



# **PERFIL SOCIOECONÔMICO E ASPECTOS PRODUTIVOS E COMERCIAIS DOS FEIRANTES E CONSUMIDORES DA FEIRA LIVRE DE LAGOA NOVA/RN**

Uma abordagem sobre a agricultura e os desafios para o Poder  
Público

**Júlia Rocha Araújo**<sup>1</sup>  
**Marciano Furukava**<sup>2</sup>  
**Rayja Cecília de Araújo Oliveira**<sup>3</sup>

## **RESUMO**

As feiras livres se constituíram ao longo do tempo como cenário de fundamental importância para o desenvolvimento socioeconômico das cidades. Presentes no Brasil desde a colonização, desempenharam esta função sobretudo nas cidades interioranas do Nordeste. As feiras se destacam pela sua resistência diante do surgimento de novas formas de mercados e consumos. Além disso, são canais comerciais da agricultura familiar, atividade cuja possui também relevância histórica. Atribui-se essa perpetuação principalmente às características culturais. Diante dessa significativa notoriedade, faz-se necessário o conhecimento pelo Poder Público dos problemas enfrentados para a continuidade das feiras. O objetivo deste trabalho foi analisar os perfis dos agentes que compõem esta atividade mercantil e as particularidades produtivas e comerciais da feira livre de Lagoa Nova, município que se situa na região Seridó, no Rio Grande do Norte.

Palavras-chave: feira livre, comércio, cultura, agricultura familiar

## **INTRODUÇÃO**

Segundo Mumford (1998), a feira livre, apontada como uma das formas de comercialização mais antigas, teve seu primeiro registro datado por volta de 2000 a.C. e surgiu a partir da necessidade de organização das trocas. De acordo com Pirenne (1968), elas executaram um papel fundamental no desenvolvimento na organização econômica da Idade

---

<sup>1</sup> Doutora em Economia pela UFPE. Professora adjunta do Departamento de Economia da UFRN. Email: araujorjulia@gmail.com

<sup>2</sup> Doutor em Engenharia de Materiais pela UFRN. Professor adjunto do Departamento de Engenharia de Materiais da UFRN. Email: furukava@ct.ufrn.br

<sup>3</sup> Graduanda em Economia pela UFRN. Email: rayjacecilia@ufrn.edu.br



Média. Ele as define como “centros de intercâmbios em grande escala” e as compara “com as exposições universais, pois não excluem nada nem ninguém”.

Aos poucos, as feiras se tornaram um fenômeno dividido entre o meio rural e urbano, onde os costumes do local onde as mesmas ocorriam passaram a se expressar fortemente nos produtos comercializados, na gastronomia apresentada e principalmente pelas pessoas que compunham as feiras livres [...] (MEDEIROS, 2012, p.1)

Além de caracterizada como perpetuação cultural, para Coutinho et al. (2006) ainda é meio para alcance de desenvolvimento socioeconômico, sobretudo nas regiões interioranas. Para isso, ressaltam a circulação de capital gerada pela renda efetuada aos feirantes e o gasto em consumos em diversos setores a partir dela, como elemento de grande importância para o progresso econômico local. A possibilidade de contato dos pequenos produtores e comerciantes com o consumidor final e o conhecimento da produção, aliado ao constante aumento da busca por produtos frescos e saudáveis (derivado das mudanças nos hábitos de alimentação), permitem um caráter dinâmico à realização das feiras, fazendo com que se tornem ambientes de vivências mercantis interativas.

Em contrapartida e embora tenham resistido ao tempo, ainda preservam traços rústicos e medievais em suas composições, principalmente nos fatores relacionados à infraestrutura e higiene. Dentro dessa perspectiva e a partir da observação da realidade, infere-se que a respectiva modalidade de comércio se realiza como um significativo objeto de estudo e análise, tendo em vista suas proporções e impactos na sociedade.

## **OBJETIVO**

O objetivo deste artigo constitui-se em analisar os dados socioeconômicos sobre o setor de produtos agrícolas da Feira Livre de Lagoa Nova/RN. Além de informações comerciais e produtivas, tais como os perfis dos feirantes e consumidores, foram obtidos o grau de satisfação em relação às propriedades gerais da feira e as possíveis melhorias em relação às condições apresentadas, afim de fornecer embasamento necessário para a formulação de políticas que favoreçam e tornem o ambiente mais eficiente para todos os agentes envolvidos.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### **Síntese sobre o surgimento e desenvolvimento das feiras**

A produção rural e familiar foi meio de subsistência humana por um longo período de tempo. Tal circunstância pode ser observada desde o Antigo Egito até o feudalismo, em que as organizações produtivas eram baseadas no autoconsumo e sem o objetivo de comercialização. As feiras surgiram a partir da observação de excedentes nessas mercadorias produzidas (SOUSA, 2004).



De acordo com Harvey (1981, p.185), conforme citado por Dantas (2007, p.64), o excedente de produção é definido como a parte de recursos existentes que ultrapassam o necessário para as condições de subsistência e "visa garantir a manutenção e a reprodução da força de trabalho no contexto de um modo de produção qualquer".

