



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE – UFCG
CENTRO DE HUMANIDADES – CH
UNIDADE ACADÊMICA DE GEOGRAFIA – UAG
CURSO DE GEOGRAFIA

JAMESSON FERREIRA BARBOSA

**A FEIRA DE ALAGOA NOVA – PB: PERMANÊNCIAS E
TRANSFORMAÇÕES DO COMÉRCIO LOCAL**

CAMPINA GRANDE- PB

2017

JAMESSON FERREIRA BARBOSA

**A FEIRA DE ALAGOA NOVA – PB: PERMANÊNCIAS E
TRANSFORMAÇÕES DO COMÉRCIO LOCAL**

Artigo apresentado ao Curso de Licenciatura em Geografia da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), em cumprimento as exigências para obtenção do título de Licenciado em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Lincoln da Silva Diniz

CAMPINA GRANDE- PB

2017

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DA UFCG

- B238f Barbosa, Jamesson Ferreira.
 A feira de Alagoa Nova-PB: permanências e transformações do comércio local /
 Jamesson Ferreira Barbosa. – Campina Grande, 2017.
 21 f.
- Artigo (Licenciatura Plena em Geografia) – Universidade Federal de Campina
 Grande, Centro de Humanidades, 2017.
 "Orientação: Prof. Dr. Lincoln da Silva Diniz".
 Referências.
1. Comércio – Feiras Livres. 2. Feira de Alagoa Grande-PB – Comércio Local.
 I. Diniz, Lincoln da Silva. II. Título.

CDU 339.177(043)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE GEOGRAFIA
CURSO DE GEOGRAFIA

FOLHA DE APROVAÇÃO

BANCA EXAMINADORA DE: JAMERSON FERREIRA BARBOSA

TÍTULO: A FEIRA DE ALAGOA NOVA-PB: PERMANÊNCIAS E TRANSFORMAÇÕES DO
COMÉRCIO LOCAL

Campina Grande (PB), 23 de março de 2017.

Prof. Dr. Lincoln da Silva Diniz (UFCG - Orientador)

Profa. Dra. Kátia Cristina Ribeiro Costa (Examinadora Interna)

Prof. Dr. Sérgio Luiz Malta de Azevedo (Examinador Interno)

BARBOSA, Jamesson Ferreira. **A FEIRA DE ALAGOA NOVA – PB: PERMANÊNCIAS E TRANSFORMAÇÕES DO COMÉRCIO LOCAL** 21 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Geografia). Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2017.

RESUMO

A feira livre de Alagoa Nova é um evento ocorrido em local público no qual as pessoas se reúnem periodicamente, com exposição de produtos e serviços, onde há interação entre feirante e consumidor, ocasionando compras, dinamizando o espaço e a economia local. Esse artigo apresenta o resultado da pesquisa sobre a feira livre da cidade de Alagoa Nova, buscando identificar as transformações e permanências ocorridas a partir das novas formas de comércio. Ao longo do tempo a feira sempre constituiu um espaço de consumo e lazer, com aspectos históricos remetentes a fundação do próprio município. Por se tratar de uma prática comercial exercida ao ar livre, esta contribui para que a área receba fluxos de pessoas e mercadorias de outras localidades circunvizinhas. Buscando identificar as possíveis transformações ocorridas no setor. Neste sentido, para a realização desta pesquisa observou-se alguns procedimentos técnicos e metodológicos, como: revisões bibliográficas, aplicação de entrevistas e questionários com os clientes e feirantes, levantamentos e análise de dados do comércio da feira.

Palavras-Chave: Feira de Alagoa Nova. Permanências e Transformações. Novas Formas de Comércio.

THE STREET FAIR OF ALAGOA NOVA - PB: PERMANENCES AND LOCAL TRADE TRANSFORMATIONS

ABSTRACT

The fair is an event organized outdoor in a public place where people meet regularly, there are exhibition of products and services, where there is interaction between vendor and consumer, facilitating purchases, streamlining the space and local economy. The present article proposes to conduct an analysis of the fair in the City of Alagoa Nova, seeking to identify the transformations and permanence occurring from the new ways of trading. Throughout time, the fair has always been a space for consumption and leisure, with historical aspects coming from the foundation of the city. Because it has been a commercial practice exercised outdoors, it contributes for the area to receive flows of people and goods from other neighboring areas, seeking to identify the possible transformations in the sector. Therefore, to accomplish the research there were some technical and methodological procedures, such as bibliographic reviews, interviews and questionnaires application with customers and vendors, surveys and analysis of the fair trade data.

Keywords: The Street Fair of Alagoa Nova, Permanence and transformation, New Ways of Trading.

1.0 INTRODUÇÃO

Entendemos que a feira livre é um espaço de comercialização popular, que permanece atuante na economia de diversos municípios brasileiros no período atual, exercendo significativa importância na vida urbana e regional. (WANDERLEY, 1995).

Em Alagoa Nova, Município localizado na Microrregião do Brejo Paraibano, a feira ainda se configura, na atualidade, como um importante ponto de comercialização e de desenvolvimento comercial local e regional, uma vez que esse espaço ainda concentra e abrange parte significativa da vida econômica e cultural dos habitantes locais dos municípios, seja da zona urbana ou rural.

A feira tem caráter diversificado, onde circulam pessoas de todos os tipos, sejam vendedores, compradores ou simples “passantes”, surgindo não apenas o comércio de frutas, legumes, verduras ou outros itens alimentícios, surgindo ainda ambulantes, transportadores, comércio e prestação de serviços de outros itens que visam atender diversas demandas.

