 978-85-61702-14-4, REALIZE Editora, 2009.

ARAÚJO, Giovanna de Aquino Fonseca. **Múltiplos discursos sobre a feira central de Campina Grande-PB**. Campina Grande: Agenda, 2006.

AZEVEDO, Rosimairé Mendes de; ALVES, Carlos Antonio Belarmino. Feira Livre de Guarabira e o trabalho informal dos carroceiros: um breve estudo. *In: Belarmino Mariano Neto, Luciene Vieira de Arruda (Orgs.). Geografia e Território: planejamento urbano, rural e ambiental*. João Pessoa: Ideia, 2010. cap. 1.10. p. 141-152

BÍBLIA. Português. **Bíblia sagrada**. Tradução de Ivo Storniolo e Euclides Martins Balancin. Edição Pastoral, Brasília, 1991.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A cidade**. 8. ed. 1ª Reimpressão – São Paulo: Contexto, 2007. (Repensando a Geografia).

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo**. 1ª. ed – São Paulo: Labur Edições, 2007.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajéorias geográficas**. 3ª ed. - Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. 2ª ed. – São Paulo: Editora Ática, 1993.

COSTA, Andréia Ferreira; CLEPS, Geisa Daise Gumiero. A Inserção da Feira-Livre no espaço urbano de Uberaba-MG. *In: II Simpósio Regional de Geografia “Perspectivas para o Cerrado no século XXI”*. Universidade Federal de Uberlândia – Instituto de Geografia 26 a 29 de Novembro de 2003. Disponível em: <<http://www.ig.ufu.br/2srg/5/5-73B.pdf>> Acesso em: 21 de Jan. 2010.

COSTA, Antonio Albuquerque da. **Sucessões e Coexistências do Espaço Campinense na sua Inserção ao Meio Técnico-Científico-Informacional**: a feira de Campina Grande na interface desse processo, 2003. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Geografia CFCH/DCG/UFPE, Recife, 2003.

COUTINHO, Edilma Pinto *et al.* Feiras Livres do Brejo Paraibano: crises e perspectivas. *In*: XLIV CONGRESSO DA SOBER “**Questões Agrárias, Educação no Campo e Desenvolvimento**”. Fortaleza, 23 a 27 de Julho de 2006. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/5/663.pdf>> Acesso em: 6 set. 2009.

DANTAS, Geovany Pachelly Galdino; COSTA, Ademir Araújo da. VAMOS À COMPRAS? DINÂMICAS NA FEIRA DE MACAÍBA/RN. *In*: X Encontro Regional de Estudos Geográficos – X EREG. **Políticas de (Des)envolvimento da/ na REGIÃO NORDESTE**: Uma leitura crítica geográfica 22 a 25 de julho de 2009. Campina Grande, ISBN 978-85-61702-14-4, REALIZE Editora, 2009.

FIEP - Federação das Indústrias do Estado da Paraíba, 2010. Disponível em: <http://fiepb.com.br/fiep/>. Acesso em: Julho de 2010.

GEOLOGIA DO ESTADO PARAÍBA - SECTMA/ AESA, 2010. Disponível em: <http://www.aesa.pb.gov.br/> Acesso: março 2010.

HUBERMAN, Leo. **História da Riqueza do Homem**. Rio de Janeiro, ZAHAR Editores, 1976.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. CENSO DEMOGRÁFICO 1960. Disponível em: <<http://www.ibge.com.br>>. Acessado em: 14 mai. 2009.

\_\_\_\_\_. CENSO DEMOGRÁFICO 2000. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 21 de fev.2009.

\_\_\_\_\_. CENSO AGROPECUÁRIO 2007. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 21 de fev.2009.

\_\_\_\_\_. CENSO DEMOGRÁFICO 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: Janeiro de 2011.

LIMA, Anna Erika Ferreira; SAMPAIO, José Levi Furtado. Aspectos da Formação Espacial da Feira-Livre de Abaiara - Ceará: relações e trocas. *In*: XIX ENCONTRO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, **Anais XIX ENGA**, São Paulo, 2009, p. 1-19. Disponível em: <[http://www.geografia.fflch.usp.br/inferior/laboratorios/agraria/Anais%20XIXENGA/artigos/Lima\\_AEF.pdf](http://www.geografia.fflch.usp.br/inferior/laboratorios/agraria/Anais%20XIXENGA/artigos/Lima_AEF.pdf)> Acesso em: 31 de mar. 2010.

PERFIL BÁSICO MUNICIPAL DA PARAÍBA 2008. Disponível em: <http://www.ideme.pb.gov.br>>. Acessado em: 8 de abr. 2010.

**PROGRAMA S.O.S. SECA** – Adote um Município. Coord. Marcelo Rafael Correia Borges da Fonseca; col. Regina Celly Nogueira da Silva... [et al.]. Revisão Augusto de Almeida Simões. – João Pessoa: Gráfica/ Unipê, 2004.

