

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
CAMPUS DE ENGENHARIAS E CIÊNCIAS AGRÁRIAS
CURSO DE AGRONOMIA

JOSÉ GIVANILDO DOS SANTOS

**FEIRA LIVRE DA CIDADE DE MURICI/AL: ASPECTOS GERAIS E PERFIL DOS
FEIRANTES.**

RIO LARGO – AL

2025

JOSÉ GIVANILDO DOS SANTOS

**FEIRA LIVRE DA CIDADE DE MURICI/AL: ASPECTOS GERAIS E PERFIL DOS
FEIRANTES.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Agronomia da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Engenharia Agrônômica.

Orientador: Prof. Dr. Jakes Halan de Queiroz Costa.

RIO LARGO-AL

2025

Ficha Catalográfica

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Campus de Engenharias e Ciências Agrárias
Bibliotecário Responsável: Erisson Rodrigues de Santana - CRB4 – 1512

S237f Santos, José Givanildo dos.

Feira livre da cidade de Murici/AL: aspectos gerais e perfil dos feirantes. / José Givanildo dos Santos. – 2025.

33 f.: il.

Orientador: Jakes Halan de Queiroz Costa.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Agronomia) – Graduação em Agronomia, Campus de Engenharias e Ciências Agrárias, Universidade Federal de Alagoas. Rio Largo, 2025.

Inclui bibliografia


1. Agricultura familiar. 2. comercialização agrícola. 3. consumo. 4. economia local.. I. Título.

Folha de Aprovação

JOSÉ GIVANILDO DOS SANTOS


FEIRA LIVRE DA CIDADE DE MURICI/AL: ASPECTOS GERAIS E PERFIL DOS
FEIRANTES.

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à
banca examinadora do curso de Agronomia da
Universidade Federal de Alagoas e aprovado em
14 de outubro de 2025.


Documento assinado digitalmente
 JAKES HALAN DE QUEIROZ COSTA
Data: 05/11/2025 10:27:46-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Orientador – Prof. Dr. Jakes Halan de Queiroz Costa

Banca examinadora:

Documento assinado digitalmente
 YAMINA COENTRO MONTALDO
Data: 05/11/2025 12:00:27-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Examinadora Externa – Profa. Dra. Yamina Coentro Montaldo

Documento assinado digitalmente
 TANIA MARTA CARVALHO DOS SANTOS
Data: 05/11/2025 11:31:09-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Examinadora Interna – Profa. Dra. Tania Marta Carvalho dos Santos

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho não seria possível sem o apoio, a presença e a contribuição de pessoas especiais que, de diversas formas, estiveram ao meu lado durante toda a trajetória acadêmica. Este espaço é dedicado a expressar minha mais profunda gratidão.

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, por ter me concedido forças nos momentos de cansaço, esperança nas fases difíceis, sabedoria para enfrentar os desafios e serenidade para seguir em frente. Sem Sua presença em minha vida, este caminho teria sido muito mais árduo.

À minha família, minha base e porto seguro, deixo minha eterna gratidão. O apoio incondicional, o amor constante e as palavras de encorajamento foram fundamentais para que eu persistisse diante das dificuldades. Cada conquista minha é também de vocês.

Aos amigos Nicolas, André, Gustavo, Cinthia, Mateus, Sabrina, Tainara, Suelen e Ascânio, agradeço imensamente pela parceria ao longo do curso de Agronomia. Suas ajudas nos momentos mais desafiadores, as trocas de conhecimento, os incentivos mútuos e, principalmente, a amizade sincera, tornaram essa caminhada mais leve e significativa. A presença de vocês foi essencial não apenas para o progresso acadêmico, mas também para o crescimento pessoal.

Ao Campus de Engenharias e Ciências Agrárias, deixo meu reconhecimento pela formação acadêmica de qualidade, pela estrutura oferecida e por todos os profissionais que, com dedicação, contribuíram diretamente ou indiretamente para a minha formação como futuro agrônomo.

De forma especial, agradeço ao meu orientador, Professor Dr. Jakes Halan de Queiroz Costa, pela orientação cuidadosa, pela paciência nos momentos de dúvidas, pela disponibilidade constante e por compartilhar seu conhecimento com generosidade e comprometimento. Sua contribuição foi essencial para o desenvolvimento deste trabalho e para minha evolução como estudante e pesquisador.

A todos vocês, meu mais sincero agradecimento. Cada gesto, cada palavra de apoio, cada momento compartilhado ficará guardado com carinho na memória e no coração. Muito obrigado!!!

RESUMO

Objetivou-se analisar o perfil socioeconômico dos feirantes e consumo na feira livre do município de Murici-AL, com foco na origem dos produtos, nas formas de comercialização e na percepção dos consumidores. Partiu-se da premissa de que, apesar da importância histórica e econômica das feiras livres, esses espaços vêm enfrentando crescente desvalorização diante da expansão das grandes redes varejistas. Os resultados apontaram que 33,3% dos feirantes estavam com idade entre 41 e 50 anos, revelando um quadro de reduzida participação de jovens como feirantes, enquanto o percentual de analfabetos foi de 43,3%, evidenciando limitações no capital humano. Verificou-se que 57% dos produtos comercializados eram provenientes de assentamentos rurais, reforçando o papel da produção agrícola oriunda da agricultura familiar. Entre os produtos mais ofertados destacavam-se hortaliças, legumes e frutas (40%), cultivos de ciclo curto e alta rotatividade, contribuindo para a renda contínua dos feirantes. Observou-se em relação ao tempo de atividade como feirante havia um equilíbrio entre as faixas de tempo com destacando-se o grupo com tempo entre 11 e 20 anos (33%). Do ponto de vista do consumidor, os principais fatores de escolha e satisfação foram a variedade, chegando a 40%, o preço acessível dos alimentos, com percentual de 76% e a qualidade dos produtos, com predominância feminina de 63% entre os compradores. Conclui-se que as feiras livres exercem papel essencial na dinamização da economia local, fortalecendo o consumo responsável e práticas comerciais sustentáveis.

Palavras-chave: Agricultura familiar; comercialização agrícola; consumo; economia local.

ABSTRACT

The objective was to analyze the socioeconomic profile of vendors and consumption at the open-air market in the municipality of Murici-AL, focusing on the origin of the products, forms of commercialization, and consumer perception. The study was based on the premise that, despite the historical and economic importance of open-air markets, these spaces have been facing increasing devaluation due to the expansion of large retail chains. The results showed that 33.3% of the vendors were between 41 and 50 years old, revealing a low participation of young people as vendors, while the percentage of illiterate individuals was 43.3%, highlighting limitations in human capital. It was found that 57% of the products sold came from rural settlements, reinforcing the role of agricultural production from family farming. Among the most offered products were vegetables, legumes, and fruits (40%), short-cycle crops with high turnover, contributing to the continuous income of the market vendors. Regarding the length of time as a market vendor, there was a balance between the time ranges, with the group with 11 to 20 years of experience standing out (33%). From the consumer's point of view, the main factors of choice and satisfaction were variety, reaching 40%, the affordable price of food, with a percentage of 76%, and the quality of the products, with a female predominance of 63% among the buyers. It is concluded that open-air markets play an essential role in boosting the local economy, strengthening responsible consumption and sustainable commercial practices.