[...] E com as sobras de uns, contra as faltas de outros, é que houve a necessidade de intercâmbio de mercadorias, a princípio intergrupos, sem a exigência de um lugar, onde a busca de se conseguir as mercadorias que necessitam é mais intensa. A existência das feiras foi uma solicitação natural de um ambiente que congregasse todos os produtos que se estivessem disponíveis para outrem; e, neste contexto, seria importante que se trocassem seus excessos em busca de outros produtos que não se houve condições de produzir. (SOUSA, 2004, p. 193)

As feiras, no seu aspecto informal, fomentaram o êxodo rural através das trocas e relações do produtor campesino com a cidade. O desenvolvimento ocorreu na Idade Média. Léo Huberman diferencia “os mercados locais semanais e as grandes feiras do século XII ao XV”. Os mercados, entendidos nos primeiros tempos da época medieval, tinham características próprias do varejo e os produtos comercializados eram predominantemente agrícolas. Já em sua fase padronizada, no período referente à formalização, as grandes feiras se constituíram como

[...] imensas, e negociavam mercadorias por atacado, que provinham de todos os pontos do mundo conhecido. A feira era o centro distribuidor onde os grandes mercadores, que se diferenciavam dos pequenos revendedores errantes e artesãos locais, compravam e vendiam as mercadorias estrangeiras procedentes do Oriente e Ocidente, Norte e Sul. (HUBERMAN, 1981, p. 24)

Essa internacionalização das feiras teve como base as Cruzadas, em que os europeus necessitavam dos mercadores para o suprimento da demanda de produtos necessários. Outro fator importante foi a vantagem comparativa, que consiste na melhor produção de determinado produto de um país em relação a outro.

Porém, a baixa demanda por produtos e a dificuldade com meios de transportes não desenvolvidos a classificavam como comércio de caráter periódico. Sendo assim, ocorriam em torno de duas vezes por ano (HUBERMAN, 1981). Nesta fase, eram realizadas principalmente nos dias de festas religiosas, nas quais havia grande circulação de pessoas (JESUS; DAMERCÊ, 2016).

As feiras ocasionaram impactos que resultaram em grandes transformações históricas, principalmente no capitalismo em sua fase inicial. Elas foram o cenário ideal para a perpetuação do sistema, pois, segundo Souza (2015, p.130), “instigaram a abertura de estradas e comunicações entre os grupos” e funcionou como agente impulsor que favoreceu o Renascimento Comercial e abertura do Mar Mediterrâneo.

Com o declínio do feudalismo e o surgimento do modo de produção capitalista, esse mercado comercial teve sua propagação ligada ao crescimento das relações comerciais, ganhando uma nova configuração econômica. O comércio que antes se mantinha através das trocas de mercadorias transformou-se na economia de sistema monetário e em uma atividade comercial em expansão, exercendo um papel essencial na introdução do dinheiro e na conservação do capitalismo, como também no despontar de novas cidades. (ANDRADE, 2015, p.21)



No Brasil, as feiras foram introduzidas ainda na colonização. Embora antes já houvessem trocas intertribais, estas eram de caráter simples e peculiar e com locais determinados. Não existia o conceito de excedente, pois os índios produziam apenas o suficiente para a subsistência. Com a introdução do escambo, trazida pelos portugueses, os índios começaram a comercializar produtos, tais como o pau-brasil (DANTAS, 2007).

Mott (apud JESUS; DAMERCÊ, 2016, p.16), afirma que, posteriormente à colonização, as feiras livres receberam um decreto do rei Dom João II, no qual constava a ordem de realização das mesmas semanalmente com o objetivo de compra e venda de bens entre os nativos. De acordo com Andrade (2015, p.21) as feiras no Brasil se estabeleceram e exerceram influência com fundamentos parecidos com a sua organização original: "A feira foi se difundindo por diversas cidades no Brasil, tornando-se um fator primordial para o crescimento das cidades e também para a fundação de tantas outras que existem nesse país, onde também desempenhou um importante papel na propagação da cultura local".

Nesta perspectiva, as feiras livres representaram elementos essenciais para a formação econômica e social das cidades, principalmente as do interior nordestino, cuja economia era pautada na produção agropecuária e através desta realizavam o abastecimento urbano (SILVA, et al. 2017).

### **A importância sociocultural da feira, a possibilidade de comercialização da agricultura familiar o papel do Poder Público**

As feiras superam as barreiras comerciais e representam características próprias de uma sociedade em determinada época, de modo que especificam suas particularidades produtivas e sociais. Elas permitem, desde sua origem, ascensão comercial aos pequenos produtores, permitindo o desenvolvimento rural. Por isso, exprimem riquezas culturais nos espaços onde se fixam, geralmente "afastados dos setores mais abastados das cidades, elas estão mais próximas das camadas populares, nas áreas periféricas e hoje servem mais a esta população" (FREITAS; FONTES; OLIVEIRA, 2008, p.130).

