



Figuras 5. Confeções comercializadas na feira livre de Alagoa Grande-PB..  
Fonte: A autora. Trabalho de campo, 2014

Todo o abastecimento de carne e o abate de animais para a feira livre de Alagoa Grande é realizado através do matadouro público. O abate é realizado um dia antes. No caso se a feira for no sábado, o animal é abatido na sexta-feira à tarde. Devido à forma de exposição, a comercialização da carne se concentra, na sua maioria, dentro do mercado público. Como mostra a figura 6:



Figura 6: A comercialização das carnes no mercado público  
Fonte: A autora. Trabalho de Campo, 2014.

Segundo o gráfico 7, no decorrer dos anos, houveram mudanças significativas na feira de Alagoa Grande. A principal delas foi o fechamento da usina Tanques, que trouxe consequências econômicas ao município, pois quando a usina funcionava possibilitava emprego e renda para a população. Após o fechamento da usina, foi

notório a queda na economia que repercutiu no funcionamento da feira, que antes ocorria em dois períodos: manhã e tarde e depois do ocorrido passou a funcionar apenas no período da manhã.

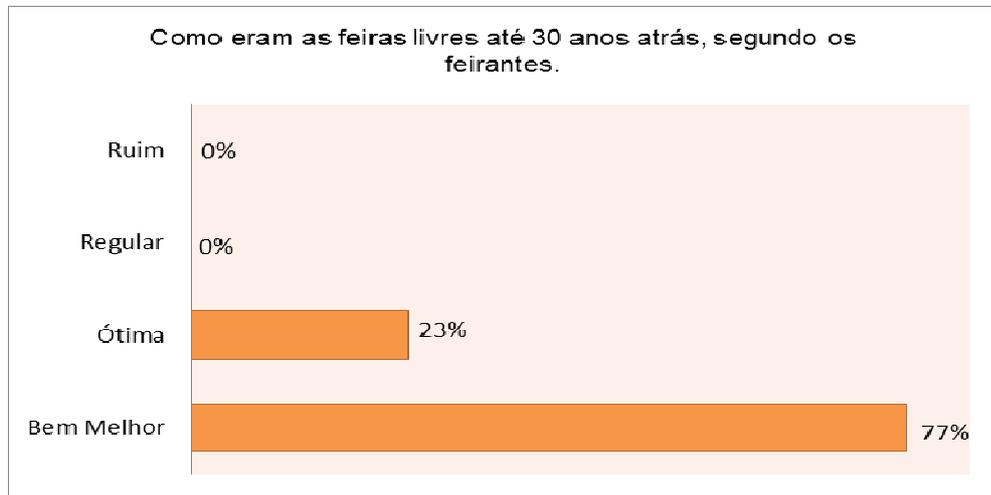


Gráfico 7. Como eram as feiras livres até 30 anos atrás, segundo os feirantes.  
Fonte: A autora. Trabalho de campo, 2014.

No decorrer da pesquisa, algumas deficiências em relação a organização na feira livre de Alagoa Grande foram apontadas pelos entrevistados. Diante disso, as principais foram: a falta de segurança; a falta de fiscalização; o intenso fluxo de carroças; a falta de estacionamento nas ruas adjacentes a feira; a falta de padronização das bancas; e os impactos gerados pelo trânsito da cidade.

Então, estas foram as principais características relacionadas aos feirantes. A seguir será discutido resumidamente o perfil dos consumidores.

## 4.2 O perfil dos consumidores

Após identificar as principais características dos feirantes, também buscou-se conhecer o perfil dos consumidores da feira livre de Alagoa grande. Semanalmente, são inúmeras as pessoas que se deslocam de suas residências para comprar os mais variados produtos. Nesse contexto, o *frenesi* dos consumidores retrata a dinâmica da feira livre e assim das diversas interações nesse espaço.

