



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

O ESPAÇO COMERCIAL DA FEIRA DE AREIA-PB: FORMAS COMERCIAIS,
CONSUMO E PERSISTÊNCIAS

ULISSES DORNELAS BELMONT NERI

CAMPINA GRANDE- PB
2016

ULISSES DORNELAS BELMONT NERI

O Espaço Comercial da Feira de Areia-PB: Formas Comerciais, Consumo e
Persistências

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

ORIENTADOR: Prof. Dr. LINCOLN DA SILVA DINIZ

CAMPINA GRANDE- PB
2016

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DA UFCG

N445e

Neri, Ulisses Dornelas Belmont.

O espaço comercial da feira de Areia – PB : formas comerciais, consumo e persistências / Ulisses Dornelas Belmont Neri. – Campina Grande, 2016.

20 f. : il. color.

Artigo (Licenciatura em Geografia) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades, 2016.

"Orientação: Prof. Dr. Lincoln da Silva Diniz".

Referências.

1. Feira de Areia (PB) – Estudo Geográfico.
2. Feira - Consumo.
3. Feirantes. I. Diniz, Lincoln da Silva. II. Título.

CDU 908:339.177(813.3)(043)



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

FOLHA DE APROVAÇÃO

BANCA EXAMINADORA DE: ULISSES DORNELAS BELMONT NERI

TÍTULO: O ESPAÇO COMERCIAL DA FEIRA DE AREIA-PB: FORMAS COMERCIAIS,
CONSUMO E PERSISTÊNCIAS

Campina Grande (PB), 07 de outubro de 2016.

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

Prof.ª Dra. Kátia Cristina Ribeiro Costa (UFCG – Examinadora Interna)

Prof.ª Ms. Maria do Socorro Nicolly Ribeiro de Almeida (UFCG – Examinadora Interna)

NERI, Ulisses Dornelas Belmont. **O Espaço Comercial da Feira de Areia-PB: Formas Comerciais, Consumo e Persistências**, 23 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Geografia). Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2016.

RESUMO

A feira livre é configurada como um espaço onde pessoas se reúnem periodicamente para promover a economia de um município, no qual agricultores vendem seus produtos de caráter rural. Além disso, a mesma promove diversas alterações no que diz respeito à dinâmica da cidade. Diante disso, objetivou-se com o presente trabalho compreender a dinâmica no espaço da Feira Livre de Areia-PB a partir do conhecimento das origens da feira e sua relação com a formação da cidade, verificando sua posição geográfica, identificando as formas comerciais existentes na referida feira e investigando sua importância para seus usuários e trabalhadores, não só no âmbito econômico, mas também no social. Para atingir os objetivos propostos, foram realizadas entrevistas com feirantes, buscando conhecer suas histórias de vida, e com os consumidores por meio de questionários quali-quantitativos. Foi feito o levantamento da quantidade de feirantes, levantamento bibliográfico e interpretação dos dados. Percebeu-se que a feira local exerceu importância regional, contribuindo para a formação e consolidação da cidade. Porém, ao longo das décadas a modernização do comércio fez com que surgissem supermercados cada vez maiores e mais higiênicos, panificadoras oferecendo não só o pão, mas também outros produtos. Assim, a feira não tem conseguido manter todos os seus consumidores, causando perdas para a economia dos feirantes.

Palavras-chave: Feira de Areia (PB), Consumo, Feirantes.

THE COMERCIAL SPACE OF AREIA-PB STREET MARKET: COMERCIAL FORMS, CONSUMPTION AND PERSISTENCES.

ABSTRACT

The street market is shaped as a space where people periodically gather to promote the town's economy, in which agriculturalists sell their rural character products. Furthermore, it foments several changes with respect to the dynamics of the city. Thus, was aimed with this work to comprehend the dynamics within the Areia-PB's Street Market from the knowledge of the origins of the fair and its relation with the town's establishment, verifying its geographical position, identifying the existing commercial forms in the said fair and investigating its importance for users and workers, not only in the economic context, but in social as well. To achieve the proposed goals, interviews were conducted with the fair dealers, searching to know their life stories, and with the consumers through qualitative and quantitative questionnaires; Survey of the quantity of fair dealers, bibliographical survey and data interpretation was done. It was perceived that the local fair exerted regional importance for the formation and consolidation of the town. However, over the decades the modernization of the commerce has made supermarkets come to emerge even bigger and more hygienic, bakeries offering not only bread, but also

other products. Like this, the fair has not been able to hold consumers, causing a loss in the fairground economy.

Key Words: Market of Areia, Consume, Fair Dealers.

1. INTRODUÇÃO

A Feira do município de Areia, cidade interiorana localizada na microrregião do Brejo Paraibano, (mapa 01) exerce importante influência econômica e social para as populações locais e de regiões circunvizinhas, sendo o ponto central de comercialização no âmbito local e microrregional do Brejo Paraibano.

A Feira Livre configura-se um espaço, no qual pessoas se reúnem periodicamente para promover a economia de um município, onde agricultores vendem seus produtos de caráter rural. Além disso, esta promove diversas alterações no que diz respeito à dinâmica da cidade, pois segundo Dantas (2008) *apud* Andrade (2016):

[...] a feira exerce sobre o espaço grandes modificações, ela muda mesmo que por algumas horas, toda a dinâmica da cidade em face da movimentação de pessoas que se deslocam, seja de suas residências da zona rural para a cidade ou até mesmo outro município, dependendo do raio de abrangência da feira.

No Brasil, as feiras livres estão presentes desde o período de colonização, apesar do processo de modernização das grandes cidades nos grandes centros, elas permanecem em muitas cidades interioranas como importante local onde é realizado o comércio e outros tipos de relações, como o encontro de amigos que se reúnem para falar do cotidiano.