As feiras livres ainda possuem seus “encantos”, visto que ainda sobreviveram mesmo após o surgimento dos supermercados, enquanto que algumas se demonstram enfraquecidas, outras permanecem fortes e com movimento indicativo de força econômica, inclusive tornando-se evento turístico, voltando a reforçar a importância sociocultural da feira livre no Brasil.

No município de Alagoa Nova ocorrem diversas oportunidades para vários tipos de comerciantes na feira desde o grande feirante, distribuidor de alimentos, como os pequenos produtores que realizam suas produções na zona rural do município e enxergam nas feiras livres uma ótima forma de distribuir seus produtos, bem como as pessoas que a frequentam, já que a feira é acessível e frequentada por pessoas de diferentes origens, independente de classe econômica ou social.

A feira é ainda um dos poucos espaços existentes no município onde há contato direto com a comunidade, onde existe uma relação de identidade com os frequentadores, comunidade e local envolvido.

Diante do exposto, surge então o interesse de perceber as mudanças ocorridas nesse espaço, bem como a sua atual situação, enquanto ambiente socioeconômico levando em consideração as permanências e transformações ocorridas no comércio local.

Quanto à metodologia, utilizou-se da observação e a visita a campo, pois permite uma maior interação entre o objeto estudado e o pesquisador; onde foi feita a aplicação de 40 questionários, 20 entre feirantes e 20 com aqueles que frequentam a feira,

mostrando a caracterização e suas atuais condições utilizando: fotografias e pesquisas. Objetivando caracterizar o espaço comercial da feira como: formas comerciais, consumo e persistências.

A partir dos dados coletados *in loco*, foi feita análises e a produção do texto que compõe este trabalho.

O artigo está estruturado em três partes que são discutidos e apresentados ao longo trabalho: o primeiro trata-se de mostrar o contexto das feiras livres e organização do espaço; O segundo apresenta a formação histórica do Município em estudo. O terceiro mostra a feira de Alagoa Nova-PB no período atual, observando suas transformações e coexistências.

2.0 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Feiras livres e produção do espaço

Desde a antiguidade que as feiras têm como principal finalidade realizar trocas de mercadorias entre pessoas de diferentes lugares, com diferentes produtos, com o objetivo de alcançar as necessidades pessoais de cada pessoa. Com surgimento do capitalismo, esse modo de comércio começou um processo de sistematização e passou a ganhar uma nova importância econômica. Inicialmente o surgimento das feiras foi ganhando proporção visto que, naquela época, era necessária uma forma de atividade comercial que atendesse às necessidades dos comerciantes e viajantes.

Desde o tempo da colônia as feiras livres existem no Brasil, e mesmo com o surgimento da modernidade, elas permanecem vivas, sejam em grandes ou pequenas cidades. Nas pequenas cidades elas são o principal e, às vezes, o único local de comércio da população.

Segundo Gilmar Mascarenhas de Jesus (1992, p.96), as tradicionais feiras livres se fizeram presentes ao longo do período colonial no Brasil, como uma importante tradição cultural ibérica implantada pelo colonizador português.

Com o passar do tempo e através da produção acelerada e de outros produtos não produzidos, se iniciou o processo de troca de produtos. Esta atividade de troca é tão antiga quanto o surgimento da própria feira e com o seu crescimento, surge o comerciante, iniciando então a divisão social do trabalho. A feira exerceu papel importante na implantação do dinheiro, na manutenção do capitalismo e no surgimento das cidades.

As feiras livres possuem uma importância na vida das cidades há vários séculos, desde o surgimento daquelas que remontam ao renascimento do comércio na transição da

Idade Média para a Idade Moderna, em um momento que se dava uma produção regular de excedentes agrícolas destinados aos espaços de troca de produtos.

Santos (2013) aponta que nessa época as feiras livres consistiam em uma das formas mais representativas do ponto de vista econômico, sendo um período de intensa disseminação dessa forma comercial, por estarem em consonância com o contexto histórico da época.

Em termos referentes ao surgimento das feiras livres em território brasileiro, vemos que:

No Brasil, o processo de formação das feiras-livres está ancorado, segundo Bromley (2005), aos fatores exógenos, elas surgem a partir de dinâmicas externas, fora do lugar, a exemplo das feiras de gado de algumas cidades, como a feira-livre de Capuame, atualmente Dias D'Ávila, mais tarde relocada para Feira de Santana e Arco Verde. (SANTOS, 2013, p.768).

A partir desta informação acima mencionada, constata-se que as feiras têm historicamente muitas relações com a produção e organização de diversos espaços urbanos e regionais no Brasil. A junção de variados objetos e fluxos geográficos, como mercadorias agrícolas, produções regionais, pequenos armazéns de secos e molhados, transportes, gado, víveres, etc. dão a feição necessária para a compreensão histórica e espacial de diferentes localidades humanas interioranas. Por esta razão, portanto, é imprescindível tal leitura no tempo e no espaço para entendermos a formação regional nordestina.

No que diz respeito à compreensão do tempo e do espaço, Harvey (1996), aponta que este entendimento é originado através de processos materiais que são utilizados pela representação da vida social. Logo, cada sociedade, cada meio, produz sentimentos diferentes, proporcionando o surgimento do espaço de maneira individualizada de acordo com suas origens, por isso não se pode entender tempo e espaço separadamente de ação social, pois as relações de poder sempre estão implícitas nas práticas temporais e espaciais. No caso das feiras livres, estas produzem em diferentes tempos e espaços diversas formas de organizações espaciais, como regiões agrícolas, cidades interioranas, vilas e povoados.