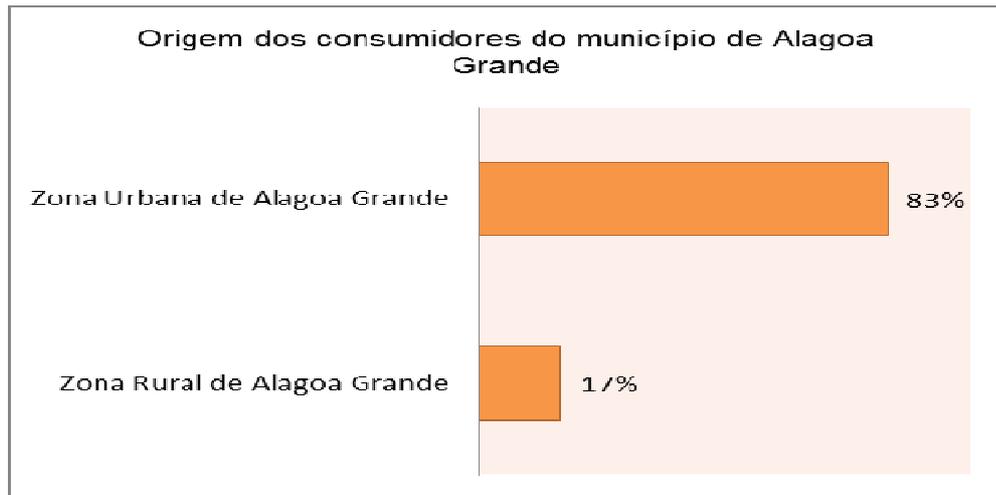


Gráfico 8. Origem dos consumidores do município de Alagoa Grande.  
 Fonte: A autora. Trabalho de campo, 2014.

Conforme o gráfico anterior (8), a maioria (83%) dos frequentadores da feira que moram no próprio município de Alagoa Grande residem na zona urbana do município, e 17% desses consumidores residem na zona rural e entorno do município. Embora tenham duas feiras por semana, uma na quarta e uma no sábado, os consumidores preferem comprar as suas mercadorias no sábado, já que na quarta-feira, compram apenas o que está faltando de imediato.

Outra questão levantada na pesquisa foi saber a quanto tempo os consumidores frequentam a referida feira livre, conforme mostra no gráfico 9. Os dados levantados apontam que os consumidores da feira livre, são em sua maioria, “antigos”, pois 43% dos entrevistados afirmaram que frequentam a feira regularmente entre 12 a 25 anos; outros 23% afirmaram que utilizam a feira a mais de 40 anos. Portanto já traduz-se num rito cultural para a maioria dos consumidores. A feira caracteriza-se como um espaço de trocas, não apenas comerciais, mas de amizades e de experiências.