Keywords: Family farming. Agricultural marketing. Consumption. Local economy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01:	Distribuição dos feirantes da cidade de Murici-AL, por faixa etária.....	19
Figura 02:	Feirantes da feira livre de Murici/AL, conforme a escolaridade.....	19
Figura 03:	Tempo de atuação dos feirantes na feira livre de Murici-AL.....	20
Figura:04	Origem dos produtos agrícolas comercializados na feira livre de Murici-AL.....	21
Figura 05	Produtos comercializados na feira livre da cidade de Murici-AL.....	21
Figura 06:	Motivos que levam os consumidores a feira livre da cidade de Murici-AL.....	22
Figura 07:	Satisfação dos consumidores com a feira livre de Murici-AL.....	23
Figura 08:	Consumidores na feira livre da cidade de Murici-AL, por gênero.....	23
Figura 09:	Tipos de carne comercializada pelos feirantes	24

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	8
2.	REVISÃO DE LITERATURA.....	10
2.1	Feira livre.....	10
2.2	A feira de Murici.....	13
2.3	Comercialização em feiras livres.....	14
2.4	Feiras de produtos orgânicos.....	15
3	MATERIAL E MÉTODOS.....	16
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	17
4.1	Murici e sua feira.....	17
4.2	Feira: feirantes e consumidores.....	18
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	26
	REFERÊNCIAS	27
	APÊNDICE.....	32

1. INTRODUÇÃO

As feiras livres existem há muito tempo no Brasil e apresentam grande importância no abastecimento direto de consumidores, na geração de renda para a população rural e no fomento ao comércio urbano. Porém, sua relevância vai além do aspecto econômico, perfazendo também uma forte relação com os hábitos alimentares, costumes e a própria cultura local (Araújo e Ribeiro, 2018).

Oferecem grande variedade de produtos alimentícios e contribuem para a valorização dos hábitos alimentares saudáveis. Estão inseridas na cultura da cidade, funcionando também como ponto de encontro, convívio social e momento de lazer dos frequentadores. É um ambiente que atrai os consumidores pelo preço acessível, variedade de produtos, alimentos frescos e com boa qualidade (Coelho, 2008). Além disso, muitas pessoas escolhem as feiras para aquisição de alimentos devido a tradição, cultura alimentar, dentre outros motivos (Amor et al., 2012).

São importantes canais de comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar, desempenhando importante função econômica e cultural, uma vez que viabiliza à população o acesso direto a produtos locais e regionais de qualidade, a preços mais acessíveis. Elas também são espaços de socialização, identidade regional/cultural e de articulação política, com movimentação de produtos, pessoas, informações e cultura, compondo uma dinâmica integrada à paisagem local (Nupem, 2023).

As feiras são reconhecidas como Circuitos Curtos de Comercialização (CCCs) de produtos da agricultura familiar, ou seja, um modo de comercialização sem intermediários entre produtores e consumidores (ou com intermediação mínima), associado à proximidade geográfica e relacional entre quem produz/vende e quem consome (Schneider, 2016). Em termos de canais de comercialização, representam um exemplo clássico de cadeia curta: o produtor muitas vezes comercializa diretamente ao consumidor, o que favorece a frescura dos alimentos, a transparência da origem e o fortalecimento da agricultura familiar. As feiras são reconhecidas não apenas como espaços de troca econômica, mas também como arenas de reprodução social e cultural, onde se reafirmam identidades regionais, memórias alimentares e saberes ancestrais.

Nas feiras, coexistem produtos típicos, como plantas alimentícias não convencionais, especiarias, tradições gastronômicas regionais e práticas de reciprocidade — inclusive formas informais de transação, como o fiado e o escambo — sustentadas pelo grau elevado de

confiança entre as partes uma vez que esse hábito acontece naturalmente em grande parte das pequenas cidades. Muitos apontam a feira como espaço de soberania alimentar e de resistência à vulnerabilidade econômica, gerando renda de forma perene e mantendo os hábitos alimentares tradicionais vivos.

A dinâmica da feira é regida por uma lógica simbólica de pertencimento local e valorização cultural que resiste à lógica racional globalizante e que permite que as pessoas se identifiquem com o todo, ao mesmo tempo em que a atividade econômica ocorre (Jesus, et al., 2016). Além disso, sua diversidade produtiva garante as necessidades nutricionais e alimentares e a valorização da produção local, tradicional, contribuindo para o debate sobre soberania alimentar (Júnior, 2020; Gonçalves et al., 2020).

Apesar de competirem com o comércio varejista, formado por mercados e supermercados, as feiras ainda resistem, reforçando o seu papel econômico, social e cultural. Além de garantirem uma elevação da renda da agricultura familiar, contribuem também para a segurança alimentar e nutricional, impactando a economia e a sociedade. Apesar de sua importância para as dinâmicas locais, ainda são incipientes os estudos e políticas públicas voltadas para o seu fortalecimento (Nupem, 2023).

As feiras livres estimulam e beneficiam a agricultura familiar, já que nelas a inserção do produtor é mais fácil do que em outros canais de comercialização. Essa viabilização favorece a interação de pessoas, variedade de alimentos, troca de culturas e tradições, além de melhorar a economia da cidade, principalmente de cidades pequenas”. Porém, na maioria das vezes, esses espaços possuem infraestrutura precária, falta de hábitos higiênicos sanitários adequados e manipulação incorreta dos produtos, os quais podem comprometer a segurança alimentar e nutricional dos consumidores (Silvestre, 2011).

Investigar o perfil socioeconômico dos feirantes e o comportamento dos consumidores da feira livre de Murici-AL, buscando compreender como a origem dos produtos, a dinâmica da comercialização e a percepção do público influenciam a sustentabilidade econômica da feira e o fortalecimento da agricultura familiar.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Feira livre

A palavra feira deriva do latim *feria*, que significa dia de festa, sendo utilizada para designar o local escolhido para efetivação de transações de mercado em dias fixos e horários determinados (Salles et al. 2011). Para Giannecchini et al. (2007) a palavra “feira” originalmente refere-se à isenção de impostos. A feira é livre, porque está livre de impostos, o que garante o barateamento dos produtos indispensáveis à alimentação.

Embora as feiras livres tenham sua origem a mais de dois milênios antes de Cristo, intensificaram-se com as rotas comerciais europeias do século XVII (Vieira, 2017), época em que as rotas marítimas já eram bem conhecidas. No Brasil, essa popular forma de comércio foi iniciada com a colonização pelos portugueses, mantendo-se a denominação de “feiras” que remontava do período da Idade Média na metrópole Portugal (Vieira, 2017; Araújo e Ribeiro, 2018). As denominadas “feiras livres” são as mais disseminadas pelo Brasil (Vieira, 2017), havendo ainda outras configurações e adoção de outros nomes, como é o caso de feiras “da agricultura familiar”, “do produtor”, “ecológicas”, “orgânicas”, dentre outras (Darolt et al., 2013; Vieira, 2017; Araújo e Ribeiro, 2018).

Ainda nessa perspectiva, Simmel (1973), afirma que feira livre compõe um espaço no meio urbano caracterizado pela troca comercial e valorativa. É um ambiente de sons, de movimentos, de cores, de diversidade e de comunicação — visual, interpelativa, vocal, simbólica — que explora identificações e que está no limite da proximidade, dos laços afetivamente construídos, da reserva, da intimidade, da individualidade.

As feiras livres constituem-se de uma intrincada teia de relações que configuram um diversificado conjunto de ocupações, fluxos, mercadorias e relações sociais, caracterizando-se primordialmente como uma atividade de trabalho informal essencialmente familiar, onde os envolvidos na operacionalização são geralmente membros da família, gerando por sua vez uma grande demanda de serviços diretos e indiretos como transporte, insumos, embalagens e atendentes (Godoy e Anjos, 2007).

Em sua estrutura as feiras são caracterizadas pela predominância das instalações provisórias, sem loja física, onde cada feirante monta sua banca ao lado de outros, o que o obriga a conceber estratégias que o distingam dos demais. A feira livre é um canal que relaciona diretamente vendedor e consumidor final, permitindo que haja interferência na barganha de preço e escolha do produto que fica exposto ao manuseio ou prova e além da oferta de produtos

a preços mais acessíveis (Colla et al., 2008; Pinheiro; Sá, 2007). Dessa forma, de acordo com Coutinho et al (2006), entende-se que a feira livre se configura como uma forma antiga de comércio, muitas vezes observada como uma maneira ultrapassada de negociar, tendo em vista o desenvolvimento das grandes redes de supermercados nos últimos 50 anos, como aponta (Sato, 2007) em seus trabalhos.