Godoy e Anjos (2007, p. 364) abordam a permanência nas feiras livres "inseridas num mundo cada vez mais automatizado, e atrelado as grandes superfícies de varejo, onde as relações impessoais tendem a preponderar em meio à rapidez das trocas e a velocidade dos processos econômicos". Dessa forma, mesmo com o crescimento dos supermercados e tendências de consumo diferenciadas as feiras carregam características que permitem sua perpetuação.

Jesus e Damercê (2016, p.9) as descrevem como "lugar das relações de proximidade, intimidade, a relação de amizade". Tendo sido feirantes por algum tempo, relatam essas vivências e o modo como se estabeleciam essa familiaridade:

[...] percebemos que foram estabelecidas relações com aqueles que iam comprar em "nossa mão" e que ainda se mantém, pois é de práxis ao nos direcionar até a feira, aqueles que estabelecemos relações durante esse tempo,



surgirem com sua cortesia, com a “conversa fiada”, e com a boa e velha mania de procurar saber as novidades. (JESUS; DAMERCÊ, 2016, p.9)

Essa observação também é feita por Ribeiro et al. (2005), conforme citado por Coutinho et al. (2006, p.2), em que “descrevem que muitos homens vão à feira por lazer, “para comer pastel, ver amigos e conversar fiado”. Diante disso, as feiras funcionam como locais de que unem as mais variadas pessoas, de diferentes localidades, credos e tradições.

Além dos importantes aspectos socioculturais, as feiras possibilitam a inserção dos produtos da agricultura familiar em suas dimensões mercantis. Ela é definida por Araújo e Ribeiro (2018, p.301) como "um modo de organizar a produção pautado no trabalho e na gestão de forma interligada diretamente aos agricultores, com diversificação produtiva" e possuem propriedades fundamentadas "uso sustentável dos recursos naturais e de tomar decisões sobre produção". É classificada como atividade produtiva na qual predomina-se a mão de obra e gestão da renda adquirida pelo núcleo familiar.

A agricultura familiar foi por muito tempo entendida como sistema de atuação com baixa capacidade produtiva e, por conseguinte, com mínimas possibilidades de permanência num mercado competitivo. Por isso, esteve esquecida pelo Poder público durante um longo período de tempo. Tal ocorrência se deu em virtude da modernização da agricultura, que fez com que as políticas públicas se voltassem totalmente para a os maiores e mais capitalizados produtores com o objetivo de reorganizar o balanço de pagamentos do país através das exportações. Porém, ela notoriamente resistiu e apresenta-se como importante circuito regional de produção que se encontram nas regiões periféricas urbanas. Seu conceito e análise vem adquirindo visibilidade nos últimos anos com a finalidade de orientar melhores direcionamentos para seu desenvolvimento (ARAUJO; RIBEIRO, 2018; PIERRI; VALENTE, 2010).

Nesse contexto, sendo as feiras um dos principais meios para a comercialização e crescimento desta atividade, faz-se necessária a participação do Poder Público no desenvolvimento nestes segmentos para a suas perdurações, tendo como foco o progresso comercial, empreendedor e sustentável.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O município de Lagoa Nova é localizado na região Seridó do Rio Grande do Norte, possui uma área com cerca de 176 km<sup>2</sup> e uma população estimada de 13.983 pessoas (IBGE). As informações contidas neste estudo foram obtidas na Feira Livre, realizada sempre aos sábados, situada no centro comercial da cidade. O método utilizado para esta coleta foi a entrevista direta via aplicação de questionários, tendo como objetivo a classificação dos dados primários. Estes são definidos por Prodanov e Freitas (2013, p.103), como “dados que devem ser extraídos da realidade pelo trabalho do próprio pesquisador. Recebem essa designação por se tratarem de informações em ‘primeira-mão’, ou seja, por não se encontrarem registrados em nenhum outro documento”. Esses dados se caracterizaram como qualitativos e quantitativos.



O levantamento, realizado na manhã do dia 10 de agosto de 2019, concerniu e definiu como público alvo os feirantes e consumidores do setor de agricultura da feira. O número de questionários aplicados foi definido por amostra, estabelecidas segundo Gil (2008, p.55) como situação em que “não são pesquisados todos os integrantes da população estudada. Antes seleciona-se, mediante procedimentos estatísticos, uma amostra significativa de todo o universo, que é tomada como objeto de investigação”. A aplicação compreendeu, no total, 36 feirantes e 88 consumidores. A equipe aplicadora englobou 9 pessoas.