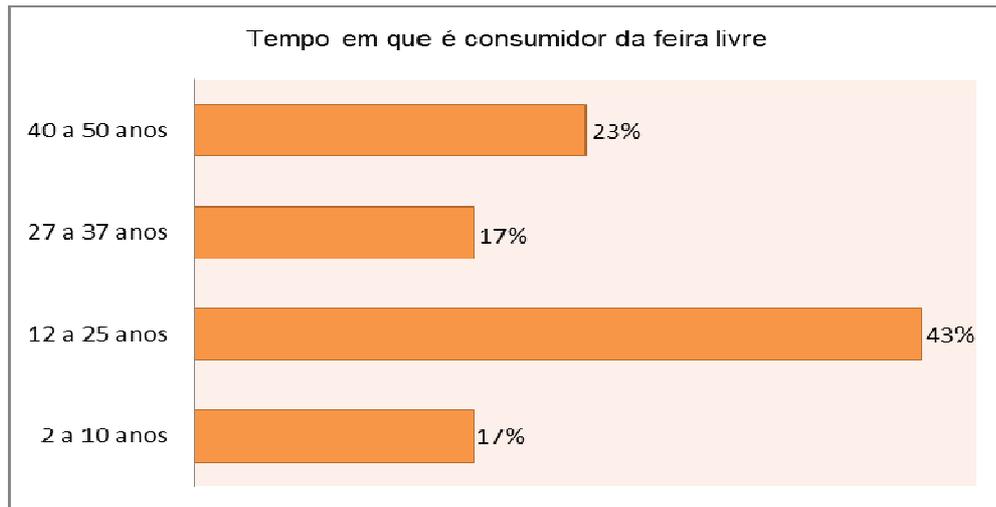


Gráfico 9: Tempo em que é consumidor da feira livre.  
Fonte: A autora. Trabalho de campo, 2014.

Os consumidores que compram na feira livre e residem no município de Alagoa Grande, fazem esse deslocamento principalmente a pé, de taxi e de mototaxi. Já para os residentes da zona rural e de outros municípios, os principais meios de transporte utilizados por eles são os carros fretados ou particulares, ônibus e o transporte alternativo. Cada qual, com o seu tempo pré-determinado para poder chegar a feira, conforme mostra o gráfico 10:

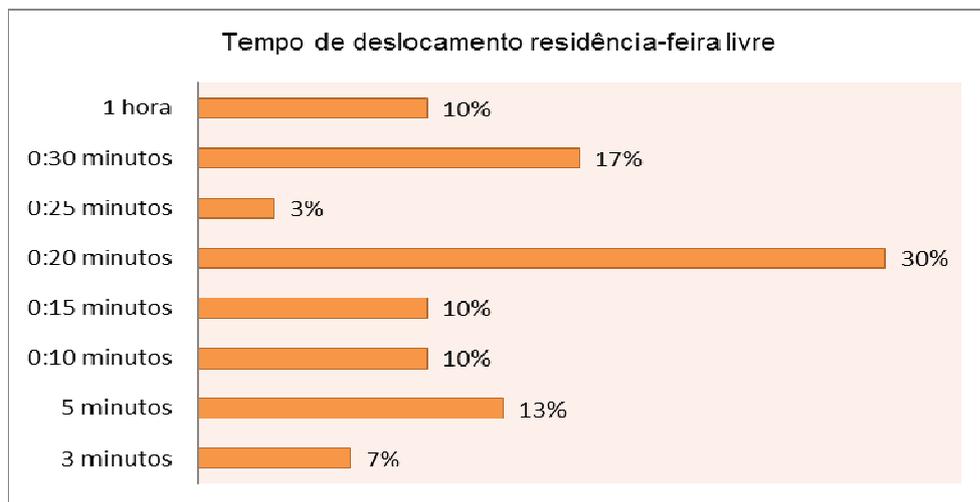


Gráfico 10: Tempo de deslocamento residência-feira livre.  
Fonte: A autora. Trabalho de campo, 2014.

O gráfico anterior (10) demonstra que a maioria dos consumidores (90%) realiza o deslocamento entre sua residência e a feira livre no intervalo de tempo de até 30 minutos. Portanto, os consumidores das feiras livres de Alagoa Grande são

predominantemente do próprio município e não gastam muito tempo com esse deslocamento.

Para os consumidores entrevistados, cerca de 3% preferem comprar os seus produtos unicamente na feira e 97% revelaram que compram os seus produtos nos supermercados e quitandas (gráfico 11). Desse total de 97%, 60% dos consumidores utilizam a feira livre e supermercados.