No Nordeste brasileiro, Dantas (2008) *apud* Andrade (2016), ressalta que a feira era a principal forma de gerar economia para uma cidade, através de produtos agrícolas, sendo principal canal de abastecimento para a sociedade que ali depende desse comércio. Esse canal permite que haja um vínculo empregatício, que permite que se estabeleça um movimento da economia local. Algo que a feira proporciona é a diversidade de produtos e opções, diferente do supermercado onde, além de produtos com preços mais altos, há também uma “menor” opção de escolha.

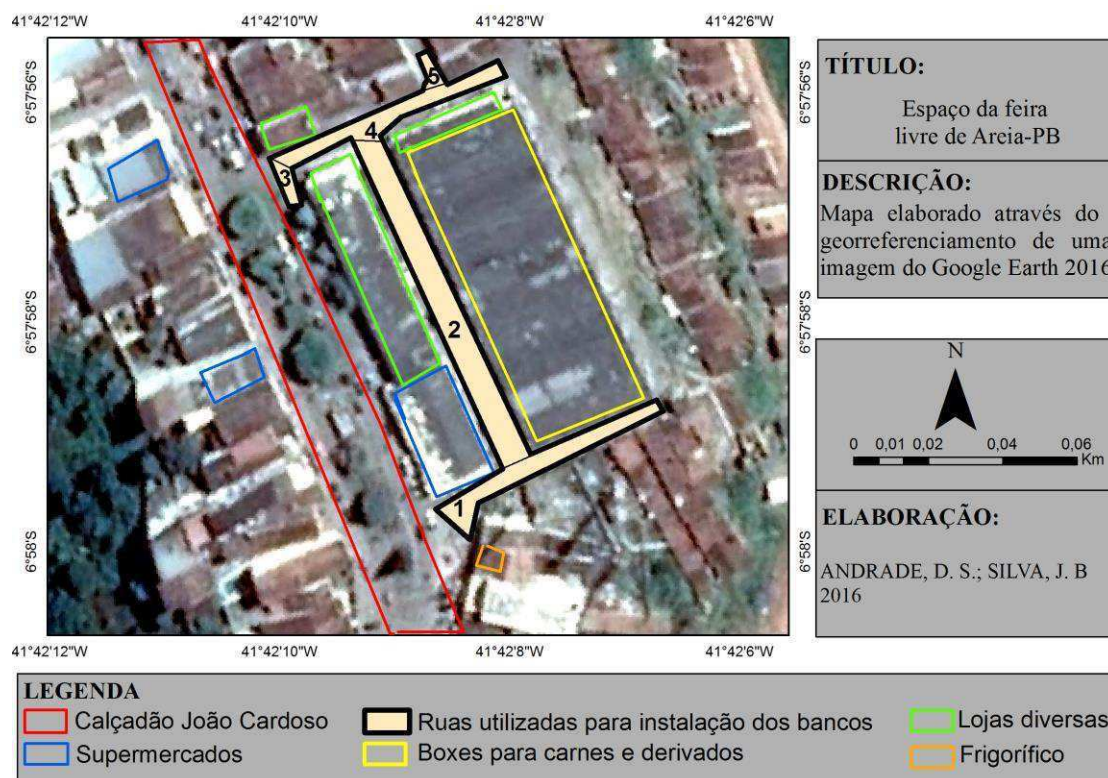
Segundo Almeida *et. al.* (2010) *apud* Andrade (2016), esta feira surgiu a partir da criação do referido município, tornando-se a maior da Província da Paraíba até o final do século XVIII.

Sua base estava, sobretudo, na agricultura familiar, portando com grande diversidade de produtos. Mas com o surgimento da República, assim como o cerco das estradas de ferro, a Feira Livre de Areia começou a entrar em declínio, isso porque antes da linha férrea da cidade vizinha de Alagoa Grande, Areia servia como um dos principais locais de passagem para outras cidades, como de João Pessoa para Campina Grande (ALMEIDA, 1980).

Na atualidade, segundo Barbosa *et. al.* (2010) *apud* Andrade (2016) a Feira Livre de Areia está concentrada na lavoura de cana-de-açúcar, feijão, mandioca, milho e banana. Isto indica que Areia se desenvolveu através do comércio, onde aquilo que foi produzido em excesso era exportado para cidades circunvizinhas, como Remígio e até mesmo Campina Grande. Afirmam ainda os mesmos autores (2010) que os derivados da cana-de-açúcar eram os principais produtos excedentes comercializados.

A Feira de Areia está localizada no prédio do mercado Público Municipal e seu entorno, como o Calçadão João Cardoso, onde encontramos também outros estabelecimentos comerciais, como: padaria, lotérica, oficina mecânica, e, até mesmo, uma instituição federal. (Figura 01)

Figura 01: Localização da Feira Livre de Areia.



Fonte: Base de dados do Google Earth, (Elaborado por Daniel Souza Andrade, 2016)

Quadro 1 - Legenda da Figura 3.

PONTOS	RUAS/ LOCAIS	OCORRÊNCIA DE PRODUTOS
PONTO 1	RUA INFANTE MARIA MADALENA	FRUTAS E VERDURAS
PONTO 2	LOCAL EXCLUSIVO PARA A FEIRA.	ROUPAS E ACESSÓRIOS
PONTO 3	RUA MANOEL DA SILVA	VENDEDORES AMBULANTES
PONTO 4	RUA JÚLIO SILVEIRA	CALÇADOS E ACESSÓRIOS
PONTO 5	RUA PROFESSOR LEÔNIDAS SANTIAGO	MANGALHO ¹

A dinâmica espacial da Feira do Município de Areia constitui uma representação da formação da cidade, como também no âmbito social, cultural e, principalmente, não menos importante, econômico. Para o desenvolvimento desta pesquisa, foi necessário fazer um resgate histórico desta feira para a formação da cidade mencionada no que diz respeito ao comércio, consumo e persistências dentro das relações que são estabelecidas dentro e da forma de comércio mais antiga que existe.