Ambos os questionários abrangeram tópicos destinados às observações dos perfis socioeconômicos, tais como sexo, idade, estado civil, escolaridade, renda, composição familiar, recebimento de benefício social, cidade, região de residência, satisfação em relação às propriedades gerais da feira e os aspectos a serem melhorados. Para a abordagem diferencial, foram acrescentadas ao questionário para os feirantes os seguintes itens: o tempo de experiência na feira; a origem dos produtos comercializados; a posse da terra; mão de obra na produção; tipo de mão de obra; recebimento de financiamento do PRONAF; fornecedores; mão de obra na banca; produtos comercializados e perspectiva de continuidade. Para os consumidores, o mesmo procedimento foi adotado. Neste caso, foram: ocupação; frequência de aquisição dos produtos da feira; motivos pela preferência de compra na feira; satisfação em relação aos aspectos relacionados trabalho dos feirantes; satisfação em relação aos preços; conhecimento das terras dos feirantes e a falta de produtos.

Realizou-se uma análise gráfica dos dados após a tabulação. Para a mensuração de variáveis de satisfação foi utilizada a escala de Likert. Esta, de acordo com Gil (2008, p.144), mede o grau de concordância em relação a um enunciado: “Procede-se à avaliação dos vários itens, de modo que uma resposta que indica a atitude mais favorável recebe o valor mais alto e a menos favorável o mais baixo. Calcula-se o resultado total de cada indivíduo pela soma dos itens”.

## **APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Essa seção tem como objetivo apresentar o perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores, bem como a percepção desses dois agentes econômicos sobre a Feira de Lagoa Nova.

### **Os Feirantes**

A tabela 1 reporta o perfil socioeconômico dos feirantes. A maioria dos feirantes são do sexo masculino (72,22%), residentes na cidade de Lagoa Nova (cerca de 70%), sendo que 58% moram em áreas urbanas. Quanto à idade, nota-se que há uma distribuição quase uniforme nas faixas etárias entre 21 a 60 anos, isto é, 25% dos feirantes tem idade entre 21 e 30 anos, 22% possuem idade entre 31 e 40 anos, 17% com idade entre 41 e 50 anos e 22% possuem idade entre 51 e 60 anos. Os feirantes são pouco escolarizados, vez que 50% deles não completaram o ensino fundamental. Apenas ¼ completaram o ensino médio.

Em relação a estrutura familiar, não é grande a diferença do percentual entre solteiros e casados, 44,44% contra 47,22%. Do total de feirantes, 55,56% deles moram em uma residência



com até 4 pessoas. Embora 60% possuem renda família até 1 salário mínimo, apenas 27% são beneficiários de programas sociais como, por exemplo, o bolsa família.

Durante a pesquisa de campo realizados em agosto de 2019, foram identificados 40 tipos diferentes de produtos comercializados, como exposto na Tabela 2. Os produtos mais comuns de serem encontrados foram Alface e Pimentão (aproximadamente por 36% dos feirantes ofertaram esses produtos). Os produtos mais escassos foram: Batata doce, Carne - Carneiro, Couve Folha, Goiaba, Inhame, Jaca, Limão, Macaxeira, Maracujá, Melão, Pimenta, Rúcula e Tangerina.

É importante ressaltar que a diversidade de produtos comercializados pode variar de acordo com a época do ano, haja vista que a oferta dos produtos tem características sazonais.

Tabela 1: Perfil Socioeconômico dos Feirantes

<b>CIDADE DE RESIDÊNCIA</b>	
Lagoa Nova	69,44%
Currais Novos	22,22%
Cerro Corá	5,56%
Tenente Laurentino	2,78%
<b>AREA DE RESIDENCIA</b>	
Zona Urbana	58,33%
Zona Rural	36,11%
Não declarado	5,56%
<b>SEXO</b>	
Feminino	27,78%
Masculino	72,22%
<b>IDADE</b>	
Menos de 20	8,33%
Entre 21 e 30	25,00%
Entre 31 e 40	22,22%
Entre 41 e 50	16,67%
Entre 51 e 60	22,22%
> 60	5,56%
<b>ESCOLARIDADE</b>	
Analfabeto	5,56%
Ensino Fundamental Incompleto	44,44%
Ensino Fundamental Completo	2,78%
Ensino Médio Incompleto	16,67%
Ensino Médio Completo	25,00%
Ensino Superior Completo	2,78%
Não declarado	2,78%
<b>ESTADO CIVIL</b>	
Solteiro(a)	44,44%
Casado(a)	47,22%
Divorciado(a)	5,56%
Viúvo(a)	2,78%
<b>COMPOSIÇÃO FAMILIAR (Número de Membros na família)</b>	
2	11,11%
3	22,22%
4	22,22%
5	13,89%
6	11,11%
7	5,56%
8	2,78%
9	2,78%



10	5,56%
12	2,78%
<b>RENDA FAMILIAR</b>	
Até 1 salário mínimo	61,11%
Entre 1 e 2 salários mínimos	11,11%
Entre 2 e 3 salários mínimos	8,33%
Entre 3 e 4 salários mínimos	5,56%
Mais de 4 salários mínimos	13,89%
<b>BENEFICIÁRIO DE PROGRAMA SOCIAL</b>	
Não	72,22%
Sim	27,78%

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa de campo (2019)