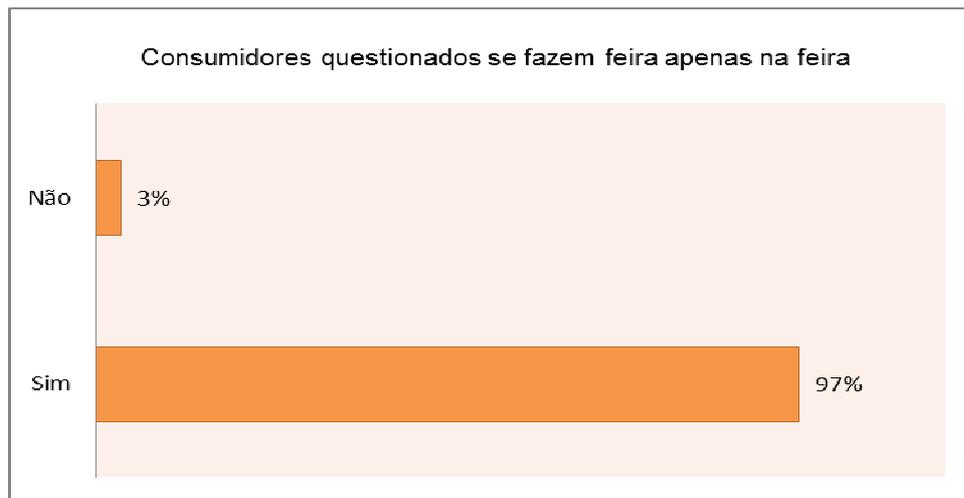


Gráfico 11. Consumidores questionados se fazem feira apenas na feira livre.  
Fonte: A autora. Trabalho de campo, 2014.

Sobre os que optam por comprar somente na feira, a sua principal justificativa está relacionada aos seguintes motivos: preços atrativos (33%); melhores mercadorias (30%); praticidade (17%); produtos novos (10%) e promoções (10%), conforme o gráfico 12. Já os que optam por comprar nos supermercados e quitandas, encontram além de uma diversificação de produtos, comodidade, conforto e segurança, as facilidades de pagamentos e as promoções. E por fim, os que utilizam tanto a feira como os supermercados, procuram principalmente a qualidade, já que preferem comprar carnes e verduras na feira, enquanto que nos supermercados compram os produtos industrializados.

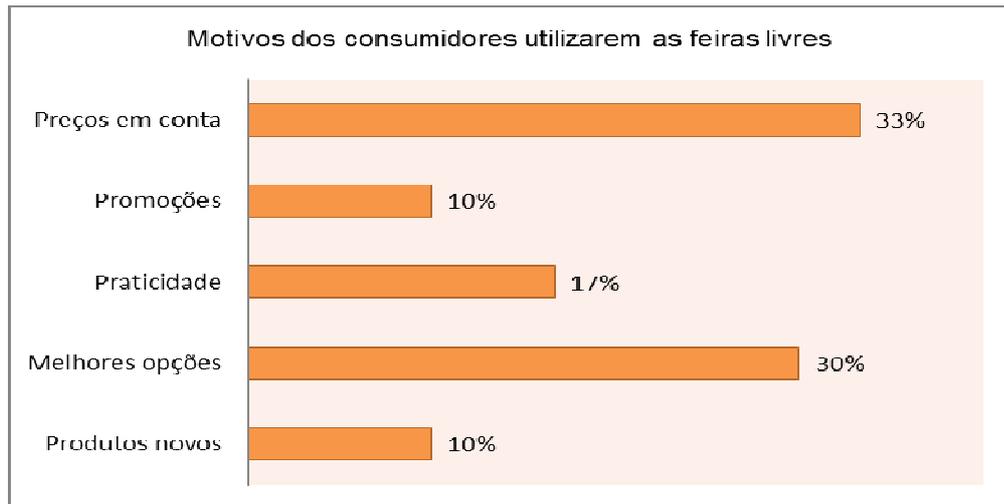


Gráfico 12: Motivos dos consumidores utilizarem as feiras livres.  
Fonte: A autora. Trabalho de campo, 2014.

Segundo os consumidores entrevistados, muitos estão insatisfeitos com a situação das feiras livres e afirmam que há muito o que ser melhorado na feira livre de Alagoa Grande, como mostra no gráfico 13, ao serem questionados sobre o que precisa melhorar na feira livre.