Quanto à metodologia, utilizou-se da observação e a ida ao campo, pois permite uma maior interação entre o objeto estudado e o pesquisador; onde foi feita a aplicação de 50 questionários, 25 entre feirantes e 25 com aqueles que frequentam a feira; caracterização da feira e suas atuais condições; fotografias; e pesquisa de gabinete; e mapas para melhor identificar como está especializada a feira. Objetivando caracterizar o espaço comercial da feira: formas comerciais, consumo e persistências.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 As Feiras e o seu papel na formação do espaço regional

O comércio é o grande fator de influência na economia das cidades brasileiras pelo fato de ser o responsável pela maior parte de fluxos de mercadorias produzidas nas cidades. Na feira livre, o comércio é a identidade central de uma cidade, porque através de sua dinâmica e intensidade acaba exercendo influência na mesma. Novos serviços surgem conforme o desenvolvimento da cidade, tornando assim um centro referencial para outras regiões. Há muito tempo que as feiras livres exercem influencias na formação

¹No Nordeste, “mangalho” se refere a barracas da feira que comercializa diversos produtos de origem artesanal e/ou produtos da lavoura.

de uma cidade. Desde o período, da Idade Média passando pelo Renascimento, onde na Europa, estas eram ligadas as festividades religiosas conforme afirma Souto (1978). Cavalcanti (2015), diz que as funções das feiras europeias eram de suprir as necessidades de cada indivíduo pelo estabelecimento de trocas de mercadorias nos burgos.

Ainda Segundo Cavalcanti (2015), no período pós Idade Média, na Era das Grandes Navegações, as duas principais potências europeias da época, Portugal e Espanha, começaram a expandir as suas mercadorias para outros continentes: asiático, africano e americano. Nesse sentido, as feiras acabaram por se tornarem referência de comércio no início do século XVI com o objetivo de suprir as necessidades da população local.

Em nível de Brasil, mais especificamente no Nordeste, a origem das feiras nordestinas brasileiras deu-se segundo Araújo (2011), através dos colonizadores portugueses, isso porque os indígenas brasileiros não produziam mercadorias excedentes para que possibilitasse não só a troca entre as tribos Tupinambás e Tupiniquins, como também a venda para outras etnias. Portanto era uma economia de subsistência, que tinha como objetivos satisfazer as necessidades da comunidade indígena.

Séculos mais a frente, as feiras continuavam a seguir o modelo lusitano, funcionando a partir de povoados e posteriormente em vilas e nos centros das cidades.

Mais tarde, entre os séculos XVIII e XIX as feiras livres que existiam no Nordeste brasileiro tinham como comercialização majoritariamente o gado bovino (Dantas, 2008). Diante dessa conjuntura, as feiras Nordestinas, exercem um papel relevante na produção do espaço e serão “responsáveis pelo aparecimento de diversos núcleos urbanos”. (SANTOS, 2013) *apud* (TAVARES, 2014).

Em suma, é considerada também como um espaço antigo de comercialização, onde até os dias atuais para muitas cidades brasileiras são consideradas a principal forma de dinâmica econômica vigente. Para Dantas (2008) são as feiras que alteram a dinâmica da cidade durante sua realização, sendo perceptível pelo deslocamento das pessoas ou até mesmo na própria organização da área que está situada. Ao mesmo tempo, que apresenta persistências, apresenta também adaptações ao nosso tempo.

Diante disso, Salgueiro (1989) mostra os fatores que contribuíram para tais alterações: o desenvolvimento dos transportes, crescimento das cidades, motorização na produção e a elevação dos índices educacionais, fatores estes que fizeram com que o consumidor tenha uma maior exigência em relação a qualidade do produto bem como sua produção.

Para Santos (2013) essas mudanças, estão paralelas a um novo período histórico-geográfico, caracterizado pelos avanços técnico-científicos-informacionais. Tais mudanças direcionam as transformações no espaço como na relação social e nos dá novos conteúdos ao espaço geográfico, convergindo para as alterações de mercado. Segundo este autor:

[...] o mercado, graças exatamente à ciência, à técnica e à informação, torna-se um mercado global. O território ganha novos conteúdos e impõe novos comportamentos, graças às enormes possibilidades da produção e, sobretudo, da circulação de insumos, dos produtos, do dinheiro, das ideias e informações, das ordens e dos homens. É a irradiação do meio técnico-científico informacional. (SANTOS; SILVEIRA 2001; p.52-53).

Essas mudanças são reflexos de uma sociedade capitalista, marcada por um processo produtivo avassalador, necessitando assim no âmbito da distribuição, de formas de comércio e de estratégias de vendas equivalentes a esse processo produtivo, sendo uma das possibilidades de compreensão da complexidade social existente nas cidades brasileiras a co-presença de formas de comércio modernas, tais como: *Shopping Center*, comércio 24 horas, o sistema de franquias, hipermercados, entre outros; e atividades comerciais tradicionais, a exemplo das Feiras-Livres.

Santos (2013) ressalva que a presença dessas formas de comércio em uma cidade abre possibilidades para a desigualdade social, onde o processo de produção, distribuição e consumo apresenta-se de diferentes formas e maneiras, a depender de classes sociais e renda salarial. Essas novas formas de comércio estão alastrando-se nas pequenas cidades e nos que nela habitam, pelo grande fluxo de pessoas e produtos no centro da cidade.

Diante de tal situação, Salgueiro (1989) afirma que “As grandes superfícies nunca poderão anular completamente o pequeno comércio. (297 p.) ”, isso não está relacionado a fatores culturais.

A Feira Livre é um espaço de persistência cultural que é rica em fluxos de identidades e valores evidenciando assim, uma sociabilidade entre os que a frequentam. Diante disso, a Feira Livre de Areia não é um local onde somente realiza venda e troca de produtos e mercadorias, mas também de produção cultural.

Desde o surgimento da feira livre que as características culturais estão presentes. No início, as relações comerciais entre vendedor e comprador se davam através da venda ou troca da mercadoria excedente e interação com as novas culturas. Por ser um espaço onde a relação social se dá de forma intensa, através do manifesto cultural e de identidade, sociabilidades são concretizadas de forma espontânea.