2.2 A Feira Livre e a Modernidade

As feiras livres atuam ainda na atualidade em diversas cidades de diferentes portes. Sendo que em contextos de novas formas comerciais e de consumo, estes espaços do comércio tradicional são amplamente pressionados pela ação do grande capital, pelas inovações mercadológicas impostas, e, sobretudo, pela alta competitividade desigual, que

afetam os pequenos comerciantes locais. No que se refere as inovações impostas pelas novas formas do comércio trazidas pela modernidade, Pintaudi (1999, p.155) faz referência aos novos mercados, como os supermercados, entre outros tipos modernos de comércios urbanos de com forte centralidade de fluxos e mercadorias. Descreve a autora que:

A forte tendência de centralização da atividade comercial num único espaço (supermercado, hipermercado, shoppings centers, etc.) reforça os interesses dos grupos empresariais, que avançam intensamente sobre o espaço comercial das cidades, garantindo maior acessibilidade à clientela, ao possibilitar o encontro de uma grande diversidade de produtos no mesmo local, além de outras facilidades na comercialização.

Mas no caso das feiras livres, mesmo em contextos de modernizações, estas ainda atuam na vida social e econômica das populações de inúmeras localidades, sobretudo, em cidades interioranas, como Alagoa Nova no Estado da Paraíba. Sobre o papel das feiras, afirma Dolzani (2008) que, estas representam uma experiência peculiar de sociabilidade e de uso da rua, que há décadas vem sofrendo acusações de obsolescência devido ao modernismo, o aumento do número de automóveis nas ruas e das novas formas de varejo, como vendas pela internet, o surgimento de grandes supermercados. Como consequência, a feira livre sofreu mudanças e declínios que, porém, não a fez desaparecer como lugar público, de rua, de encontro e sociabilidade. Nesse sentido, preservar a feira livre é preservar um espaço de cultura tradicional popular e urbana, uma questão de cidadania. Ainda segundo Dolzani (2008), as feiras livres destoam na paisagem moderna das cidades, mas mesmo assim resistem nessa paisagem contemporânea, pode-se dizer, por dois motivos: por um lado há os que precisam sobreviver materialmente (feirantes) e por outro lado há aqueles que zelam pela sobrevivência sociocultural. Por isso a autora diz que a feira livre é como uma filha rebelde da modernidade que insiste em desafiá-la.

A feira da cidade de Alagoa Nova na atualidade se configura como um espaço comercial tradicional que, ao mesmo tempo, se confunde com as inovações trazidas pela modernidade. Constitui um espaço de resistências e coexistências, mas principalmente de importante influência histórica e social na formação e organização do espaço deste município.

3.0 A CIDADE DE ALAGOA NOVA E A SUA FEIRA

O município de Alagoa Nova está localizado na região leste do estado da Paraíba, na denominada Mesorregião do Agreste Paraibano, mais especificamente na microrregião do Brejo Paraibano (Figura 1).

De acordo com o Instituto de Geografia e Estatística-IBGE (2010), Alagoa Nova possui uma população estimada em 20.399 habitantes e área total de 122,255 km².

A região era primitivamente habitada pelos índios Bultrins, da nação cariri. Foi fundado um aldeamento, a Aldeia Velha, posteriormente chamado de Bultrins. Com a promulgação do Diretório dos Índios, em 1760 as terras indígenas do aldeamento extinto foram invadidas por fazendeiros, gerando um conflito com os indígenas, que resistiram à invasão. Os índios foram vencidos. Muitos foram escravizados. Remanescentes destes indígenas foram viver na missão do Pilar. Os portugueses estabeleceram então fazendas na região, que foram os núcleos de novos povoados.

Percebe-se então que a localidade que deu origem a atual cidade de Alagoa Nova é resultado da combinação das atividades agropecuárias existentes desde período colonial, com atividades mercantis amplamente praticadas em feiras livres, comuns nos primeiros momentos da ocupação e exploração das terras situadas no interior.

Neste contexto, a feira de Alagoa Nova se desenvolve em função do crescimento das atividades pastoris e agrícolas até a atualidade. Sendo, importante espaço de trocas e consumo regional.

Figura 01. Localização do município de Alagoa Nova-PB e da Feira



3.1 A Feira de Alagoa Nova na Atualidade: Dinâmica e Organização Espacial

No município de Alagoa Nova a feira livre ocorre na Rua Clementino Leite, em dias de sábado, iniciando aproximadamente as 06h00min com a chegada dos feirantes um pouco mais cedo para organização das mercadorias em suas barracas. A Feira tem sua finalização por volta das 14h00min horas. Nesta rua da feira já consta alguns boxes fixos de feirantes, que diariamente já comercializam seus produtos, porém em dias de feira há um grande movimento no comércio local com a chegada dos feirantes que só vem neste dia.

Na atualidade, possuindo uma economia concentrada, sobretudo, na lavoura, o município de Alagoa Nova dispõe de uma quantidade considerável de produtos agrícolas, principalmente provindos da zona rural do próprio município, denominado povoado do *São Tomé*¹, onde consta uma empresa agrícola, denominada *Hortaliças Sempre Verde*² que trabalha com produtos hortaliços.

Esta empresa nasceu como empresa em abril de 2003, tendo como responsável o Sr. Francinildo Pimentel da Silva residente no Povoado São Tomé, Distrito de Alagoa Nova. Oriundo de pequenos agricultores familiares da região que ao longo dos anos trabalhavam no cultivo e comércio de hortaliças nas pequenas feiras das cidades circunvizinhas, como: Esperança, Alagoa Nova e Campina Grande, ambas na Paraíba.

A feira de Alagoa Nova tem uma relação constante com a produção de hortaliças desta localidade, uma vez que esta fornece grande parte dos produtos vegetais para a comercialização.