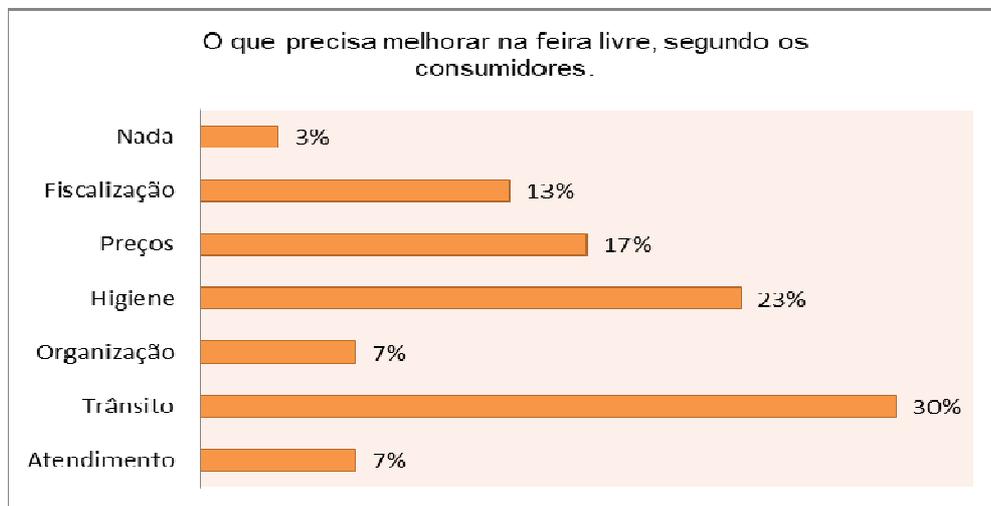


Gráfico 13: O que precisa melhorar na feira livre, segundo os consumidores.  
Fonte: A autora. Trabalho de campo, 2014.

Conforme o gráfico anterior (13), o trânsito foi apontado por 30% dos consumidores como sendo o principal item a ser melhorado no local de realização da feira livre, depois foi citado a higiene, preços, fiscalização, etc. Este problema relacionado ao trânsito, a mobilidade urbana atinge não apenas as grandes e médias cidades, mas as pequenas cidades também, haja vista, o pouco caso dos

gestores públicos com um planejamento adequado visando o crescimento rápido das cidades e da população urbana.

Para os entrevistados, uma das questões mais relevantes que os fazem comprar nessa respectiva feira é: a tradição, os preços, tradição e preferência, etc. Nesse sentido, a mesma possui uma importância significativa na sua representatividade, como demonstra o gráfico 14:



Gráfico 14: O que a feira livre representa, segundo os consumidores.  
Fonte: A autora. Trabalho de campo, 2014.

Na opinião dos consumidores entrevistados, a feira representa uma tradição que passa de pai para filho. É algo que está inserido na cultura do povo, como bem retrata o gráfico anterior (14). A feira representa também “alegria”, “tudo”, enfim... Quando parte dos consumidores afirmam que a feira representa “tudo”, isto demonstra o quanto essa atividade é importante para grande parte da população.

Então, estes foram alguns dados levantados referentes aos feirantes e consumidores, portanto, os principais atores que constituem a feira livre do município de Alagoa Grande.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora permaneça a existência dos supermercados, as feiras livres vem se mantendo no espaço urbano das cidades, através das diversas relações entre o feirante e o consumidor. As mesmas apresentam mercados diversificados de

produtos locais e regionais, tanto urbanos quanto rurais, atendendo às necessidades dos consumidores.

As feiras, no interior do nordeste, têm um papel relevante no contexto local. Percebeu-se que muitas famílias sobrevivem das feiras livres, pois não contam com outra fonte de renda. A feira de Alagoa Grande tem uma importância significativa, tendo em vista a quantidade de pessoas que dependem da mesma para sobreviver.