**Tabela 2: Produtos comercializados**

Produtos comercializados	% de feirantes
Alface	36,11%
Pimentão	36,11%
Banana	30,56%
Coentro	27,78%
Batata	25,00%
Cebolinha	25,00%
Laranja	25,00%
Abacaxi	19,44%
Cebola	19,44%
Couve Flor	19,44%
Cenoura	16,67%
Tomate	16,67%
Carne - Porco	13,89%
Carne - Miúdos	11,11%
Carne - Boi	8,33%
Espinafre	8,33%
Feijão	8,33%
Mamão	8,33%
Pepino	8,33%
Salsa	8,33%
Chuchu	5,56%
Coco	5,56%
Jerimum	5,56%
Hortelã	5,56%
Maçã	5,56%
Melancia	5,56%
Uva	5,56%

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa de campo (2019)





No que se refere a origem dos produtos comercializados, apenas 16,67% dos feirantes vendem os produtos produzidos exclusivamente por eles, a partir de um processo produtivo basicamente familiar (Tabela 3). Nenhum feirante declarou ter recebido recursos do PRONAF.

Os demais feirantes adquirem as mercadorias de produtores situados, além de Lagoa Nova (11%), nas cidades de Currais Novos (22%), Açu (5,56%), Cerro Corá (5,56%), Ipanguaçu (2,78%) e Natal (2,78%),

**Tabela 3: Origem dos produtos comercializados**

<b>Origem dos produtos comercializados</b>	
Comprados	52,78%
Produzidos	16,67%
Produzidos e comprados	30,56%
<b>Emprega mão de obra na produção?</b>	
Sim	47,22%
Não	52,78%
<b>Tipo de mão de obra empregada na produção</b>	
Externo à família	8,33%
Familiar	38,89%
Não declarado	52,78%
<b>Fornecedores</b>	
Currais Novos	22,22%
Lagoa Nova	11,11%
Açu	5,56%
Cerro Corá	5,56%
Ipanguaçu	2,78%
Natal	2,78%
Não declarado	50,00%
<b>Tem posse da terra</b>	
Não	13,89%
Sim	33,33%
Não declarado	52,78%

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa de campo (2019)

Quanto à experiência dos feirantes na feira, nota-se que 16% deles possuem menos de um ano de trabalho na feira, ao passo que outros 13% possuem mais de 20 anos. A classe mais frequente é de 1 a 5 anos (30%), seguida por 6 a 10 anos (25%), como pode ser observado na tabela 4. A maioria dos feirantes trabalham sozinho na feira, sem ajuda de um trabalhador extra.

Aproximadamente 1 a cada 4 feirantes pensam em sair da feira. Dentre os aspectos que podem ser melhorados, cerca de 27% dos feirantes apontaram exclusivamente a infraestrutura da feira, tais como Cobertura, piso, banheiros químicos, ampliação do espaço. Além desses aspectos, outros feirantes apontaram a necessidade de melhoria da qualidade da banca, limpeza e organização. Somente 20% dos feirantes não deram sugestões de melhorias.



A insatisfação dos feirantes quanto à infraestrutura também pode ser observada quanto à avaliação sobre a apresentação, pois apenas 33% se mostraram muito satisfeitos nesse quesito.

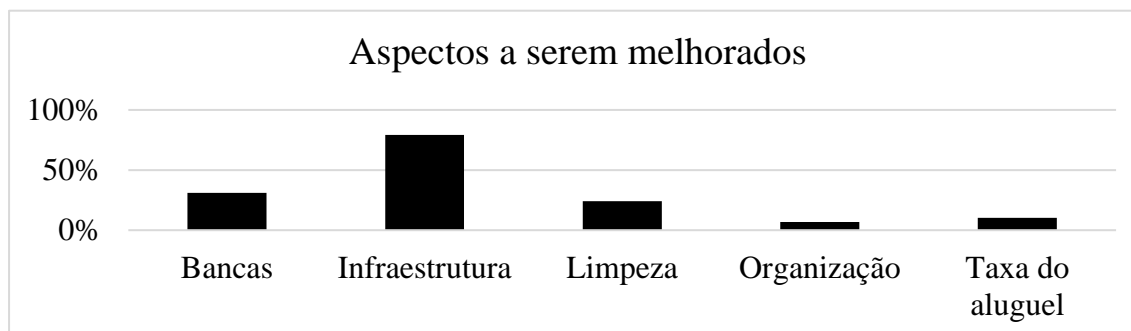
Os critérios mais bem avaliados são dia e horário da realização da feira, já mais de 90% dos feirantes estão satisfeitos ou muito satisfeitos nesse quesito.