As condições ambientais pluviométricas maiores também constituem um fator favorável a este tipo de produção no município, fortalecendo, assim, a dinâmica comercial da feira local e feiras de outros municípios.

Na atualidade, possuindo sua economia concentrada grande parte na lavoura, o município de Alagoa Nova tem como base, uma considerável quantidade de produtos agrícolas com as plantações realizadas na zona rural e no entorno da cidade, os produtos

1 São Tomé: Sítio localizado na zona rural do Município de Alagoa nova PB.

2 A empresa Hortaliças Sempre Verde também desenvolve o cultivo orgânico de hortaliças e frutas na localidade Sítio Ribeiro, em Alagoa Nova/PB, vizinho ao Povoado São Tomé, cultiva dez hectares de terra com grande diversidade de hortaliças, frutas e grãos. A atividade conta, inclusive, com a Certificação da Ecocert Brasil, empresa especializada na avaliação da cultura orgânica (livre de agrotóxico) em todo o Brasil.

Fonte: <http://www.senarpb.com.br>; Acesso em: 20 de janeiro de 2017 às 19h.

e derivados são exportados para Campina Grande e região, tendo a agricultura como uma das principais fontes de renda do município.

Na figura 02, podemos verificar parte da feira de Alagoa Nova e seu espaço comercial.

Figura 02: A Feira Livre da Cidade de Alagoa Nova-PB



Fonte: Acervo Pessoal, Jamesson Barbosa (2017)

4.0 RESULTADOS E DISCUSSÕES

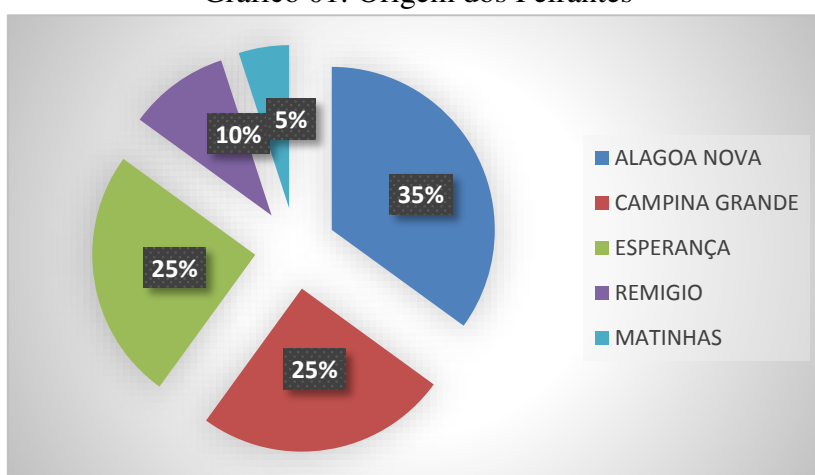
A feira livre de Alagoa Nova está localizada nas proximidades do centro da cidade, com isso recebe influência devido ao fluxo de pessoas que percorrem no local, tendo em vista a quantidade de lojas, supermercados, e outros tipos de comércios existentes. Segundo um funcionário da prefeitura do município que atua na coleta de tributos e fiscalização da feira existem 126 barracas cadastradas na prefeitura. Porém, esse número não é exato devido à utilização de tendas, barracas e bancos armados pelos próprios feirantes para comercialização dos seus produtos de forma “espontânea”. Não se tem um número da quantidade de feirantes devido ao não comparecimento de parte destes em dias de sábado, os mesmos intercalam com feiras de outros municípios, atuando também nestes espaços comerciais.

Diante disso, foi realizado o estudo com uma pesquisa de campo realizada no mês de janeiro de 2017, onde foram coletados dados por meio de aplicação de 20 questionários

para feirantes e outros 20 questionários para os consumidores. As questões aplicadas abrangeram vários aspectos referentes à dinâmica da feira estudada (Apêndice).

Através dos dados obtidos na pesquisa de campo realizada na feira com os comerciantes, onde foi questionada a origem dos mesmos, constatou-se que os feirantes não são apenas oriundos do município em estudo, mas também das cidades circunvizinhas, o gráfico 01 mostra a diversidade dos feirantes, sendo 35% da cidade local, Alagoa Nova. Os demais estão distribuídos nas seguintes cidades: Campina Grande (25%), Esperança, (25%), Remígio, (10%) e Matinhas (5%).

Gráfico 01: Origem dos Feirantes

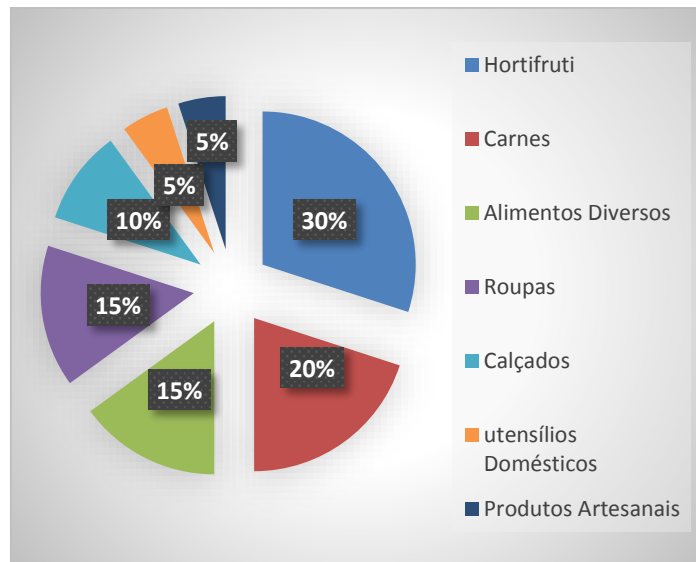


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017

Assim como a diversidade da localidade dos feirantes, os produtos comercializados na feira são também bastante diversos. Diante dos resultados dos questionários pode-se observar através do gráfico abaixo, que 30% são de produtos *hortifrúti*³ (Figura 03), onde o município tem uma correlação com esse tipo de produção, que conseqüentemente ocorre à comercialização na feira. A carne (Figura 04) por sua vez, com (20%), representa outro tipo de produto mais comercializado. A origem desta carne provém em sua maior parte de criadouros e matadouros no próprio município. Os demais produtos, como: roupas (15%), calçados (10%), utensílios domésticos (5%) e produtos artesanais (5%), formam também outras demandas do consumo local.