Machado e Silva (2005) afirmam que as feiras-livres continuam sendo um dos principais canais para distribuição de alimentos, principalmente hortifrutigranjeiros, pois, para os consumidores, os alimentos comprados na feira são menos prejudiciais à saúde por utilizarem menos agrotóxicos, além de serem mais frescos. Isso faz com que essa comercialização flua de maneira positiva uma vez que todos passam a se conhecerem e reconhecer os produtos ali negociados no âmbito dessa reunião social.

No interior de sua formação, a feira livre, ademais, adquire a acepção de ambiente de encontros, tomando aqui os termos de Araújo (2012). De acordo com esta autora, a feira é também um lugar, além de comercial, adequado à sociabilidade e ao parentesco, organizando uma rede de papéis sociais e transmitindo, através do aprendizado da manufatura tradicional — como o tratamento de carnes, produção de frutos e legumes, e produtos artesanais, geralmente nas zonas rurais dos municípios — seus ensinamentos, numa espécie de cultura do trabalho (Thompson, 1998) transmitida geracionalmente.

Por fim, conforme Sato (2007), a feira livre organiza-se a partir da tentativa de relações sociais e suas primordiais características são: mesclar o mundo do trabalho com o universo de representações familiares e de intimidade; ativar mecanismos que agem em concordância com categorias de cooperação e competição, onde a lógica do "quem vende mais" ou "quem compra o mais bonito" é sempre amenizada pelas dinâmicas da afetividade.

Em conformidade a caracterização das feiras livres como espaços públicos, Sobrinho et al. (2024) descreve como:

[...] agrupamento de barracas em determinado lugar fixo, onde os comerciantes ou feirantes objetivam trabalhar com a venda de diversas mercadorias (alimentos, vestimentas, artesanato, remédios, serviços, animais etc...), que são ofertadas à população (os fregueses), o que evidencia a vivência de analogias igualitárias, comerciais e de afazeres neste espaço que consideramos ser cultural, haja vista, que as feiras na modernidade são estruturas de movimentação da economia nas cidades, de sobrevivência, de geração de empregos e que são passadas de geração a geração (de pai pra filho), sendo uma tradição em várias partes do mundo. (Sobrinho et al., 2024)

Estudos realizados por Niederle, Almeida e Vezzani (2013) e Beraldo et al. (2018), demonstram que em diferentes regiões do país, as “feiras livres” são importantes canais de comercialização para pequenos produtores e comerciantes locais. Tais canais são instrumentos

que aproximam produtores e consumidores, gerando oportunidades econômicas e de inovação, além de permitirem o resgate de alimentos diferenciados, cujos valores remetem às características históricas e culturais das regiões em que estão inseridos, os quais são dificilmente apropriados pelos atores dominantes nos sistemas convencionais de agricultura (Niederle, Almeida e Vezzani, 2013; Beraldo et al., 2018).

De acordo com Dias (2020), as feiras livres representam um dos meios mais antigos de comercialização de produtos agrícolas, existem desde a antiguidade. Funcionam como meio de comercialização de alimentos, artesanatos, animais, trocas e barganhas que aconteciam em um local específico das cidades e em um determinado dia da semana. No pensamento de Darolt (2013), a prática de feiras com produtores rurais não é somente evidenciada no contexto brasileiro em cidades do interior, é também observada em cidades das regiões metropolitanas e no contexto internacional em países desenvolvidos, como é o caso dos países europeus.

Morel et al. (2015), “algumas características fazem das feiras livres um ambiente de comercialização, que atrai muitos consumidores até os dias atuais”. Nestes locais a palavra ainda prevalece mais do que o código de barras de um produto, pois é no grito do feirante ou na pechincha dos consumidores que as feiras vêm sobrevivendo ao avanço dos supermercados. Conforme relatado pelos feirantes na entrevista, metade dos consumidores de uma feira livre vem atrás de um preço mais baixo e a outra parte vem à feira, pois aprecia a boa conversa proporcionada pelo meio. Talvez essa seja uma boa vantagem competitiva que os feirantes têm em relação aos supermercados e funcionários que não abordam os seus clientes para lhe oferecer frutas, verduras ou legumes com um jeito especial, característico (Silveira et al., 2017).

A feira é um ambiente propício para as trocas comerciais (e sociais) dos agricultores familiares e que também permite sua inclusão em demais mercados alternativos. Por isso a relevância em manter e fomentar as feiras locais que contribuem significativamente para dinamizar as cadeias curtas de comercialização (Sousa et al., 2017).

Nesse contexto, percebe-se que as feiras “[...] contribuem para o fortalecimento de um espaço de sociabilidade, extremamente dinâmico e diversificado sob o plano social, econômico e cultural, onde os indivíduos encontram maneiras de se ajudar, trocar informações e até fazer planos de aquisição conjunta.” (Sposito e Abreu, 2017). Pierrri e Valente (2015) como um circuito curto de produção e consumo, as feiras livres são importantes na geração de trabalho e renda no campo, estimula a economia local, além da oferta de alimentos saudáveis para as populações urbanas.

2.2 A feira de Murici

A feira livre da cidade de Murici tornou-se, com o passar das décadas, espaço essencial na vida da população nativa e de localidades circunvizinhas. Vista como fonte de abastecimento alimentício, dentre outros elementos, a feira é o local de interações entre compradores e feirantes que ali permeiam em busca de materiais capazes de suprir suas necessidades (Silva, 2015).

É neste local que ocorre a união de diferentes indivíduos dos mais variados locais do Estado de Alagoas em prol de uma função em comum, que é a venda de seus diversos produtos, muitos dos quais oriundos de suas próprias propriedades.

A história da cidade, em vários momentos, se confunde com a história de seu comércio. Na realidade, não existe um dado propriamente oficial sobre sua formação, sendo está muito especulativa. Porém, o que mais ganha o apreço popular e é reconhecido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é a hipótese de que, por volta do ano de 1810, Frei Domingos fundou Murici. De acordo com estes posicionamentos, o monge havia plantado um Muricizeiro no espaço onde se desenvolveu a cidade. A utilidade posterior da planta passou a de dar assistência aos viajantes que trafegavam pelas rotas próximas ao rio Mundaú e que paravam no local para descansar à sombra da árvore. Estes transeuntes aproveitavam e negociavam seus produtos junto a outros viajantes que ali se estabeleciam, formando, logo depois, um lugar fixo de transição, incentivando a formação de um pequeno povoado nos anos seguintes. Isto implica dizer que a origem do povoado — que se tornaria município — pode ter se estabelecido a partir de uma forma de comércio espontânea (Silva, 2015)

De acordo com Xerri (2001), até o ano de 1921 os meios de articulação entre a urbanidade e as localidades rurais mais distantes eram precárias e havia espécies de jangadeiros que transportavam feirantes sobre o rio Mundaú, estabelecendo tal serviço sob o preço de 400 réis por travessia, ida e volta, garantindo, assim, o sustento de suas famílias e o desenvolvimento gradativo da região. Dessa forma, a feira livre de Murici deu início na parte baixa cidade, as margens do Rio Mundaú e ocupava as ruas Manoel Fernandes, 07 de setembro e Rua do comércio, grande parte de seu funcionamento, além de parte da Rua Floriano Peixoto. Nesta localidade, a feira funcionava aos sábados e parte dos domingos, porém, devidos as fortes enchentes que atingiram a cidade em 2010, ela passou a acontecer ao lado do Estádio de Futebol José Gomes da Costa e Hospital Geral Dagoberto Omena, numa área mais movimentada da

cidade e, dessa forma, os mais de 450 feirantes de Murici já comemoram o bom momento do comércio local.