RODRIGUEZ, Janete Lins. (coordenadora) **Atlas Escolar da Paraíba**. 3ª ed.– João Pessoa: GRAFSET, 2002.

SANTOS, Milton. **Espaço e Sociedade: ensaios** Petrópolis: Vozes, 1982.

\_\_\_\_\_. **Técnica, Espaço, Tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional**. São Paulo: Hucitec, 1994.

\_\_\_\_\_. **O Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. 2ª. Ed., 1. reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

\_\_\_\_\_. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal** / Milton Santos. – 15ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

\_\_\_\_\_. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. – 4. Ed.5. reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009. (Coleção Milton Santos; 1)

SERAFIM, Péricles Vitório. **Remígio, Brejos e Carrascais**. João Pessoa. Editora Universitária, 1992.

SILVA, Anderson Marcos da; GONÇALVES, Rayanne Araújo; CHAGAS, Sabrina Lima. **O Nordeste em Compasso de Mudança: análise da feira central a partir do surgimento dos supermercados**. Campina Grande: UEPB, 2009.

SILVA, Antonia Ivone Farias; HOLANDA, Virgínia Célia Cavalcante de. Um Estudo dos Circuitos da Economia Urbana na Cidade de Cariré-CE. **Revista Homem, Espaço e Tempo**, março de 2009. Centro de Ciências Humanas-CCH. Universidade Estadual Vale do Acaraú-UVA. Disponível em: < [www.uvanet.br/rhet/artMar2009/estudo\\_circuitos.pdf](http://www.uvanet.br/rhet/artMar2009/estudo_circuitos.pdf) > Acesso em: 31 de março 2010.

SILVA, Edmilson Meneses da *et al.* **O Desenvolvimento Econômico e Social da Feira Livre de Umbaúba, 1989 a 2009**. Sergipe, 2010. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/articles/33163/1/O-DESENVOLVIMENTO-ECONOMICO-E-SOCIAL-DA-FEIRA-LIVRE-DE-UMBAUBA-1989-a-2009/pagina1.html> > Acesso em: 31 de março 2010.

SILVA, Livia Betânia Wanderley. **A Feira Livre em Pedras de Fogo – PB**, 2006. Monografia (graduação), Centro de Ciências Exatas e da Natureza. Universidade Federal da Paraíba - João Pessoa, 2006.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **ABC do desenvolvimento urbano**/ Marcelo Lopes de Souza. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - QUESTIONÁRIOS APLICADOS AOS FEIRANTES

Questionário nº \_\_\_\_\_ Aplicado em: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_ Sexo: M ( ) F ( ) Idade: \_\_\_\_\_

#### 1. Em qual município você mora?

( ) Remígio ( ) outros, qual? \_\_\_\_\_

#### Onde se localiza?

( ) Zona Urbana ( ) Zona Rural

#### 2. Qual o seu grau de escolaridade?

( ) Da 1ª à 4ª série do ensino fundamental ( ) Da 5ª à 8ª série do ensino fundamental  
 ( ) Ensino médio completo/ incompleto ( ) Ensino superior  
 ( ) Não estudou

#### 3. Desde quando trabalha na Feira?

( ) menos de um ano ( ) entre um e cinco anos ( ) mais de cinco anos, quantos?  
 \_\_\_\_\_

#### 4. Trabalha por conta própria?

( ) Sim ( ) Não

#### 5. Pretende permanecer nessa atividade?

( ) Sim ( ) Não ( ) só por enquanto

Por que? \_\_\_\_\_

#### 6. Trabalha alguém com você?

( ) Sim ( ) Não

#### Quem são?

( ) Familiares ( ) outros, quem? \_\_\_\_\_

#### 7. Você trabalha em feiras de outros municípios?

( ) Sim ( ) Não



Em que? \_\_\_\_\_

**18. Quem você identifica como principal concorrente?**

- ( ) os supermercados      ( ) as frutarias      ( ) outros feirantes  
 ( ) os intermediários      ( ) os frigoríficos      ( ) não tem concorrentes

**19. Em sua opinião existe algum problema na feira que afeta diretamente os frequentadores?**

\_\_\_\_\_

**20. Dos itens abaixo, qual o que mais lhe atrai na Feira?**

- ( ) manifestações culturais      ( ) comidas típicas      ( ) lazer  
 ( ) movimentação e circulação de pessoas e mercadorias      ( ) produtos  
 ( ) todos os itens anteriores      ( ) outros, quais? \_\_\_\_\_