Gráfico 02: Tipos de Produtos comercializados na Feira Livre de Alagoa Nova

3 Os chamados produtos hortifrúti, constituem os seguintes produtos de origem vegetal: verduras, leguminosas e algumas frutas, como: banana, laranja, manga, etc.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017

Figura 03: Barracas de Hortifruti



Fonte: Acervo Pessoal, Jamesson Barbosa (2017)

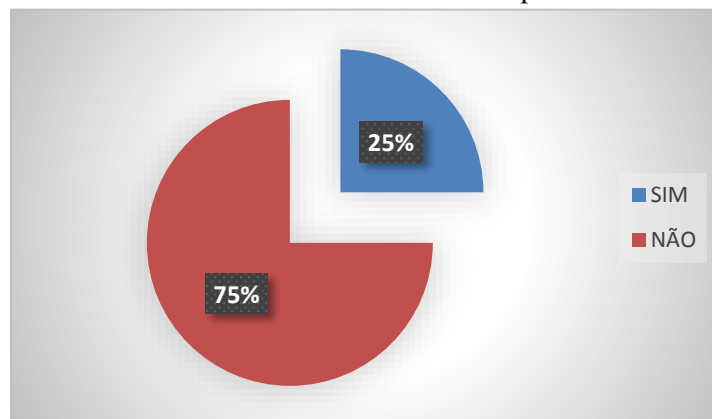
Figura 04: Boxes de Carnes



Fonte: Acervo Pessoal, Jamesson Barbosa (2017)

No gráfico 03 representa a correlação dos produtos comercializados na feira e quais desses são produzidos pelos próprios feirantes. Verifica-se que apenas 25% dos feirantes produzem os produtos que comercializam, ou seja, 75% dos feirantes não produzem o que vendem. Desta forma, identificou-se que os feirantes realizam a comercialização de mercadorias compradas de produtores e fornecedores, tendo em vista o processo de rapidez e comodidade.

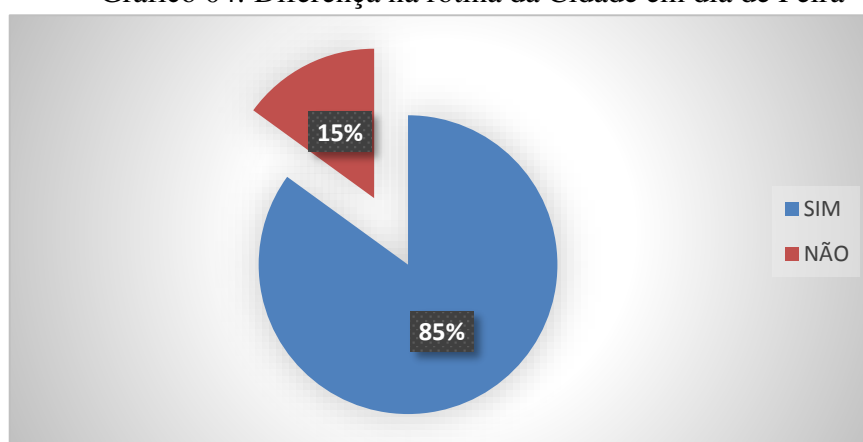
Gráfico 03: Os Produtos São Produzidos pelos Feirantes



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017

Quanto às mudanças ocorridas na cidade em dia de feira, constatou-se nas respostas obtidas que era perceptível algum tipo de mudança na rotina da cidade (Figura 05). Cerca de 85% dos feirantes informaram que é perceptível mudanças, sobretudo no que diz respeito ao fluxo de transportes, pessoas e mercadorias. Esse fato ocorre porque grande parte da população reside na zona rural do município, e nos dias principais de feira, se deslocam com mais frequência para a zona urbana, para aquisição e comercialização de produtos para fins de utilização e consumo. Por outro lado, 15%, dos feirantes informaram não observar nada de diferente.

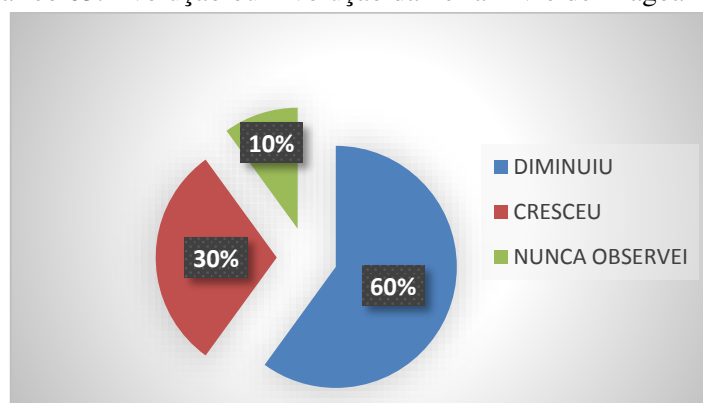
Gráfico 04: Diferença na rotina da Cidade em dia de Feira



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017

Em seguida, questionaram-se os feirantes sobre o crescimento ou a redução das vendas na feira desde o momento de sua atuação como feirante neste espaço. Conforme mostra o gráfico abaixo, 60% dos feirantes afirmaram que a feira teve uma diminuição nas vendas. Outros (30%) informaram que houve algum crescimento. Os demais (10%) não souberam responder ou não observaram qualquer tendência.