A feira já se consolidou como uma das mais fortes da região e, devido a sua mudança de localidade, passou a funcionar as sextas e sábados, recebendo feirantes e comerciantes de todo o estado, que fazem de Murici juntamente com União dos Palmares um dos principais polos de distribuição e abastecimento da zona da mata alagoana. Além de produtos de nosso estado, a feira também recebe elementos de estados vizinhos, como Pernambuco, Bahia e Sergipe, segundo relatos dos próprios feirantes. A diversidade de produtos na feira é imensa: há uma grande variedade de tubérculos, frutas, verduras e uma grande variedade de carnes disponíveis para os compradores, além de outras mercadorias como roupas, calçados, utilidades domésticas, eletroeletrônicos, CDs, DVDs, ferragens, e o tradicional troca-troca, onde é possível encontrar do radinho a pilha, até bicicletas e motos (Silva, 2015).

2.3 Comercialização em feiras livres

A agricultura familiar é a principal responsável pela comercialização de produtos a nível local, “o papel mais destacado da agricultura familiar continua a ser a agregação de valor à produção agrícola e à transformação desta em produtos e serviços que circulam em nível local” (Scarabelot e Schneider, 2012).

A agricultura é a atividade econômica responsável pela produção de alimentos, tais como: feijão, arroz, farinha, milho, entre outros, que ao longo tempo, desenvolveu técnicas e procedimentos que possibilitaram aumentar a produção e a produtividade.

Pierri e Valente (2015) classificam em quatro os canais de comercialização dos produtos da agricultura familiar: venda direta ao consumidor, integração vertical com o agronegócio processador, vendas para o setor de distribuição e mercados institucionais.

De acordo com Waquil (2010),

Numa visão mais limitada, a comercialização agrícola pode ser pensada como um simples ato do agricultor que consiste na transferência de seu produto para outros agentes que compõem a cadeia produtiva em que ele está inserido. Esta é uma visão tradicional da comercialização agrícola definida pela transferência de propriedade do produto num único ato após o processo produtivo, ainda dentro ou logo depois dos limites da unidade de produção agrícola.

Por ser uma atividade realizada entre a produção e o mercado consumidor, a comercialização cumpre a função de proporcionar a adequação da produção (oferta dos produtos agrícolas) às preferências e necessidades dos consumidores (demanda dos produtos

agrícolas), constituindo dessa forma um dos componentes da estratégia do *marketing* dos produtos agrícolas. A atividade denominada comercialização agrícola estabelece, pois a relação entre o setor produtivo e o consumidor final (Waquil, 2010).

Schultz, Souza e Jandrey (2017), constataram que as cooperativas e associações têm participação importante na organização dos canais de comercialização. Dessa forma, os principais canais de comercialização de produtos orgânicos são abastecidos por agricultores vinculados às associações e cooperativas e o acesso aos diferentes canais de comercialização promove uma estratégia de diversificação. Nesse caso, participar de mais de um canal de comercialização é um mecanismo que pode beneficiar o agricultor e facilitar o acesso dos consumidores aos produtos orgânicos.

Dentre os canais de comercialização, a feira livre pode ser compreendida como o meio de abastecimento direto e ao ar livre de produtos diversos, cuja periodicidade varia para cada bairro ou município e obedece a tradições locais e à utilidade pública (Mascarenhas e Dolzani, 2008; Brandão, 2012). Podem ser classificadas como convencional, onde produtos possuem meio de produção comum onde são empregados insumos modernos e constantes, e ecológica, onde apenas produtos de origem ecológica são comercializados e desempenham importante papel no abastecimento alimentar, no desenvolvimento de pequenos e locais produtores e no fortalecimento da relação sociocultural entre produtores, comercializadores e clientes/consumidores (Godoy, 2005; Moura e Ribeiro, 2018; Kukiél, Oliveira e Silveira (2020).

2.4 Feira de produtos orgânicos

Segundo Freitas et al. (2014), a agricultura orgânica tem se destacado devido priorizar principalmente a qualidade dos produtos e a garantia da segurança alimentar dos consumidores. É uma prática viável para os agricultores familiares, pois têm princípios que já são praticados por alguns produtores, as denominadas “técnicas tradicionais”, além, de evitar o uso de insumos externos no manejo do solo ou até mesmo para o controle de pragas, no sentido de garantir a saúde de quem planta e a de quem consome, ainda levando em consideração a conservação do meio ambiente, que não será alvo de práticas que violentem sua sanidade.

3. MATERIAL E MÉTODOS

O município de Murici está localizado na Zona da Mata do estado de Alagoas, a aproximadamente 50 quilômetros de Maceió, capital do estado. Integra a mesorregião do Leste Alagoano e a microrregião da Mata Alagoana, fazendo divisa com os municípios de Branquinha, Capela, Flexeiras, Messias, Atalaia, Rio Largo e Joaquim Gomes. Sua área territorial é de cerca de 424 km² e sua altitude média é de 82 metros acima do nível do mar (Alagoas, 2025; IBGE, 2024). O clima predominante é quente e úmido, com uma estação chuvosa entre os meses de abril e agosto, e uma temperatura média anual em torno de 23 °C, especialmente nas áreas de preservação ambiental.

A pesquisa de campo foi realizada no espaço da feira livre de Murici, por meio de observação direta e da aplicação de questionários semiestruturados a um total de 30 feirantes. A amostragem foi do tipo não probabilística por conveniência, contemplando feirantes de diferentes segmentos, como produtos alimentícios, vestuário, utilidades domésticas e hortifrutigranjeiros.

A coleta foi realizada presencialmente no mês de julho de 2025, abordando os feirantes durante o funcionamento normal da feira. Todos os participantes foram informados sobre o objetivo do estudo, aceitando colaborar de forma voluntária, garantindo-se o anonimato e o uso exclusivo dos dados para fins acadêmicos. Além dos feirantes, a pesquisa também envolveu, também, consumidores, totalizando 30, entre homens e mulheres.

O instrumento de coleta de dados foi um questionário composto por perguntas abertas e fechadas, abordando os seguintes aspectos: Grau de escolaridade dos feirantes; Origem dos produtos comercializados (própria produção, fornecedores locais, outras cidades ou estados); Tipo de produtos vendidos (alimentos, roupas, utensílios etc.); Tempo de atuação na feira (em anos ou meses); Renda semanal dos feirantes e Variedades que não costumam comercializar.

Os dados quantitativos obtidos foram organizados em tabelas e gráficos, facilitando a análise de frequência e distribuição das variáveis investigadas. Já as informações qualitativas foram analisadas a partir de categorias temáticas, permitindo compreender não apenas o perfil dos feirantes, mas também aspectos subjetivos sobre sua relação com o trabalho na feira.

Buscou garantir uma visão ampla e representativa da realidade dos feirantes, contribuindo para a valorização e o entendimento da importância socioeconômica da feira livre no contexto local.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Murici e sua feira

A cidade de Murici, localizada na Zona da Mata de Alagoas, teve sua economia tradicionalmente baseada na agroindústria canavieira, especialmente no cultivo da cana-de-açúcar e na operação de diversos engenhos e usinas de açúcar e álcool.

No final do século XIX e início do século XX, Murici chegou a abrigar dezenas de engenhos e fábricas de aguardente, representando uma importante base produtiva do setor sucroalcooleiro no estado. O município também produzia algodão, mandioca e realizava atividades de pecuária extensiva.

Com o passar do tempo, a economia local passou por um processo de retração, especialmente após o declínio das usinas a partir da década de 1980. Isso provocou um aumento da dependência do setor público e de atividades informais.

Recentemente, no entanto, Murici tem passado por um processo de diversificação econômica, especialmente após a instalação de um Centro de Distribuição da Natura & Co, que representa um marco no setor de logística e geração de empregos. O município também conta com um polo industrial em expansão às margens da BR-104.