Essas relações existentes nas feiras livres nos mostram o quanto em um só espaço pode apresentar outras funções tanto no âmbito econômico como cultural. A partir das funcionalidades apresentada na Feira Livre de Areia, levou-se a refletir a importância que esse espaço desempenha na dinâmica (econômica e cultural) no âmbito local e regional da cidade de Areia.

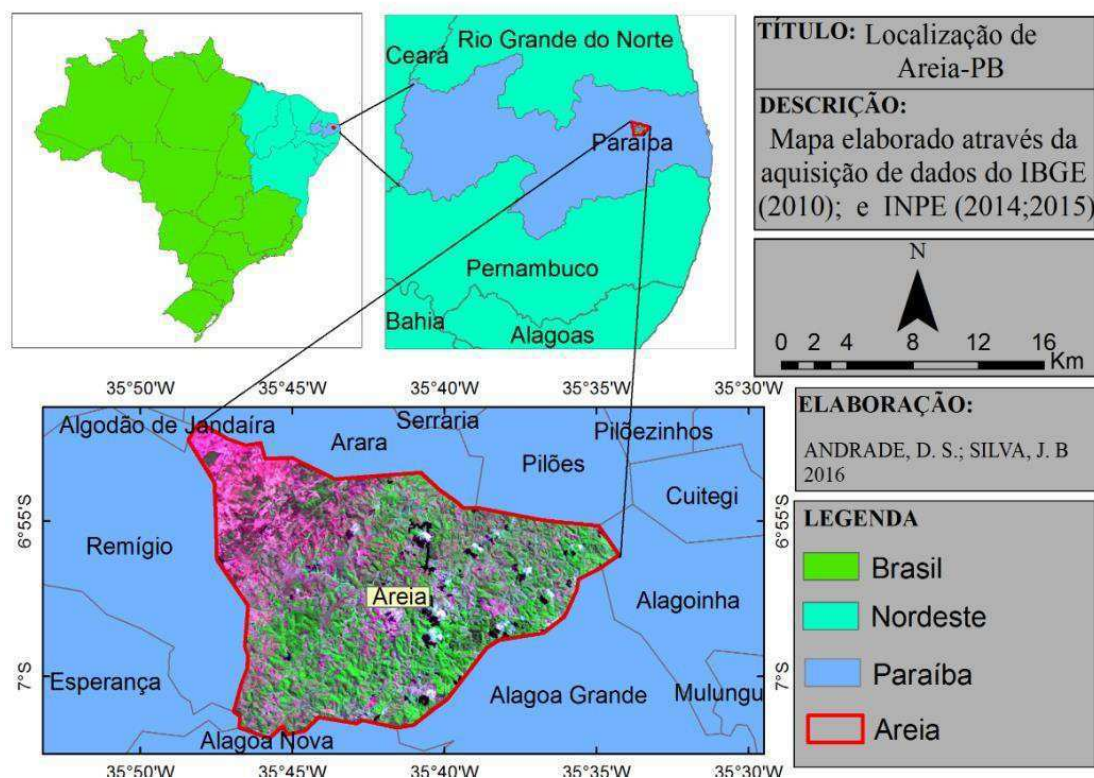
3. A FEIRA DE AREIA: ORIGENS E CARACTERÍSTICAS ATUAIS

3.1 O município de Areia

O município de Areia está localizado na região leste do estado da Paraíba, na denominada Mesorregião do Agreste paraibano, mais especificamente na microrregião do Brejo (Figura 1), constituído de três distritos Cepilho, Mata Limpa e Muquém e a sede do Município propriamente dita (RODRIGUES, 2002).

De acordo com o Instituto de Geografia e Estatística-IBGE (2010), Areia possui uma população estimada em 23.837 habitantes, sendo, 14.602 da zona urbana e 9.235 da zona rural e área total de 266,596 km², e um PIB per capita a preços correntes de 7.047,08 reais.

Figura 01. Localização do Município de Areia-PB



Fonte: Base de dados: INPE, AESA e GOOGLE (Elaborado por Daniel Souza Andrade,2016)

3.2 O CONTEXTO HISTÓRICO E ATUAL DA FEIRA LIVRE DE AREIA

Segundo Almeida *et al.* (2010), o município de Areia surgiu como simples povoado em 1625, sendo nomeado de Sertão dos Bruxaxás, isso no final do século XVII e início do século XVIII.

Nessa época o referido povoado servia como ponto estratégico de parada para tropeiros e boiadeiros que vinham do sertão ao litoral, da então conhecida Capitania da Paraíba, na atualidade a capital João Pessoa. Após vários anos, o povoado foi denominado de Vila Real do Brejo de Areia, isso em 18 de maio de 1815. Tornando-se cidade em 18 de maio de 1846 (ALMEIDA *et al.*, 2010).

No período em que Areia foi elevada à categoria de cidade, o estado paraibano estava passando por uma crise hídrica a qual esgotava todas as expectativas de vida dos sertanejos. Com isso, a maioria dessa população vai embora para o Brejo, onde dispunha de fartura hídrica e conseqüentemente, de plantio, colheita e renda (ALMEIDA, 1980).

Ainda de acordo com Almeida (1980), em decorrência dessa chegada de sertanejos no Brejo, o município de Areia cresceu em população, tornando-se o maior centro comercial do interior. Produzindo em larga escala algodão, rapadura, aguardente, açúcar, farinha de mandioca, fumo, cereal e até café.

A feira surgiu a partir da criação do município areiense, tornando-se a maior da Paraíba até o final do século XVIII, influenciando não só o comércio como também vitalizava a economia municipal. Sua base estava na agricultura do entorno e do Município, portando grande diversidade de produtos. Mas com o surgimento da República, assim como o cerco das estradas de ferro, a feira de Areia começou a entrar em declínio, isso porque antes da linha férrea da cidade vizinha de Alagoa Grande, Areia servia como um dos principais locais de passagem para outras cidades, como de João Pessoa para Campina Grande (ALMEIDA, 1980).