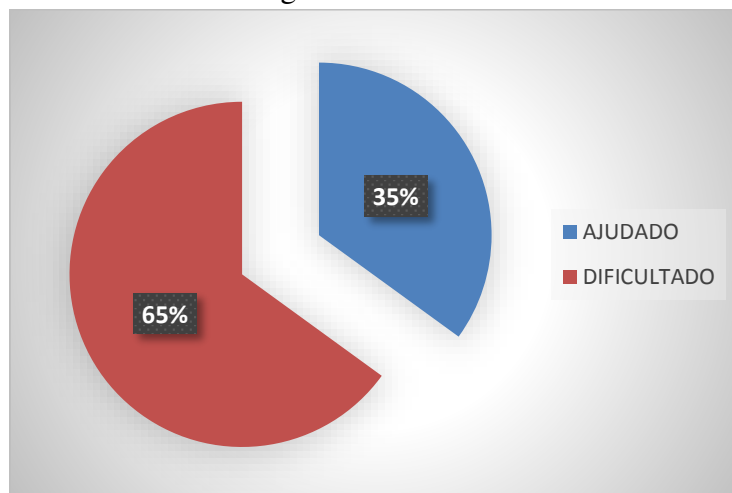
Gráfico 05: Evolução ou Involução da Feira Livre de Alagoa Nova



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017

Sobre o surgimento de comércios modernos, como supermercados, mercadinhos, lojas novas, etc., 65% dos feirantes informaram que as novas formas de comércio têm dificultado os seus próprios comércios. De acordo com o relato dos feirantes, esses novos métodos de comercialização, trazidos pelos comércios modernos, têm dificultado o impulso das vendas na feira, uma vez que os feirantes com poucos recursos financeiros, não conseguem acompanhar este novo ritmo de competitividade imposta. Mas para 35% destes, as novas formas de comércio têm “ajudado” nas suas vendas, pois a presença destes estabelecimentos maiores e modernos instalados dentro e no entorno do espaço da feira, tem provocado um aumento no fluxo de consumidores. Este público crescente transita pelo espaço da feira e suas proximidades, consumindo também itens oferecidos, geralmente a preços menores, pelos feirantes.

Gráfico 06: Surgimento Comércios Modernos

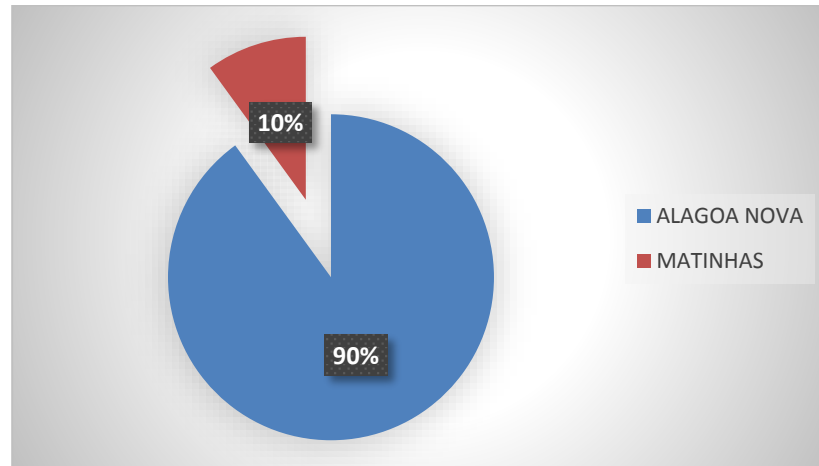


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017

Com os consumidores foi aplicada a mesma metodologia, com a aplicação dos questionários para identificar e analisar a visão e a realidade destes sobre a feira estudada.

Através dos dados obtidos na pesquisa, foi verificado o local de origem dos consumidores. Constatou-se que 90% dos mesmos residem no próprio município de origem, seja na zona urbana ou rural. Os restantes (10%) são do município vizinho Matinhas, que pertenceu como distrito a Alagoa Nova, até 1996.

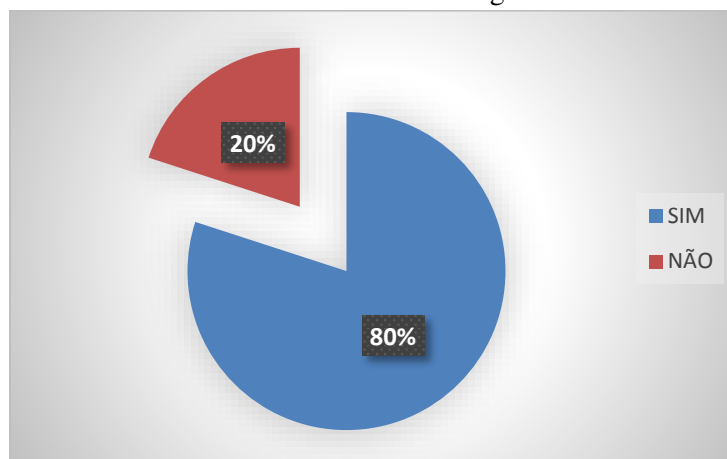
Gráfico 07: Origem dos Consumidores



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017

Diante dos dados observados sobre a origem dos consumidores, foi questionada a frequência que os mesmos vão a feira. Conforme o gráfico abaixo foi identificado que 80% comparecem a feira semanalmente, e 20% não vão regularmente à feira.