A dinâmica da feira livre demonstra que a mesma está sempre em processo de transformação, pois, a cada dia que se realiza, novos elementos, hábitos culturais vão sendo incorporados ou modificados. Mas, percebe-se que a cultura do encontro semanal, da troca de experiências, do “bate papo” rápido, permanece. E é por isso que a feira é um espaço rico de relações econômicas, sociais, culturais e afetivas.

Dessa maneira, este trabalho contribui para o entendimento da importância que a feira ocupa nas atividades desenvolvidas nela. Sem dúvida, é um local onde as mais diversas manifestações acontecem.

## **ABSTRAC**

This research work aims to analyze the socio-economic dynamics of the free fair in the city of Alagoa Large-PB, permeated through relationships; marketer and consumer. Present in the Brazilian northeast, the fairs have been consolidated in the urban space as a form of marketing, considering its wide diversification of products, meeting the diverse needs of the population. This research was outlined by work in the field, reading and analysis of texts and images. 60 questionnaires were completed; 30 and 30 for the vendors to consumers, which evidenced its importance and its representation to that community. The dynamics of free fair is to maintain the bonds of familiarity and neighborhood, with its dynamism through the day to day of stallholders and their interaction with consumers. Notably, it is a place that expresses a popular and cultural tradition.

Keywords: Dynamics. Trader. Consumer. Tradition

## **REFERÊNCIAS**

ANDRADE, M, C, de. **Geografia Econômica**. – 12 ed. – São Paulo: Atlas, 1998.

AZEREDO, R.M. de; ALVES, C.A.B. **Feira Livre de Guarabira e o trabalho informal dos carroceiros: um breve estudo**. In: Belarmino Mariano Neto e Luciene Vieira de Arruda (orgs). Geografia e Território Planejamento Urbano, Rural e Ambiental. Ideia. João Pessoa, 2010, 141-152.

BERNARDINO, S. da S. **Cultura, Paisagem e Território da Feira Camponesa: uma análise no município de Jacaraú-PB.** In: Belarmino Mariano Neto e Luciene Vieira de Arruda (orgs). *Geografia e Território Planejamento Urbano, Rural e Ambiental.* Volume II. Ideia. João Pessoa, 2013, 353-365.

BERNARDINO, S. da. S. **Cultura, Paisagem e Território da Feira Camponesa: Uma Análise no Município de Jacaraú.** *Monografia* (Especialização em Geografia) – Centro de Humanidades, Campus III, Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira, 2010,45p.

CLEPS, G. D. G. **Comércio informal e a produção do espaço urbano em Uberlândia** (MG). Soc. nat. (online), Dez 2009, vol.21, no. 3, p. 327-339.

CORDEIRO, D. **A feira livre e sua importância para a população da cidade de Nova Cruz/RN.** 2008. *Monografia* (Graduação em Geografia) – Centro de Humanidades, Campus III, Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira.

COSTA, J.M. **Feira livre do bairro Alto do Mateus: um aglomerado subnormal.** 2007.48f. *Monografia* (Graduação em Geografia) - Centro de Ciências Exatas e da Natureza. Departamento de Geociências, Campus I, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

DANTAS, G.P.G. **Feira livre de Macaíba/RN: um estudo das modificações na dinâmica socioespacial (1960-2006) –2007.**209 f. *Dissertação* (Mestrado em Geografia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.

FARIAS FILHO, E.R.de. **A Feira Livre do Bairro dos Estados- PB.** *Monografia* (Bacharelado em geografia)- Centro de Ciências Exatas e da Natureza, Departamento de Geociências, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2008, 48p.

ROCHA, H. C. et al. **Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo,** RS. *Cienc. Rural,* Dez 2010, vol.40, no. 12, p.2593-2597.

SANTOS, M; SILVEIRA, M. L.1926-2001. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI.** – 12 ed. – Rio de Janeiro: Record, 2008.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos.** 2 ed. São Paulo: Edusp, 2008, 440p.