Tabela 4: Percepção dos feirantes em relação à feira

Experiência na feira				
Menos de 1 ano				16,67%
Entre 1 e 5 anos				30,56%
Entre 11 e 15 anos				8,33%
Entre 16 e 20 anos				5,56%
Entre 6 e 10 anos				25,00%
Mais de 20 anos				13,89%
Deseja continuar na feira?				
Não				22,2%
Sim				77,8%
Emprega mão de obra?				
Não				69,4%
Sim				30,6%
Satisfação em relação aos aspectos da realização da Feira				
	LOCALIZAÇÃO	APRESENTAÇÃO GERAL	DIA DA REALIZAÇÃO	HORÁRIO
Muito insatisfeito	5,56%	8,33%	0,00%	0,00%
Insatisfeito	8,33%	0,00%	2,78%	0,00%
Indiferente	11,11%	38,89%	5,56%	2,78%
Satisfeito	30,56%	19,44%	27,78%	33,33%
Muito satisfeito	44,44%	33,33%	63,89%	63,89%

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa de campo (2019)

Figura 1. Melhorias demandadas pelos feirantes



Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa de campo (2019)



## Os Consumidores

O público consumidor da feira de Lagoa Nova é formado principalmente por mulheres (61,36%), casadas (64,77%), com idade superior a 30 anos (mais de 80%), residentes da área urbana (53,41%) de Lagoa Nova (85,23%), conforme os dados da tabela 5.

Apesar da escolaridade dos consumidores ser um pouco superior que a dos feirantes, tendo em vista que 30,36% concluíram o Ensino Médio, também é significativa a parcela de adultos que não concluíram o ensino fundamental.

Aproximadamente metade dos consumidores tem renda familiar até um salário mínimo. As ocupações mais frequentes são de agricultores (29%), do lar (18,18%) e aposentados(as) (10,23%).

Tabela 5: Perfil Socioeconômico dos consumidores

<b>CIDADE DE RESIDÊNCIA</b>	
Lagoa Nova	85,23%
Bodó	5,68%
Currais Novos	4,55%
Cerro Corá	3,41%
Parnamirim	1,14%
<b>AREA DE RESIDENCIA</b>	
Zona Rural	31,82%
Zona Urbana	53,41%
Não declarado	14,77%
<b>SEXO</b>	
Feminino	61,36%
Masculino	38,64%
<b>IDADE</b>	
Menos de 20	3,41%
Entre 21 e 30	15,91%
Entre 31 e 40	20,45%
Entre 41 e 50	19,32%
Entre 51 e 60	20,45%
> 60	20,45%
<b>ESCOLARIDADE</b>	
Analfabeto	6,82%
Ensino Fundamental Incompleto	39,77%
Ensino Fundamental Completo	4,55%
Ensino Médio Incompleto	7,95%
Ensino Médio Completo	21,59%
Ensino Superior Incompleto	1,14%
Ensino Superior Completo	13,64%
Não declarado	4,55%
<b>ESTADO CIVIL</b>	
Solteiro(a)	25,00%
Casado(a)	64,77%
Divorciado(a)	1,14%
Viúvo(a)	9,09%
<b>COMPOSIÇÃO FAMILIAR (Número de Membros na família)</b>	
1	2,27%
2	30,68%
3	27,27%
4	26,14%
5	10,23%
6	2,27%
17	1,14%
<b>RENDA FAMILIAR</b>	
Até 1 salário mínimo	47,73%



Entre 1 e 2 salários mínimos	30,68%
Entre 2 e 3 salários mínimos	12,50%
Entre 3 e 4 salários mínimos	4,55%
Mais de 4 salários mínimos	4,55%
<b>BENEFICIÁRIO DE PROGRAMA SOCIAL</b>	
Não	84,09%
Sim	15,91%
<b>OCUPAÇÃO</b>	
Agricultor(a)	29,55%
Do lar	18,18%
Aposentado(a)	10,23%
Professor(a)	7,95%
Autônomo (não especificado)	4,55%
Vendedor(a)	4,55%
Funcionário público	3,41%
Comerciante	2,27%
Desempregado(a)	2,27%
Enfermeiro(a)	2,27%
Estudante	2,27%
Vigilante	2,27%
Agente de saúde	1,14%
Assistente administrativo	1,14%
Eletricista	1,14%
Entregador	1,14%
Organização de Buffet	1,14%
Pedreiro	1,14%
Veterinário	1,14%
Não declarado	2,27%

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa de campo (2019)  
Tabela 6: Percepção dos consumidores em relação à feira

<b>Frequência de aquisição dos produtos na Feira</b>				
Semanalmente				81,82%
Esporadicamente				11,36%
Mensalmente				6,82%
<b>Satisfação em relação aos aspectos da realização da Feira</b>				
	LOCALIZAÇÃO	APRESENTAÇÃO GERAL	DIA DA REALIZAÇÃO	HORÁRIO
Muito insatisfeito	1,14%	1,14%	0,00%	0,00%
Insatisfeito	0,00%	7,95%	0,00%	1,14%
Indiferente	11,36%	7,95%	3,41%	1,14%
Satisfeito	28,41%	37,50%	26,14%	27,27%
Muito satisfeito	59,09%	45,45%	70,45%	70,45%
<b>Satisfação em relação ao trabalho dos feirantes</b>				
	REGULARIDADE	HIGIENE	ATENDIMENTO	PREÇOS
Muito insatisfeito	1,14%	4,55%	0,00%	0,00%
Insatisfeito	1,14%	10,23%	0,00%	2,27%
Indiferente	9,09%	30,68%	18,18%	13,64%
Satisfeito	37,50%	27,27%	23,86%	30,68%
Muito satisfeito	50,00%	27,27%	57,95%	47,73%
Não declarado	1,14%	0,00%	0,00%	5,68%