Gráfico 08: Os Consumidores Vão Regularmente à Feira

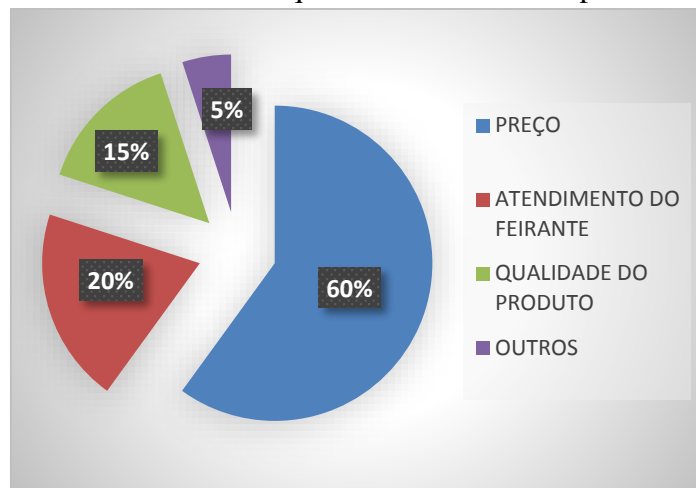


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017

No Gráfico 09 apresenta os motivos dos consumidores comprar na feira. 60% informaram que vão devido aos preços menores. O fator preço constitui um elemento

essencial, sendo este uma das principais características da feira. Para outros (20%), o atendimento amigoso do feirante faz diferença positiva na relação feirante-consumidor.

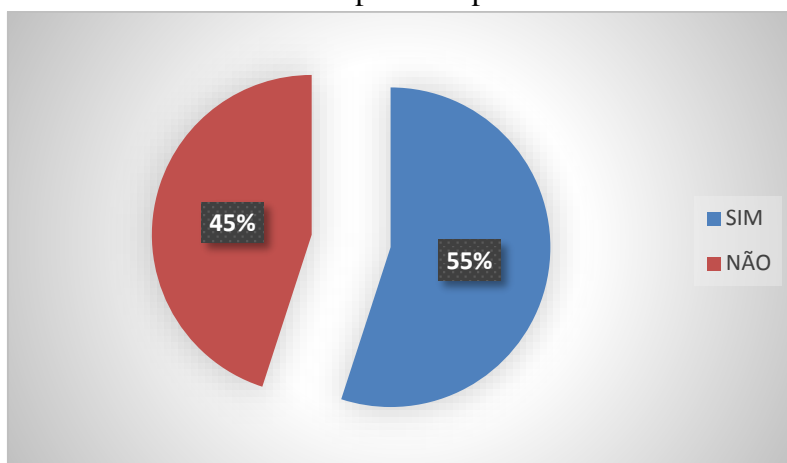
Gráfico 09: Motivos que o consumidor compra na feira



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017

Perguntou-se aos consumidores se costumam comprar sempre na mesma banca de feira. Observa-se no (Gráfico 10): O resultado do questionário onde 55% compram no mesmo feirante. Os motivos foram que compram no mesmo feirante há muitos anos, onde esse tipo de justificativa gera “fidelidade” em ambas as partes. E outros (45%) informaram que não compram regularmente no mesmo comércio.

Gráfico 10: Costuma Comprar Sempre no Mesmo Comércio

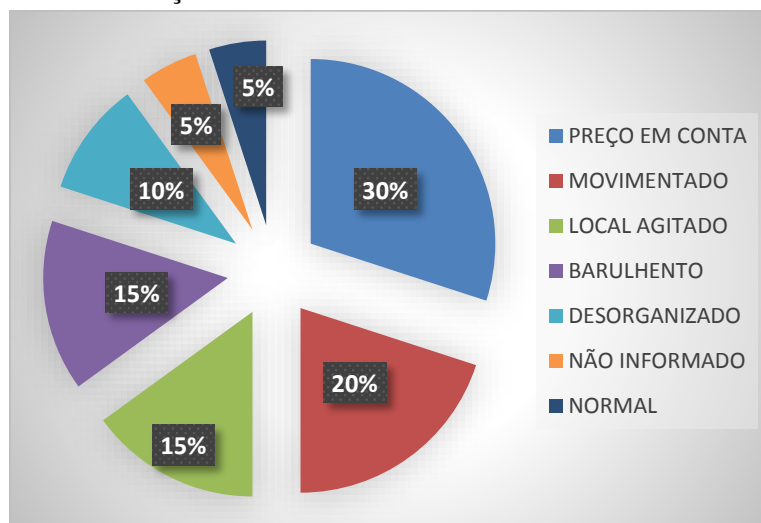


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017

Na finalização do questionário dos consumidores, questionaram-se livremente como os mesmos definem o ambiente da feira (Gráfico 11): 30% das respostas definem a

feira como um ambiente de preços “melhores”, ou seja, as mercadorias comercializadas têm o valor mais acessível para aquisição em relação aos demais locais. Para outros (50%) a feira é um espaço de movimento constante de pessoas, transportes e mercadorias, bem como de intenso barulho sonoro e agitações. O restante (20%) opinou que a feira é um ambiente “desorganizado”, “normal” ou não quiseram responder.

Gráfico 11: Definição do Ambiente de Feira Livre Pelos Consumidores



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

5.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este estudo constatamos que a Feira de Alagoa Nova ocorreu diversas mudanças, perdas e ganhos, e ainda exerce uma forte influência comercial na cidade em que está inserida. Com grande importância local e até mesmo regional.