**21. O que acha da estrutura higiênico-sanitária da Feira?**

- ( ) Ruim      ( ) Regular      ( ) Boa      ( ) Ótima

**22. Quais são os problemas que afeta diretamente a sua atividade na Feira?**

\_\_\_\_\_

**23. Tem havido algum investimento por parte da administração na organização da Feira**

- ( ) Sim      ( ) Não      ( ) muito pouco

Quais? \_\_\_\_\_

**24. Entre 2000 e 2011 você acha que a Feira tem:**

- ( ) fortalecido      ( ) enfraquecido      ( ) continua da mesma forma que no passado

**OBS: Se por acaso, a resposta for enfraquecido, responda a questão abaixo.**

**25. Na sua opinião, por qual dos motivos a Feira tem perdido sua importância?**

- ( ) diminuição das mercadorias produzidas no município ou na região do brejo.  
 ( ) diminuição da qualidade e da diversidade dos produtos.  
 ( ) aumento dos preços das produtos devido a escassez.  
 ( ) os produtos antes adquiridos na feira, hoje podem ser obtidos em qualquer local.  
 ( ) todos os motivos anteriores.  
 ( ) outros motivos.

**26. Você gostaria se mudasse o dia da feira?**

- ( ) Sim      ( ) Não

Por que? \_\_\_\_\_

## APÊNDICE B - QUESTIONÁRIOS APLICADOS AOS CONSUMIDORES

Questionário nº \_\_\_\_\_ Aplicado em: \_\_\_\_\_  
Nome: \_\_\_\_\_ Sexo: M ( ) F ( ) Idade: \_\_\_\_\_

**1. Em qual município você mora?**

( ) Remígio ( ) outros, qual? \_\_\_\_\_

**Onde se localiza?**

( ) Zona Urbana ( ) Zona Rural

**2. Você trabalha?**

( ) Sim ( ) Não

**Em que?** \_\_\_\_\_

**3. Qual o seu grau de escolaridade?**

( ) Da 1ª à 4ª série do ensino fundamental ( ) Da 5ª à 8ª série do ensino fundamental  
( ) Ensino médio completo/ incompleto ( ) Ensino superior  
( ) Não estudou

**4. Você sempre vai a Feira?**

( ) Sim ( ) Não

**5. Quando vai a Feira utiliza algum meio de transporte?**

( ) Sim ( ) Não

**Qual (is)?** \_\_\_\_\_

**6. Além de ir à Feira existem outros motivos que lhe leva à cidade ou ao centro aos domingos?**

( ) Sim ( ) Não

**Qual (is)?** \_\_\_\_\_

**7. O que você mais gosta na feira?**

\_\_\_\_\_

**8. Você sempre compra na feira?**

Sim                                       Não                                       às vezes

**O que?** \_\_\_\_\_

**9. O que acha dos preços na Feira?**

Ruim                       Regular                       Bom                       Ótimo

**10. Por que você compra na feira?**

\_\_\_\_\_

**11. Você compra sempre no mesmo comerciante?**

Sim                                       Não

**Por quê?** \_\_\_\_\_

**12. Quais os produtos que você mais compra na feira?**

frutas, verduras e legumes                       grãos e farinhas                       carnes e derivados  
 roupas e calçados                       utensílios domésticos                       acessórios em geral  
 artesanato                       todos                       outros

**13. O que você acha do atendimento na Feira?**

Ruim                                       Regular                                       Bom                                       Ótimo

**14. Além de comprar na feira você compra em outros locais?**

Sim                                       Não

**Quais?** \_\_\_\_\_

**15. Durante o ano, qual é o melhor período para se comprar na feira?**

janeiro a março                       março a junho                       junho a setembro  
 setembro a dezembro                       todos                       nenhum

**16. Em sua opinião o que mais lhe atrai na feira:**

as manifestações culturais                       as comidas típicas                       o lazer  
 a forma que os feirantes tem de atrair os consumidores                       os produtos  
 todos os itens anteriores                       outros, quais? \_\_\_\_\_

**17. Em sua opinião existe algum problema na feira que afeta diretamente os frequentadores?**

\_\_\_\_\_

**18. O que acha da estrutura higiênico-sanitária da Feira?**

- Ruim                       Regular                       Boa                       Ótima

**19. Você gostaria se mudasse o dia da feira?**

- Sim                       Não

**Por quê?** \_\_\_\_\_

**20. Entre 2001 e 2011 você acha que a Feira tem:**

- fortalecido                       enfraquecido                       continua da mesma forma que no passado

**OBS: Se por acaso, a resposta for enfraquecido, responda a questão abaixo.**

**21. Em sua opinião, por qual dos motivos a Feira tem perdido sua importância?**

- diminuição das mercadorias produzidas no município ou na região do brejo.  
 diminuição da qualidade e da diversidade dos produtos.  
 aumento dos preços das produtos devido a escassez.  
 os produtos antes adquiridos na feira, hoje podem ser obtidos em qualquer local.  
 todos os motivos anteriores.  
 outros motivos.