Na atualidade, possuindo sua economia concentrada na lavoura, o município de Areia dispõe de uma quantidade considerável de produtos agrícolas, como as plantações de cana-de-açúcar, feijão, mandioca, milho e banana. Seus excedentes são exportados para Campina Grande, sendo a produção de derivados da cana de açúcar uma das principais fontes de renda do município (BARBOSA *et al.*, 2010).

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A feira Livre de Areia está localizada nas proximidades do Calçadão João Cardoso, o qual exerce forte influência devido ao fluxo considerável de pessoas, isto decorrente da grande quantidade de lojas, supermercados e outros. Sobre a quantidade de feirantes que atuam na feira, segundo os funcionários da prefeitura que atuam na coleta de tributos, é estimado cerca de 200 feirantes, sendo que há certa inconstância na frequência, devido ao fato de que os feirantes que vão em sábado, no próximo dia de feira ele talvez não compareça, dificultando assim a contagem exata de feirantes atuantes.

De acordo com a Figura 3, percebe-se que a feira se concentra atualmente em três ruas e uma avenida, contudo, essa não dispõe de uma setorização dos produtos comercializados por não haver uma organização formal do espaço de instalação das barracas, processando-se de maneira empírica. Onde bancas de horte-frutas são intercalados com roupas e calçados entre outros. No entanto, mesmo sem uma setorização, existe a predominância de produtos em determinadas ruas.

4.1 Posição da feira livre de Areia-PB

Através dos dados obtidos na pesquisa, constatou-se que a dinâmica espacial da atividade comercial desta feira (Figura 2) confere a esta cidade uma importante centralidade entre localidades próximas. Tal aspecto nos mostra sua influência microrregional, exercendo ainda grande importância, mesmo com as diversas mudanças e inovações no setor comercial nos últimos tempos.

Figura 02: A Feira Livre da Cidade de Areia-PB

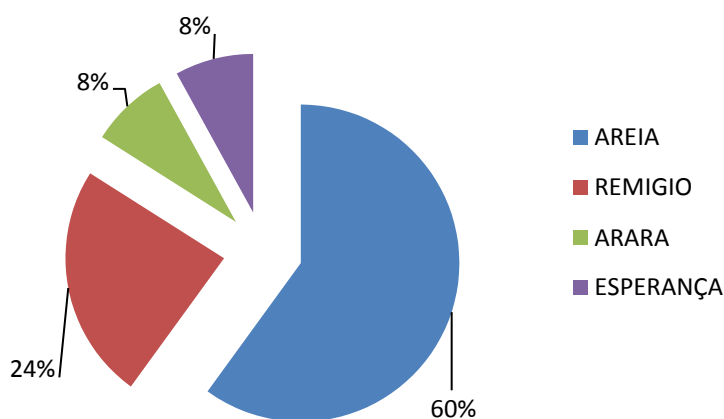


Fonte: Ulisses Dornelas (2016)

4.2 Origem dos feirantes

Com a finalidade de verificar a importância do objeto de estudo para os que comercializam mercadorias, foi questionada a origem dos mesmos, onde se observou que 60% dos feirantes são de origem do município de Areia, o que comprova que a Feira Livre desta cidade exerce uma grande importância na economia local e para as famílias do município. Há também, feirantes de cidades vizinhas: Remígio (24%), Esperança (8%) e Arara (8%), que atuam na Feira de Areia (Gráfico 1).

Gráfico 01: Origem dos Feirantes



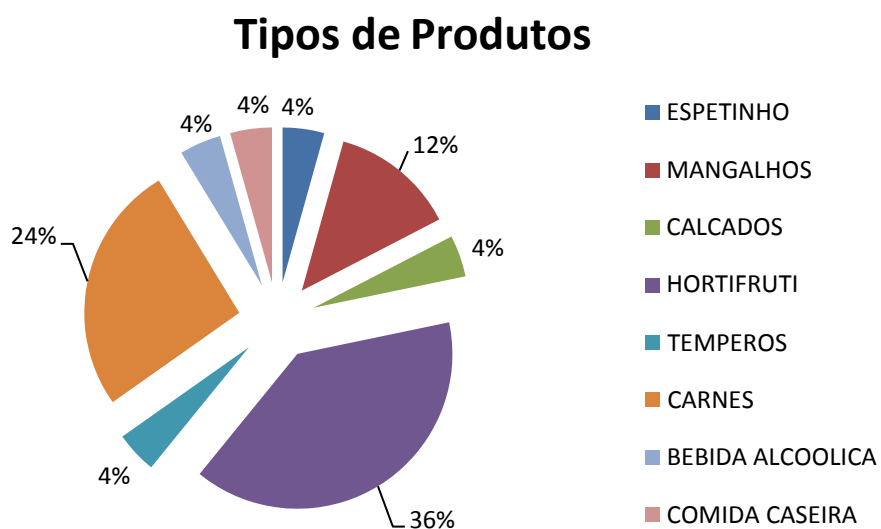
Fonte: Dados resultantes da aplicação dos questionários aplicados pelo autor nos meses de agosto-setembro de 2016.

4.3 Produtos comercializados e sua origem

Uma das perguntas estava relacionada ao tipo de produto que o feirante vende em sua banca. Diante das respostas dos mesmos, pode-se observar através do Gráfico 02, que cerca de 40% dos produtos produzidos são hortifruti (Figura 4), onde a maioria das mercadorias tem origem de terceiros e a minoria é produzida pelos próprios feirantes em suas pequenas propriedades rurais. Logo em seguida temos os produtos frigoríficos (Figura 5) com 24%, estes tem origem de cidades de outras regiões, como Guarabira e Esperança.

Outros tipos de produtos encontrados foram os mangalhos (12%); seguido de temperos, espetinho, bebida alcoólica, comida caseira e calçados, correspondendo a 4% cada.