A feira livre de Murici situada na BR 104 é composta pelo espaço dos feirantes, além do mercado municipal que fica conectado a mesma. Também existe um espaço amplo que serve para estacionamento dos feirantes e dos clientes da cidade e de outras localidades que permeiam pelo local em seu horário de funcionamento. Sua organização ocorre da seguinte forma: o mercado é composto de 145 tarimbas funcionando com vendas de carnes, peixes e frangos, além de outros alimentos. Na feira em si, o funcionamento ocorre com 240 bancas, oferecendo os mais diversificados tipos de alimentos, como tubérculos, frutas, verduras, dentre outros alimentos, como por exemplo, uma grande variedade de bolachas Maragogi, oriunda da própria cidade de Maragogi.

A outra parte do mercado é composta pelas bebidas, alimentos e roupas, denominada de BOX. São aproximadamente 88 Boxes, porém, só funcionam 22 devido a evasão de feirantes depois da nova localização. Antes os feirantes pagavam pelas bancas que utilizavam e pelo chão que ocupavam. Contudo, nessa nova gestão, a prefeitura retirou a

cobrança do imposto (do chão), passando a cobrar apenas uma taxa de R\$ 10,00 referente a banca que os mesmos utilizavam.

A feira livre de Murici passou por um processo de transição. O ano era 2021 quando os feirantes foram beneficiados com um novo local para realização dessa atividade desenvolvida com maestria, a comunicação e laço com o público. Muitos sentiam a necessidade de um local mais específico e que acomodasse a todos de modo geral, porém, há relatos que não seria do agrado de outros pelo simples motivo: a distância.

E ocorrendo essa transição, também vieram consigo alguns impactos que para muitos soou negativamente. Feirantes da própria cidade de Murici informaram que em relação aos dois locais que antecederam a feira, esse atual não trouxe resultados positivos, embora a localidade estivesse sobre total e maior fiscalização.

O local passou a ser mais higienizado e organizado. Com a nova localidade, a estrutura passou a ser dividida em partes, como a feira livre, a área de comercialização de carnes e uma terceira parte representada pela alimentação e bebidas. De acordo com alguns poucos feirantes, assim também como administrador da feira, essa nova organização foi benéfica uma vez que a funcionabilidade e estrutura melhorou significativamente.

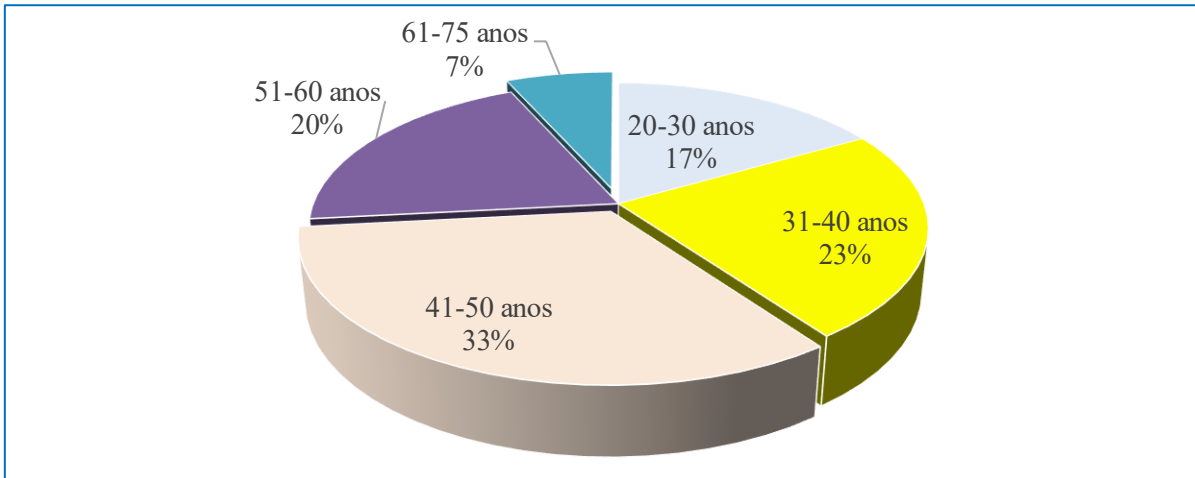
4.2 Feira: feirantes e consumidores

A distribuição dos feirantes por faixa etária está apresentada na figura 1. Isso evidencia que o setor ainda é amplamente sustentado por uma população economicamente ativa, mas já em uma faixa etária intermediária, o que pode refletir certa resistência ou dificuldade de renovação geracional no setor de feiras livres. Observou-se que a faixa etária de 41 a 50 anos concentra 33% dos feirantes.

A baixa participação de jovens (aproximadamente 17% estão entre 20 e 30 anos) e de idosos (2 com mais de 60 anos) aponta para a necessidade de políticas públicas ou incentivos que tornem a atividade mais atrativa para pessoas mais jovens, garantindo assim a sustentabilidade e sucessão em tal ramo de atividade. Não se pode esquecer que parte dos feirantes é formada por agricultores o que indica a necessidade de se pensar sobre a sucessão no meio rural.

Essa distribuição etária reforça a importância de capacitação técnica e apoio institucional para fomentar a permanência e renovação de feirantes no campo, especialmente em atividades relacionadas à produção e comercialização de alimentos.

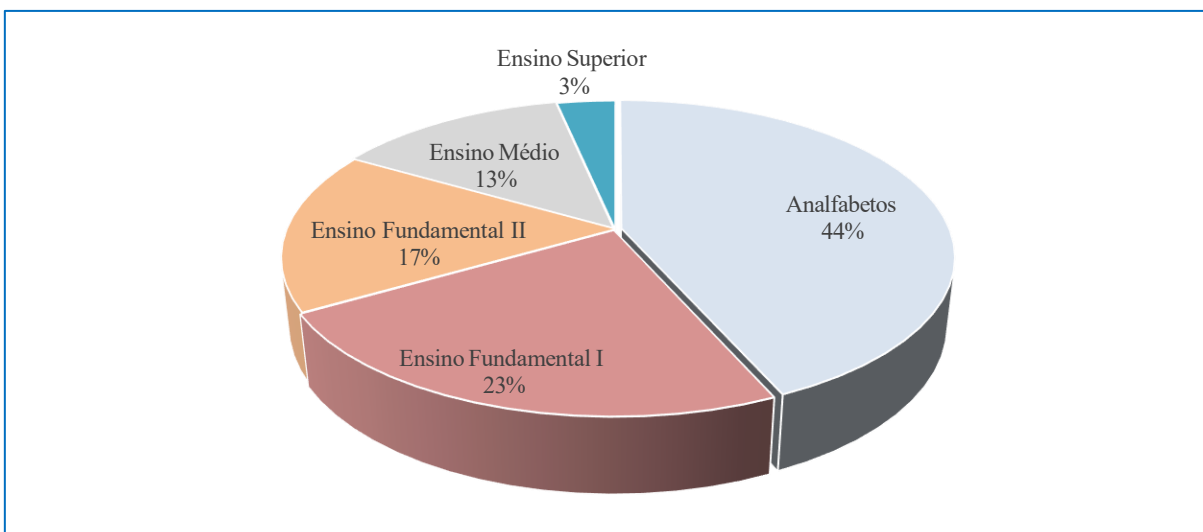
Figura 1: Distribuição dos feirantes da cidade de Murici-AL, por faixa etária



Fonte: Autor, 2025.

Em relação a escolaridade dos feirantes, conforme apresentado na figura 2, a análise os dados sobre escolaridade dos feirantes revela uma vulnerabilidade em termos de capital humano, com 43% dos entrevistados sendo analfabetos e uma presença mínima de indivíduos com ensino médio (13,3%) e superior (3,3%). Essa baixa escolarização poderá comprometer a capacidade de assimilação de tecnologias agrícolas, gestão de produção, controle sanitário e acesso a políticas públicas, especialmente aquelas que demandam leitura e interpretação de documentos técnicos ou editais governamentais.