Com o surgimento das novas formas de comércio a sociedade tem se adaptado, realizando mudanças nos padrões de comercialização e de consumo. Isto reflete no comportamento do indivíduo, que busca diariamente acompanhar estas transformações ocorridas em caráter espacial, em diferentes escalas. Conseguimos analisar que as novas formas de comércio têm ganhado destaque e crescimento.

Com os supermercados cada vez maiores, mais sortidos e mais “seguros”, estes fatos têm chamado bastante atenção dos consumidores, porém a feira permanece com sua cultura, identidade local e social, mantendo aspectos diferenciados, sociabilidades com contatos diretos e personalizados, tem sido um diferencial. Sendo assim, mesmo com as

diferentes novas formas de comércio, a feira vem se sobressaindo, buscando sempre manter o evento atrativo para os clientes.

Percebeu-se que a feira do Município de Alagoa Nova tem uma grande diversidade no que diz respeito à origem dos feirantes. Pois apenas 35% dos feirantes são residentes do município em estudo e os demais são oriundos de cidades vizinhas. Notou-se que com todas essas diversidades de localidades, os produtos comercializados nesta feira livre, em sua grande maioria, cujos números percentuais de 75% dos produtos não são produzidos pelos feirantes.

Diante do exposto, ressalta-se a importância social e econômica deste espaço comercial tradicional no período atual, que se ressignifica e coexiste com outras formas comerciais, atendendo as novas demandas de consumo das sociedades locais e regionais.

6.0 REFERÊNCIAS

CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajelórias geográficas**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. 304p.

DOLZANI, Miriam C.S; *Feria Livre: Territorialidade Popular e Cultura na Metr6pole Contemporânea*; Ateliê Geográfico Revista Eletrônica UFG - IESA, 2008.

GUIMARÃES, Olmária; *O papel das feiras livres no abastecimento da cidade de São Paulo*; São Paulo: USP, 1969.

Fonte: <http://www.senarpb.com.br>; Acesso em: 20 de janeiro de 2017 às 19h.

HARVEY, David. A produção capitalista do espaço. 2ª edição. São Paulo: Annablume;

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Cidades: AlagoaNova. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=250250&search=linfogr%Elficos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso em: 19 de Dezembro de 2016 às 19h.

JESUS, Gilmar Mascarenhas de. O lugar da feira livre na grande cidade capitalista: Rio de Janeiro, 1964-1989. In: **Revista Brasileira de Geografia**. Volume 54, Número 01. Rio de Janeiro: Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, jan./mar. 1992. p.94-120.

O consumo do espaço de consumo. In: OLIVEIRA, Márcio Piñon de; COELHO, Maria Célia Nunes; CORRÊA, Aureanice de Mello (orgs.). **O Brasil, a América Latina e o Mundo: espacialidades contemporâneas (II)**. Rio de Janeiro: Lamparina/FAPERJ/ANPEGE, 2008. p.121-127.

PINTAUDI, Silvana Maria. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri (org.) **Novos caminhos da geografia**. São Paulo: Contexto, 1999. p.143-159.

SALGUEIRO, Tereza Barata. **Novas Formas de Comércio**. Finisterra, XXIV, Ed.48. Lisboa,1989. p. (151-217).

SANTOS, Cláudio Ressureição dos. **O lugar da feira-livre na produção do espaço da cidade contemporânea: mudanças e permanências**. ENAMPEGE, 2013. p. 764-774.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1997a. 308p.

APÊNDICE

Segue os questionários aplicados na pesquisa realizada na Feira de Alagoa Nova. Com dois tipos existentes os questionários são: Um voltado para o feirante e outro para o perfil cliente, ou seja, o consumidor da feira.

APÊNDICE A – Questionário I – Feirantes

APÊNDICE A – Questionário II – Consumidores

QUESTIONÁRIO I – FEIRANTES

QUESTIONÁRIO I – FEIRANTES	
NOME: _____	IDADE: ___ ANOS
PROPRIETÁRIO DA BANCA? () SIM () NÃO	Nº DO QUEST: _____
1. HÁ QUANTO TEMPO ATUA NA FEIRA? _____ ANOS	
2. VOCÊ RESIDE NESTA CIDADE? () SIM () NÃO SE NÃO, QUAL SUA CIDADE DE ORIGEM? _____	
3. QUE TIPO DE PRODUTO É COMERCIALIZADO EM SEU COMÉRCIO? QUAL A SUA ORIGEM? _____ _____	
4. OS PRODUTOS COMERCIALIZADOS EM SEU COMÉRCIO SÃO PRODUZIDOS POR VOCÊ MESMO? () SIM () NÃO	
5. VOCÊ OBSERVA ALGUMA DIFERENÇA NA ROTINA DA CIDADE NOS DIAS DE FEIRA? () SIM () NÃO SE SIM, QUAL A PRINCIPAL MUDANÇA? _____	
6. EM SUA OPINIÃO, A FEIRA TEM CRECIDO OU DIMINUIDO SE COMPARADA COM O MOMENTO QUE VOCÊ COMEÇOU A TRABALHAR NELA? () SIM () NÃO () NUNCA PAREI PARA OBSERVAR	
7. QUE TIPOS DE CLIENTES COSTUMAM COMPRAR EM SEU COMÉRCIO? () APOSENTADOS () FUNCIONÁRIOS PÚBLICOS () TRABALHADORES DIVERSOS () OUTROS _____	
8. O SURGIMENTO DE COMÉRCIOS MODERNOS (SUPERMERCADOS, MERCADINHOS, LOJAS ETC.) TEM AJUDADO OU DIFICULTADO AS SUAS VENDAS? POR QUE? () AJUDADO () DIFICULTADO _____	