Gráfico 02: Tipos de Produtos Comercializados



Fonte: Dados Resultantes da Aplicação dos Questionários Aplicados Pelo Autor nos Meses de Agosto à Setembro de 2016.

Figura 04: Mercado Publico



Fonte: Ulisses Dornelas (2016)

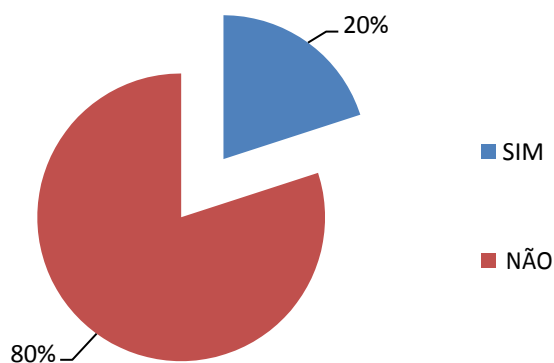
Figura 05: Mercado Público



Fonte: Ulisses Dornelas (2016)

Ainda sobre os produtos comercializados, no Gráfico 03 é apresentado os resultados sobre os produtos que ali eram comercializados e se são produzidos pelos feirantes. Podendo-se perceber que 80% dos feirantes não produzem aquilo que vendem e 20% produzem e vendem nas suas bancas, segundo os feirantes, é mais “cômodo” que os produtos sejam comprados de outros produtores e há uma economia de tempo e menos gastos na produção, isso significa também que cidades como Guarabira e Esperança e outras cidades da região exercem uma grande participação no abastecimento de mercadorias da Feira Livre de Areia-PB.

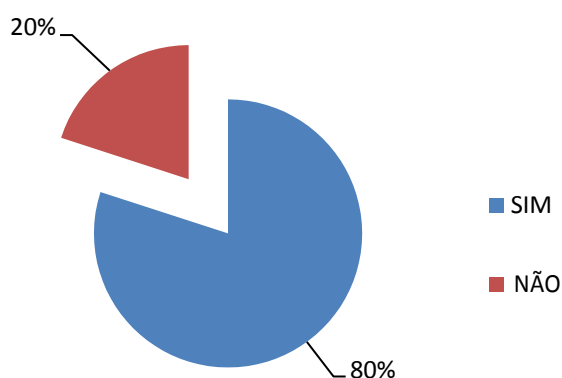
Gráfico 03: Produtos Produzidos pelos Feirantes



Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

Em seguida, questionou-se sobre a percepção dos feirantes sobre as mudanças que ocorrem na cidade nos dias de feira. Cerca de 80% dos feirantes percebem mudança na rotina da cidade e o principal motivo é o aumento de fluxos de pessoas (Gráfico 4). Isso porque grande parte da população que mora em Areia são moradores do Distrito de Mata Limpa, Cepilho que são localidades afastadas da cidade (zona rural) e alguns moradores não tem condições para se deslocarem durante a semana do Distrito até a cidade para comprar produtos para casa. E o “melhor” dia é a feira de Areia para que os moradores possam reabastecer suas moradias.

Gráfico 04: Rotina da Cidade em dia de feira

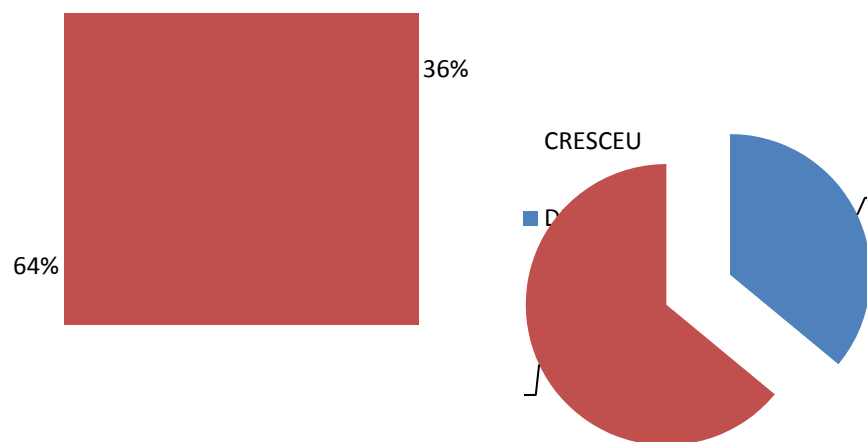


Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

Em relação ao fluxo de pessoas que compram na feira, 64% dos feirantes responderam que esse fluxo diminuiu (Gráfico 5). Tal dado revela que é cada vez maior a migração de clientes para os comércios dito modernos como supermercados, mercadinhos e lojas do ramo.

Segundo relatos de alguns feirantes a forma de pagamento oferecido no comércio moderno tem atraído cada vez mais clientes através do “dinheiro de plástico”, conhecido como cartão de crédito. Cujas funções que tem atraído os clientes para os supermercados é a função de parcelar em quantas vezes quiser e/ou pagamento para até 30 ou 40 dias após efetuar a compra. Apesar de algumas feiras livres oferecerem pagamento através do cartão de crédito, essa função moderna de pagamento, ainda não é encontrada no nosso objeto de estudo.

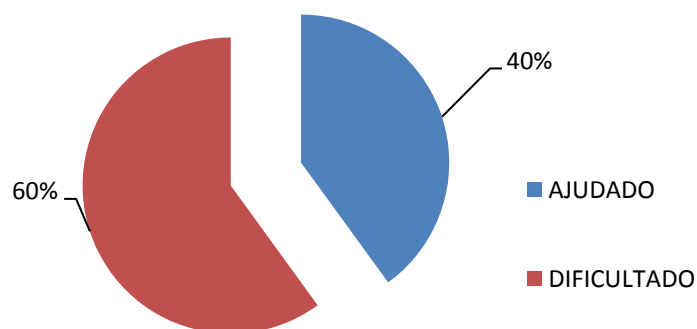
Gráfico 05: Evolução da Feira Livre de Areia-PB



Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

Sabe-se que a feira é uma das formas de comércio mais antigas do mundo. Com a globalização, novos tipos de comércio modernos surgem ao longo do tempo, como supermercados, shopping centers e lojas do atacado e varejista. Por esse motivo, foi questionado aos feirantes se o surgimento desses comércio modernos podem ajudar ou atrapalhar o potencial de sua banca nos dias de feira. Percebeu-se que a maioria dos feirantes (60%) não gostam de competir com essas novas formas comerciais, com a justificativa de que nos supermercados se encontra os mesmos produtos que na feira e em condições mais econômicas, a forma de pagamento através do cartão de crédito, tem menos gente e é mais limpo (Gráfico 7).