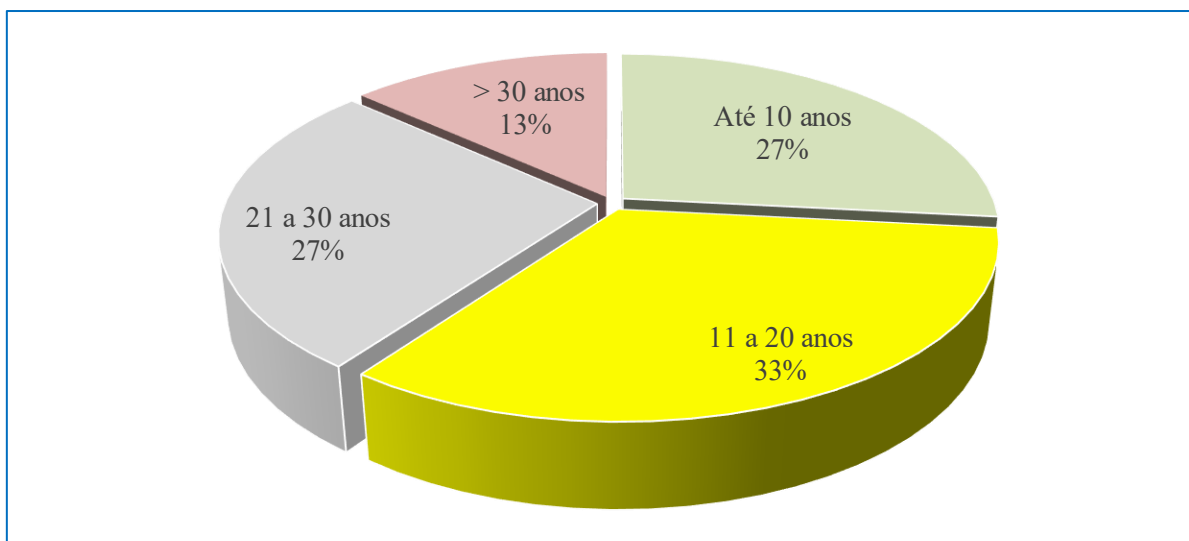
Figura 2: Feirantes da feira livre de Murici/AL, conforme a escolaridade



Fonte: Autor, 2025.

Em relação ao tempo de atuação dos feirantes na feira livre da cidade de Murici-AL, conforme Figura 3, que o tempo de atuação dos feirantes mostra uma distribuição equilibrada entre diferentes faixas de experiência, com destaque para o grupo de 11 a 20 anos (33%), seguido por feirantes com até 10 anos de atividades (27%) e 21 a 30 anos (27%), enquanto apenas 13% dos feirantes atuavam há mais de 30 anos. Esses dados indicam que a atividade feirante mantém uma certa renovação de participantes, embora ainda haja presença de trabalhadores com longa trajetória no setor. Isso sugere que o setor possui estabilidade relativa, permitindo que feirantes permaneçam por décadas na atividade, ao mesmo tempo em que ainda atrai novos produtores, possivelmente oriundos de programas de reforma agrária, assentamentos ou iniciativas de agricultura urbana.

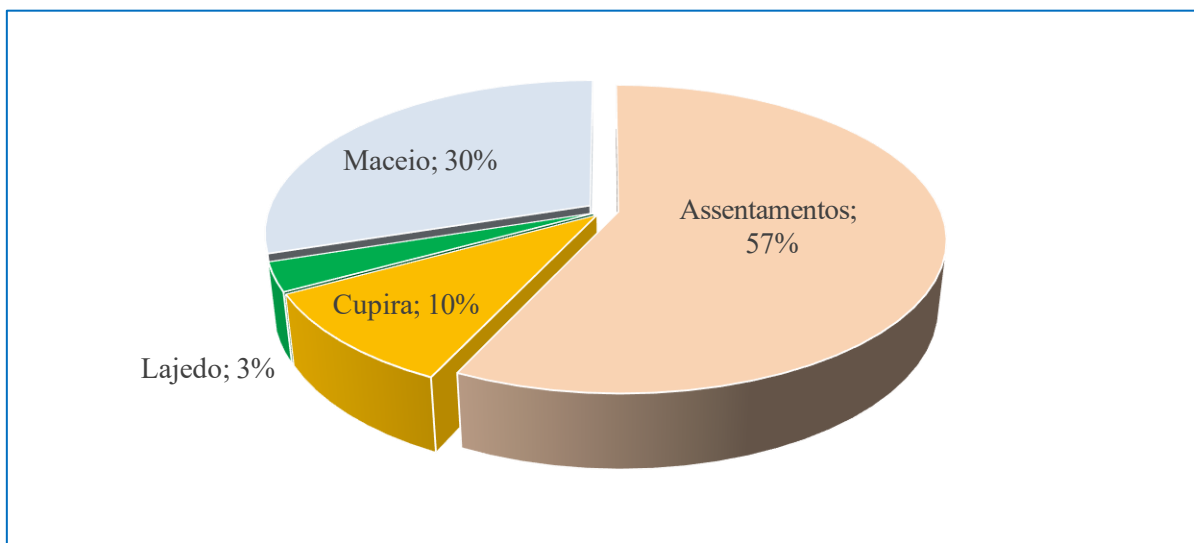
Figura 3: Tempo de atuação dos feirantes na feira livre de Murici-AL.



Fonte: Autor, 2025.

Os dados sobre a origem dos produtos comercializado na feira de Murici (Figura 4) revelaram que 57% da produção comercializada na feira era proveniente de assentamentos rurais localizados em municípios próximos, o que destaca o papel central da agricultura familiar assentada na dinâmica de abastecimento local. Em seguida, observa-se uma contribuição significativa do município de Maceió (30%), e em menor escala dos municípios de Cupira -PE (10%) e Lajedo-PE (3%), evidenciando uma concentração produtiva regional, porém com certa diversificação territorial. Esses dados indicam a necessidade de fortalecer políticas públicas de apoio à produção nos assentamentos, como acesso a crédito, assistência técnica e extensão rural, além de investir em infraestrutura logística que favoreça o escoamento da produção desses territórios.

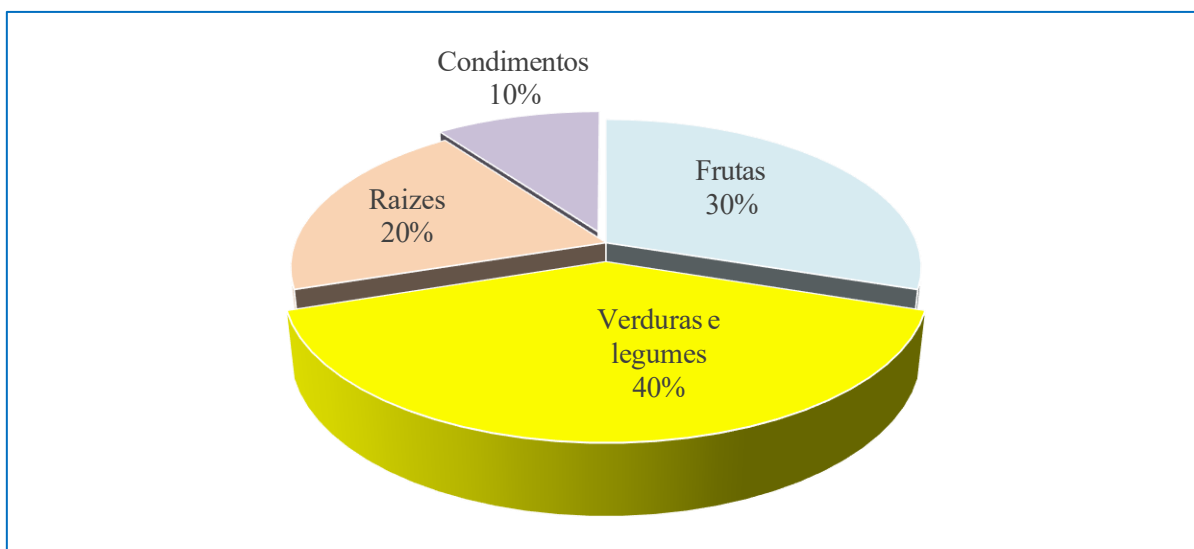
Figura 4: Origem dos produtos agrícolas comercializados na feira livre de Murici-AL.