Figura 2. Melhorias demandadas pelos consumidores

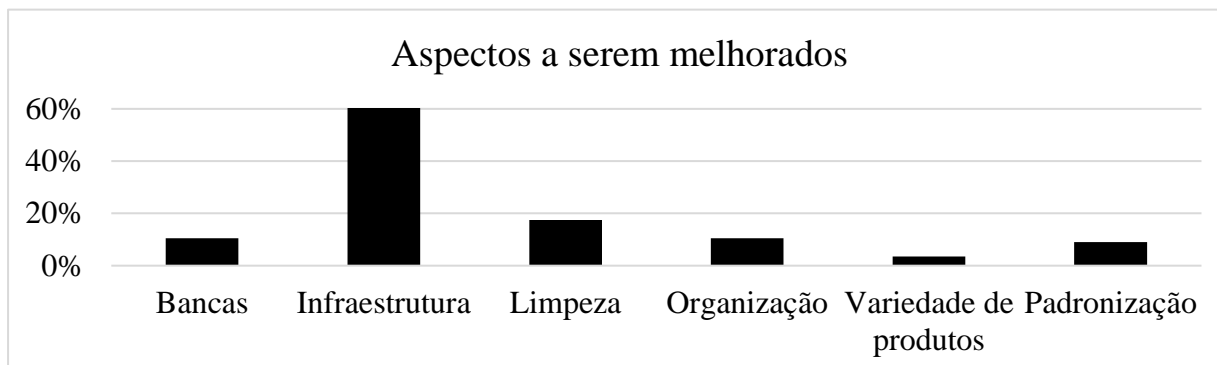
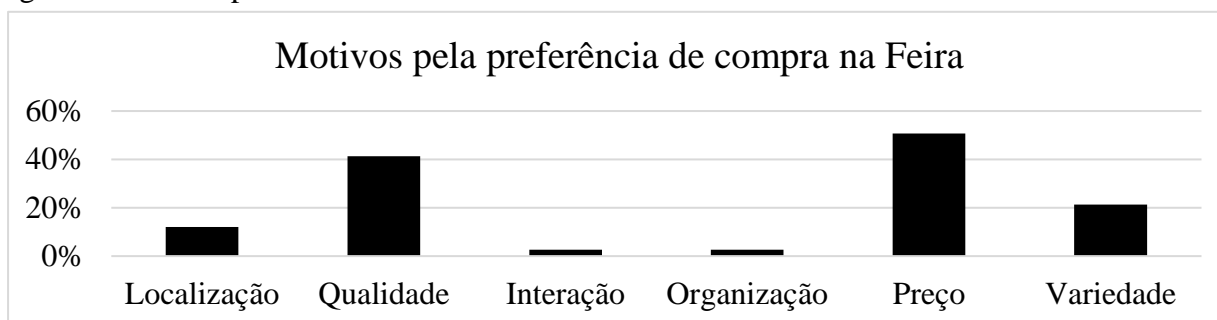


Figura 3. Motivos pela escolha de consumo na feira



Aproximadamente 8 a cada 10 consumidores frequentam semanalmente a feira, atraídos principalmente pelo preço, qualidade e variedade. Assim como no caso dos feirantes, os consumidores também apontaram a infraestrutura como sendo o principal aspecto a ser melhorado. Do total de consumidores, apenas 35% não deram sugestão de melhorias. O quesito Apresentação Geral foi o que teve a pior avaliação, em que 45,45% se mostraram muito satisfeitos. Sobre a avaliação do trabalho dos feirantes, os consumidores não se mostraram muito satisfeitos com a higiene.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A feira livre ainda é o maior centro comercial de produtos agrícolas em Lagoa Nova, estabelecendo-se como significativa indicadora para o desenvolvimento socioeconômico da cidade. Possui, no setor, uma média de 45 feirantes. Embora existam estímulos feitos pelo SEBREA em relação à produção do maracujá, pinha e graviola em substituição à cajucultura, prejudicada pelas intensas secas na região, os produtos comercializados, sendo variados, em sua maioria são derivados de outras cidades. Com isso, infere-se a presença de atravessadores no processo de chegada dos produtos ao consumidor final. Este dado evidencia a baixa lucratividade dos feirantes e, conseqüentemente, menores estímulos à permanência na feira.



Uma parcela significativa deles, em conversas durante as entrevistas, afirmou não abandonar a feira por falta de diferentes alternativas de trabalho.