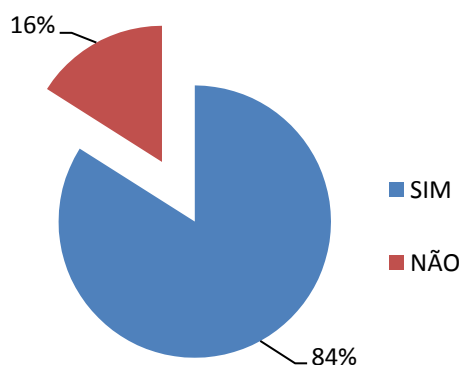
Gráfico 07: Surgimento de Mercados Modernos



Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

Analisou-se a dinâmica do objeto estudado com a participação, agora, dos que frequentam esse espaço: os consumidores. Através deles permitiu-se que houvesse a relação de compra, venda e troca de produtos. Pode-se constatar através da aplicação dos questionários que 100% dos entrevistados residem em Areia. Diante disso, questionou-se a estes a regularidade com que vão a feira. Através do gráfico 08, percebeu-se que grande parte dos entrevistados (84%) comparece a feira regularmente.

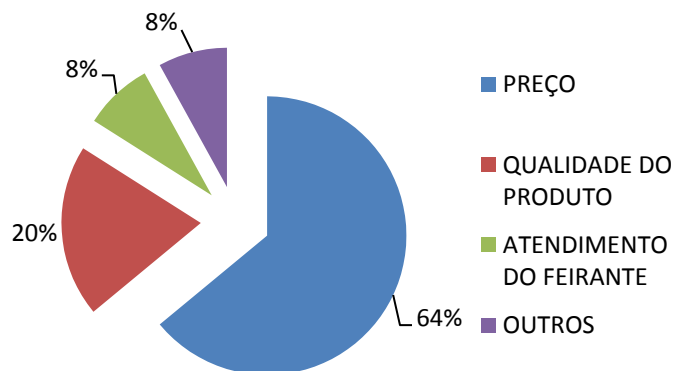
Gráfico 08: Frequência com que os Consumidores vão a Feira



Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

A justificativa apresentada pelos consumidores encontra-se no gráfico 09. Onde, evidenciou-se que o fator preço (64%) é o principal motivo que fazem com que os consumidores retornem a feira. Como segundo motivo que mais atraem os clientes, é a diversidade de produtos oferecidos (20%).

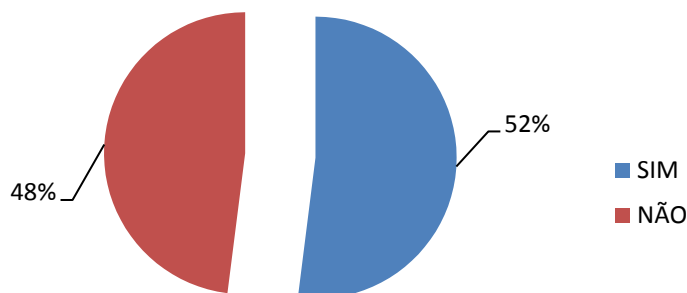
Gráfico 09: Motivo com que o consumidor vai à feira



Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

Perguntou-se aos consumidores se estes costumam comprar sempre na mesma banca de feira. Observa-se no Gráfico 10 que 52% compram ao mesmo feirante regularmente. Os motivos foram que compram no mesmo feirante há muitos anos, onde esse tipo de justificativa gera “fidelidade” em ambas as partes.

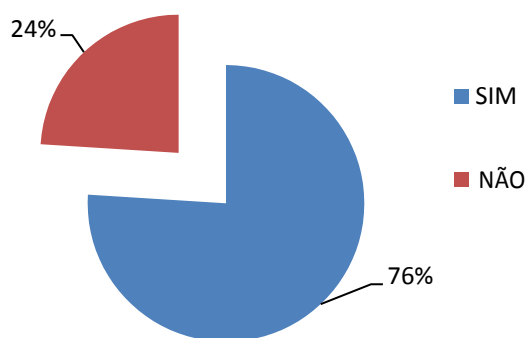
Gráfico 10: Consumidores que compram sempre no mesmo comércio da feira



Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

Da mesma forma que anteriormente foi questionado aos feirantes se observam mudanças na cidade nos dias de feira, sentiu-se a necessidade de apresentar o ponto de vista daqueles que vão desfrutar do espaço estudado. Sendo assim, percebeu-se que mais de 75% dos clientes observam mudanças ocorridas no percurso de casa para a feira ou dentro da área analisada (Gráfico 11). Onde, justificou-se que há o aumento de pessoas e veículos naquela área, que acaba por gerar um trânsito de fluxo lento e perigoso, pois, dividem praticamente o mesmo espaço.