Fonte: Autor, 2025.

Sobre os produtos comercializados foi constatado, conforme Figura 5, que os itens mais ofertados na feira eram verduras e legumes (40%) e frutas (30%), seguidos por raízes (20%) e, em menor percentual, condimentos (10%). Essa distribuição revela uma concentração da produção em culturas de ciclo curto e de alta rotatividade, o que é coerente com a realidade da agricultura familiar praticada em pequenas propriedades ou assentamentos. Esses produtos demandam menos área, têm bom valor de mercado e permitem colheitas frequentes, o que é vantajoso para feirantes que dependem de uma renda contínua. Por outro lado, revela a demanda das pessoas consoante interesses, necessidades, hábitos, costumes etc.

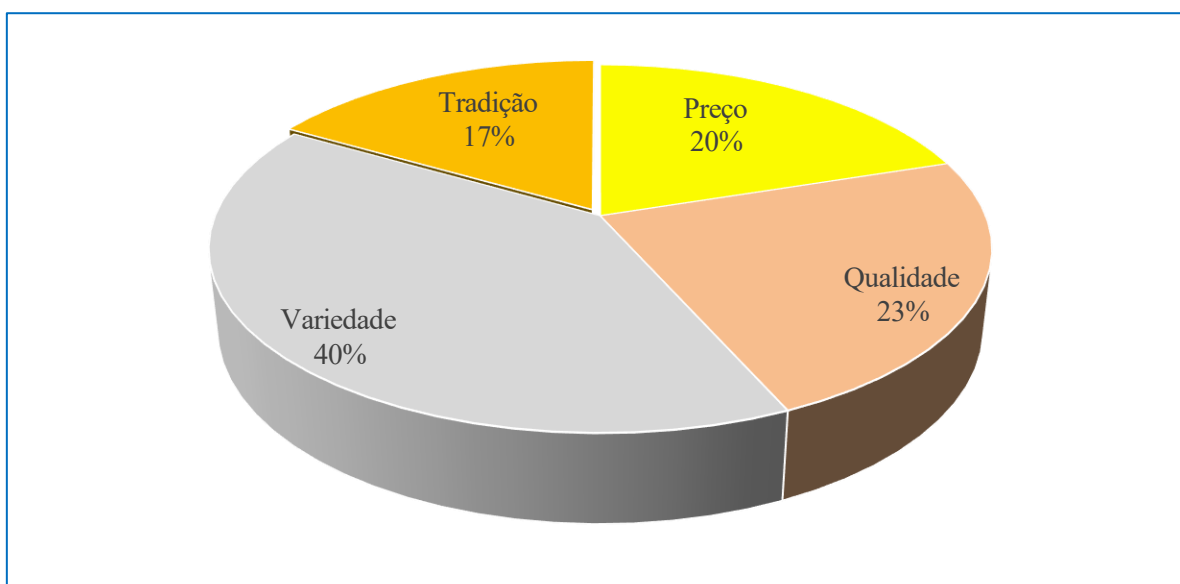
Figura 5: Produtos comercializados na feira livre da cidade de Murici-AL



Fonte: Autor, 2025.

A motivação dos consumidores em relação a feira livre de Murici para efetuarem compras pode ser visto na figura 6, cujos dados mostram os principais fatores que motivavam os consumidores a frequentarem a feira livre, sendo a variedade de produtos o motivo mais citado (40%) pelos entrevistados. Esse dado destaca a importância da diversificação da oferta como elemento central na atratividade do espaço, reforçando o papel da feira como ambiente plural e acessível para aquisição de alimentos frescos, principalmente hortifrutigranjeiros. Em seguida, os consumidores apontaram qualidade (23%) e preço (20%) como razões relevantes, o que evidenciava a valorização de produtos com melhor frescor, sabor e acessibilidade econômica, em comparação com redes varejistas convencionais. A tradição, embora menos mencionada (17%), expressava um vínculo cultural e social importante entre consumidores e produtores locais.

Figura 6: Motivos que levam os consumidores a feira livre da cidade de Murici-AL

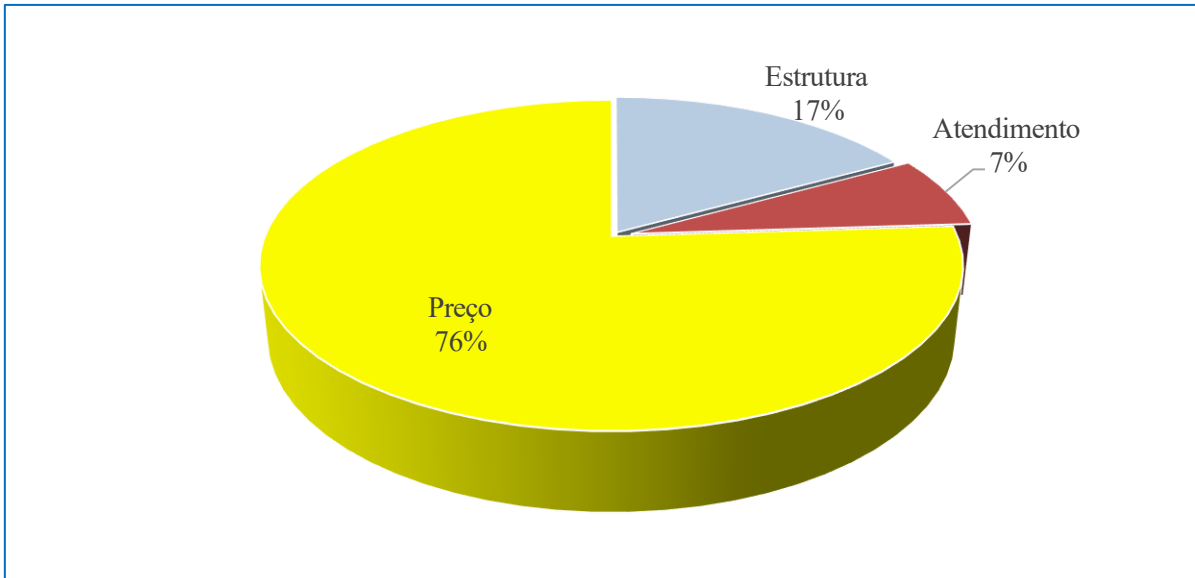


Fonte: Autor, 2025.

Quando perguntados sobre o grau de satisfação com feira livre de Murici-AL os consumidores expressaram (Figura 7) o grau de satisfação dos consumidores na feira livre, na cidade de Murici-AL, categorizado em três dimensões principais: estrutura, atendimento e preço. Observou-se que o aspecto mais valorizado pelos consumidores foi o preço (76%), seguido pela estrutura (17%) e atendimento (7%). Essa distribuição evidenciou que, embora elementos como infraestrutura e qualidade do serviço prestado fossem relevantes, o fator econômico permaneceu central para os frequentadores da feira. No contexto da agronomia, esse dado é particularmente relevante, pois indica que estratégias de comercialização mais acessíveis

e políticas de preços competitivos podem ser mais eficazes para atrair e fidelizar o público consumidor.