Além disso, há aspectos que demandam melhorias, como a apresentação geral, aliada à infraestrutura, higiene e qualidade das bancas. Os principais itens requisitados para as melhorias na infraestrutura foram a ampliação do espaço, a construção de cobertura (tendo em vista os transtornos causados em épocas de chuva) e de banheiros, ou instalação dos químicos, além de melhorias no piso. Em relação à higiene, constatou-se que já houve uma expressiva melhoria. O maior problema, neste item, se deve à acumulação de lixo pelos comerciantes fixos no centro da cidade. Porém, a prefeitura da cidade já tem trabalhado para a redução deste impacto negativo. O principal impasse relacionado às bancas está ligado à quantidade e qualidade. Algumas delas já foram trocadas, porém maior parte delas permanecem em mau estado.

Isto posto, o poder público, através da administração municipal, tem papel fundamental na elaboração de projetos de otimização do local para maior satisfação dos agentes, além de incentivos à agricultura familiar. Esta última com o objetivo de fortalecer a produção interna e gerar empregos, também fornecendo condições de continuidade. Visto que essas variáveis são responsáveis pelo crescimento econômico, mensuram e definem a riqueza de determinada região.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Alexsandra Araújo de. **A feira livre de Caicó/RN: Um cenário de tradição e resistência às novas estruturas comerciais modernas**. 2015. 85 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharelado em Geografia, Departamento de Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Caicó, 2015.

ARAUJO, Alexandro Moura; RIBEIRO, Eduardo Magalhães. **Feiras e desenvolvimento: impactos de feiras livres do comércio urbano no Jequitinhonha**. *Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento*, Curitiba, v. 2, n. 7, p.300-327, ago. 2018.

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, 2006.

DANTAS, Geovany Pachelly Galdino. **Feira de Macaíba/RN: Um estudo das modificações na dinâmica socioespacial (1960/2006)**. 2007. 209 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2007.

FREITAS, Maria do Carmo Soares de; FONTES, Gardênia Abreu Vieira; OLIVEIRA, Nilce de. **Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura**. Salvador: EDUFBA, 2008. 422 p. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/9q>>. Acesso em: 29 ago. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.



GODOY, Wilson Itamar; ANJOS, Flávio Sacco dos. **A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local.** II CONGRESSO BRASILEIRO DE AGROECOLOGIA. Porto Alegre, 2004.

HUBERMAN, Leo. **História da Riqueza do Homem.** 12. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981. 318 p.

IBGE. **Censo Demográfico.** 2010. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 25 ago. 2019.

JESUS, Danuzia Xavier de; DAMERCÊ, Naiane Oliveira. **Feira e Lugar: Um olhar humanista sobre a feira de Jacobina/BA.** 2016. 66 f. TCC (Graduação) - Curso de Geografia, Departamento de Ciências Humanas, Universidade do Estado da Bahia, Jacobina, 2016.

MEDEIROS, Maria Jussara Caetano de. **O turista vai à feira: usos e possibilidades do turismo cultural na feira de Currais Novos/RN.** 2012. 72 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Departamento de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Currais Novos, 2012.

MUMFORD, Lewis. **A cidade na história: Suas origens, transformações e perspectivas.** 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

PIERRI, Maria Clara Queiroz Mauricio; VALENTE, Ana Lucia Eduardo Farah. **A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar.** In: II XLVII CONGRESSO DA SOBER: “Desenvolvimento Rural, Territorial e Regional”. Porto Alegre, 2010.

PIRENNE, Henri. **História econômica e social da Idade Média.** 4. ed. São Paulo: Mestre Jou, 1968.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SILVA, Jaciara Firmino da et al. **Perfil socioeconômico dos feirantes da feira livre da quatorze de março, Capanema, Pará, Brasil.** II CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS. Natal, 2017.

SOUSA, Luiz Gonzaga de. **Memórias de Economia: Ensaios: realidade brasileira.** Edição Eletrônica, 2004. 226 p. Disponível em: <[www.eumed.net/cursecon/libreria/](http://www.eumed.net/cursecon/libreria/)>. Acesso em: 29 ago. 2019.

SOUZA, Carolina Rezende de. **As feiras livres como lugares de produção cotidiana dos saberes do trabalho e educação popular nas cidades: alguns horizontes teóricos e analíticos no campo trabalho-educação.** Trabalho Necessário, Rio de Janeiro, v. 22, n. 13, p.126-144, set. 2015.



## ANEXO

### TERMO DE COMPROMISSO DE APRESENTAÇÃO 13º Congresso de Gestão Pública do Rio Grande do Norte

*“Comprometo-me, caso meu Trabalho seja aprovado pelo Comitê Científico, a comparecer ou nomear um representante para sua apresentação, no dia e hora previamente comunicados. Autorizo a publicação do material utilizado em minha apresentação no site do evento, assim como o uso de sons e imagens. Autorizo também o recebimento de mensagens SMS através de meu celular com informações relativas ao meu trabalho científico e minha participação no congresso.”*

*Rayja Cecília de Araújo Oliveira*

---

RAYJA CECÍLIA DE ARAÚJO OLIVEIRA