SATO, L. **Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre.** *Psicol. Soc.,* 2007, vol.19, no. spe, p.95-102.

SILVA, L.B.W. **A feira livre em Pedras de Fogo/PB.** 2006.57f. *Monografia* (Graduação em Geografia) – CCEN, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

SOUZA, E. B. D. **A feira livre na cidade de Guarabira - PB - Em torno dos mercados públicos,** vista com o auxílio de fotografia. *Monografia* (Graduação em

Geografia) - Centro de Humanidades-Campus III, Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira, 2006, 51p.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. <http://www.cidades.ibge.gov.br/>  
Acessado em 28/07/2014.

Referência da figura: IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br) acessado em 01/08/2014.

# APÊNDICES



Formulário elaborado para a coleta de informações sobre a feira livre do Município de Alagoa Grande-PB.

**OBJETIVO:** Coleta de informações para elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)

**Dados do Feirante:**

Data: \_\_/\_\_/\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_ Grau de instrução: \_\_\_\_\_

Localidade: \_\_\_\_\_

1) Há quantos anos trabalha na feira?

\_\_\_\_\_

2) Quantas pessoas trabalham com você? Dessas, quantas fazem parte da sua família?

\_\_\_\_\_

3) Como você obteve esse ponto na feira?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4) Se comprou ou herdou, foi de quem?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5) Na sua opinião, como eram as feiras a 10 anos atrás e como estão hoje?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6) De onde vêm os produtos que você comercializa?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

7) Para você, o que é preciso melhorar nesta feira?

---

---

8) Em relação aos lucros, quanto você costuma ganhar e quais os dias das “melhores” feiras?

---

---

9) O que a feira representa para você?

---

---

10) Qual a sua renda mensal?

---

11) Além da feira, você tem algum outro trabalho? Se sim, qual?

---

---

12) A maioria dos seus clientes é de qual município?

---

13) Os feirantes pagam alguma taxa para prefeitura? Associação? Quanto?

---



Formulário elaborado para a coleta de informações sobre a feira livre do Município de Alagoa Grande-PB.

**OBJETIVO:** Coleta de informações para elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)

**Dados do Consumidor:**

Data: \_\_/\_\_/\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_ Grau de instrução: \_\_\_\_\_

Localidade: \_\_\_\_\_

1) Há quanto tempo frequenta a feira?

\_\_\_\_\_

2) Qual(s) o(s) dia(s) que você costuma vir a feira?

\_\_\_\_\_

3) Dê uma nota de 0 a 5 (sendo 0: ruim e 5: ótimo) para as seguintes opções;

a) Preço \_\_\_\_\_ b) Qualidade dos Produtos \_\_\_\_\_

c) Higiene \_\_\_\_\_ d) Atendimento aos consumidores \_\_\_\_\_

e) A organização da feira \_\_\_\_\_

f) Forma de como os produtos são expostos \_\_\_\_\_

4) Porque você vem para esta feira livre?

\_\_\_\_\_

5) Para você, o que é preciso melhorar nesta feira?

\_\_\_\_\_

6) Além da feira, você costuma comprar nos supermercados e quitandas? Porque?

\_\_\_\_\_

7) Você tem um único feirante para comprar os seus produtos? Porque?

\_\_\_\_\_

8) Qual é o seu grau de relacionamento com o(os) feirante(s)?

\_\_\_\_\_

9) Quanto você costuma gastar quando vem à feira?

\_\_\_\_\_

10) Quais são os produtos que você compra na feira?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

11) Em média, quanto tempo você gasta fazendo a feira?

---

12) Você costuma conversar sobre outros assuntos com o feirante? Quais?

---

13) Você acha que os produtos que compra, vem de onde?

---

14) Qual o meio de transporte que você utiliza para chegar na feira?

---

15) Quanto tempo você gasta para poder chegar na feira?

---

16) O que a feira representa para você?

---

---

---