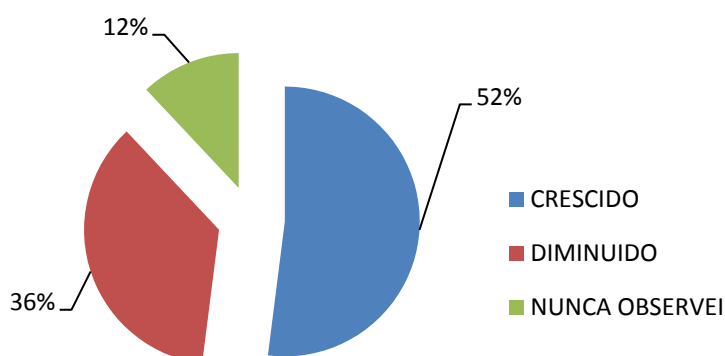
Gráfico 11: Rotina da Cidade em Dia de Feira



Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

Questionou-se a percepção dos consumidores a respeito da quantidade de feirantes, mercadorias e pessoas transitando dentro da feira (Gráfico 12). Claramente percebeu-se que para os consumidores houve uma expansão da comercialização da feira. Alguns consumidores exemplificaram que roupas usadas nos brechós são comercializadas sobre os bancos da praça pública, pois não há mais espaço para montar uma banca para comercializar.

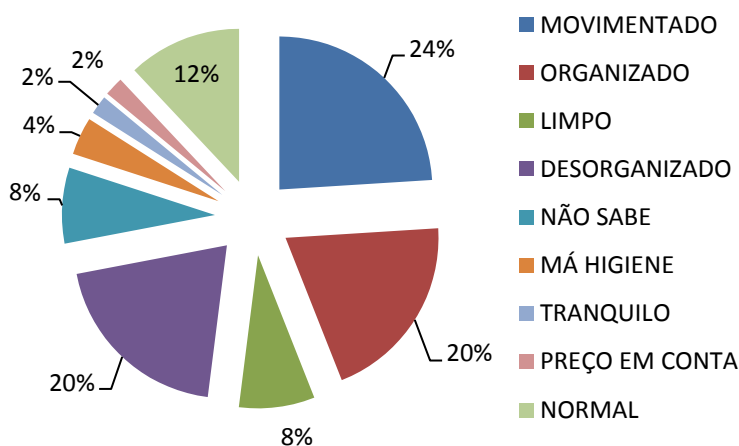
Gráfico 12: Crescimento ou Diminuição da Feira no ponto de vista dos Consumidores.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2016

Por fim, questionou-se aos consumidores como definem o ambiente da feira (Gráfico 13), percebeu-se que a maioria dos consumidores (24%) define como movimentado, logo em seguida com a mesma parcela (20%) Organizado ou Desorganizado. E a terceira, maior parcela de pessoas definem como ambiente normal.

Gráfico 13: Como os Consumidores Definem o Ambiente da Feira Livre



Fonte: Dados da Pesquisa, 2016.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho propiciou um melhor entendimento sobre a dinâmica sócioespacial do comércio e fluxos de pessoas e mercadorias na feira semanal do município de Areia-PB.

Percebeu-se que a feira local exerceu uma importância regional, contribuindo para a formação e consolidação da cidade. Porém, ao longo das décadas a modernização do comércio fez com que surgissem supermercados cada vez maiores e mais “higiênicos” e panificadoras oferecendo não só o pão, mas também outros produtos. Assim a feira não tem conseguido segurar os consumidores, causando perdas na economia dos feirantes.

Nota-se ainda que 60% dos feirantes são oriundos do município. Diante de tal fato, constatou-se que o espaço comercial exerce uma funcionalidade importante para os que precisam comercializar suas mercadorias e assim obter uma economia a fim de garantir seu sustento e de familiares.

Em relação aos consumidores, constatou-se que o espaço da feira é relevante, é onde ele encontra pessoas que não veem durante a semana, encontra produtos frescos, e a relação entre o cliente e o vendedor é mais próxima. Por esses motivos que a Feira Livre de Areia desempenha um importante papel para aqueles que a frequentam. Apesar do processo de modernização e novos comércios instalados na cidade, a Feira Livre de Areia é um espaço que agrega valores culturais que certamente não vão se perder ao longo do tempo.

6. REFERENCIAS

ALMEIDA, H. **Brejo de Areia: memórias de um município**. 2ª ed. João Pessoa: UFPB, 1980.

ALMEIDA, P. R. L.; CALDAS, R. A. Areia/PB, Patrimônio e contextualização histórica. Encontro nacional de geógrafos, 2010. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: AGB, 2010.

ANDRADE, D. S., SILVA, J. B. A dinâmica do comércio local: A feira livre de Areia. Encontro Nacional de Geógrafos. **Anais...** São Luís - MA, 2016.

ARAÚJO, G. A. F. Continuidade e descontinuidade no contexto da globalização: um estudo de feiras em Portugal e no Brasil (1986-2007). Tese de Doutorado. Universidade do Minho e Universidade Federal da Bahia, Mimeo, Braga, 2011.

BARBOSA, R. S.; NEVES, A. M.; ALVES, T. L. B. A produção agrícola no município de Areia - PB. Encontro nacional de geógrafos, 2010. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: AGB, 2010.

CAVALCANTI, R. L. S. Cheiros, cores e sons...é dia de feira!: a gestão pública urbana na feira livre de Casa Amarela. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Pernambuco. Recife – PE, 2015.

DANTAS, G. P. G. Feiras no Nordeste. **Mercator – Revista de Geografia da UFC**, ano 07, número 13, p.88-101, 2008.

MAIOR, A. S. **História Geral**. São Paulo, Editora São Paulo, p. 190, 1978.

MOREIRA, E. R. F. Mesorregiões e Microrregiões da Paraíba: Delimitação e Caracterização. João Pessoa, **GAPLAN**,1988.

RODRIGUEZ, J. L. **Atlas escolar da Paraíba**. João Pessoa, 3ª ed. 2002.

SALGUEIRO, T. B. **Novas Formas de Comércio**. Finisterra, XXIV, Ed.48. p. 151-217, Lisboa, 1989.

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

TAVARES, N. J. A. A feira livre de boqueirão: comércio, consumo e produção do espaço. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Geografia). Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2014.

VELOSO, H.P., RANGEL FILHO, A.L.R.R. & LIMA, J.C.A. 1991. **Classificação da vegetação brasileira, adaptada a um sistema universal**. IBGE, Rio de Janeiro, 1991.

ANEXOS

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