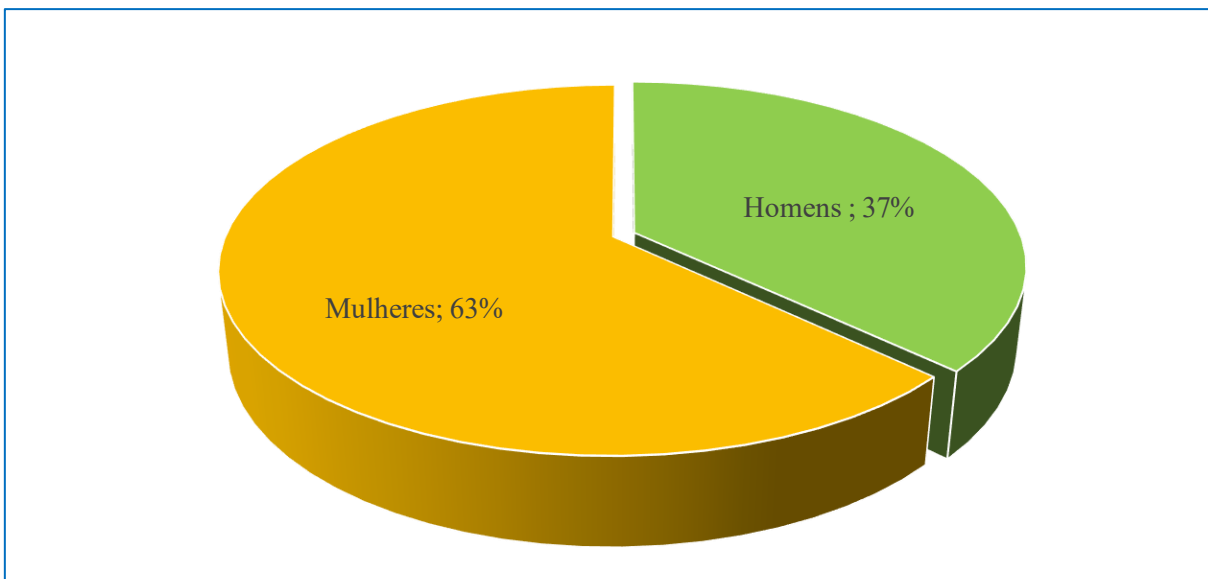
Figura 7: Satisfação dos consumidores com a feira livre de Murici-AL



Fonte: Autor, 2025.

A leitura dos dados da figura 8, sobre a participação dos consumidores, por gênero, na feira livre da cidade de Murici-AL revela um dado significativo: as mulheres representavam 63% do público consumidor, enquanto os homens somavam 37%.

Figura 8: Consumidores na feira livre da cidade de Murici-AL, por gênero

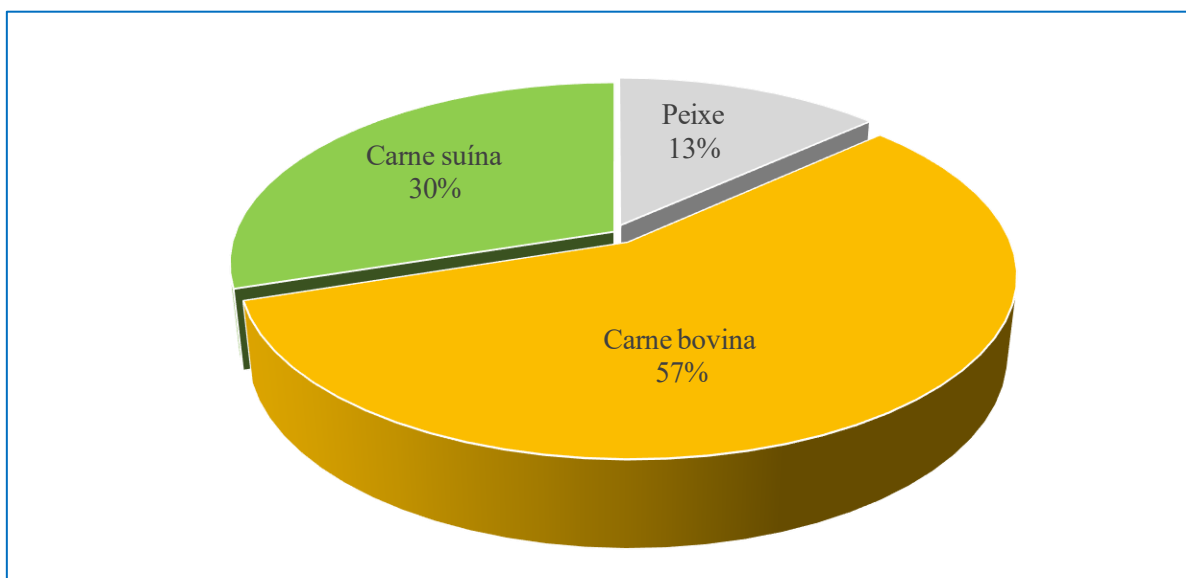


Fonte: Autor, 2025.

Esse resultado, obtido por meio de observação direta e aplicação de questionário durante as atividades de campo, demonstra que as mulheres possuíam papel central no consumo de produtos agroalimentares nas feiras. Essa informação é essencial para entender o comportamento do consumidor rural e urbano, e poder orientar ações de comercialização mais eficazes, como comunicação visual, estratégias de fidelização e diversificação dos produtos ofertados, levando em consideração o perfil predominante.

A análise dos dados referentes à comercialização de carnes (Figura 9) no Mercado Público de Murici-AL revela que a carne bovina é a mais representativa entre os produtos ofertados, sendo vendida por 17 dos 30 feirantes entrevistados, o que corresponde a 56,7% do total.

Figura 9: Tipos de carne comercializada pelos feirantes



Fonte: Autor, 2025

Em segundo lugar, destaca-se a carne suína, comercializada por 9 feirantes (30%). Já a carne de peixe apresenta menor representatividade, sendo vendida por apenas 4 feirantes (13,3%). Esses dados indicam uma preferência predominante pela carne bovina na feira, tanto por parte dos vendedores quanto, possivelmente, dos consumidores locais, o que pode estar relacionado a fatores como maior demanda, tradição de consumo, maior margem de lucro ou facilidade de abastecimento. A presença de carnes diversificadas, embora com distribuição desigual, aponta para a importância da feira como espaço de acesso a diferentes fontes proteicas, reforçando seu papel na segurança alimentar da população.

Os fatos registrados em Murici têm relação com uma tradição centenária, vez que os feirantes já possuíam laços interativos com os comerciantes locais, além daqueles oriundos de cidades e estados vizinhos, corroborando sempre essa afetividade nos finais de semana quando a feira se encontra em pleno funcionamento. Como esse mais novo local foi entregue recentemente, a organização se apresenta de modo estruturado e literalmente apropriado às atividades e necessidades dos feirantes, assim também como dos consumidores.

Em relação a comercialização de produtos agrícolas em Murici-AL foi constatado que a crescente busca por alimentos mais saudáveis e sustentáveis tem impulsionado o consumo de produtos orgânicos em diversas áreas da cidade. Com uma produção agrícola bem diversificada pelos produtores dos assentamentos vizinhos e uma população cada vez mais consciente da importância de uma alimentação livre de agrotóxicos, Murici apresenta um cenário favorável para a comercialização de orgânicos em diferentes espaços.

As feiras livres continuam sendo um dos principais pontos de comercialização de produtos orgânicos em Murici. Agricultores locais, especialmente os da agricultura familiar, encontram nas feiras uma oportunidade direta de vender seus produtos frescos ao consumidor final, sem a necessidade de atravessadores. Além disso, iniciativas de feiras agroecológicas, quando incentivadas por associações, cooperativas ou pelo poder público, podem fortalecer ainda mais esse canal. O mercado municipal de Murici também pode ser um espaço estratégico para a venda de produtos orgânicos, oferecendo uma estrutura mais fixa e acessível ao público. Pequenas quitandas e mercearias que priorizam alimentos frescos e de origem local têm cada vez mais interesse em incluir produtos orgânicos em suas prateleiras.

Com o avanço da tecnologia e o uso de redes sociais e aplicativos de mensagens, muitos produtores têm adotado a venda direta ao consumidor por meio de encomendas e entregas. Essa prática é vantajosa tanto para quem vende quanto para quem compra, pois garante um produto fresco, rastreável e com um preço justo. Em Murici, esse modelo pode ser especialmente útil em comunidades mais afastadas ou para consumidores que buscam praticidade.

A organização de agricultores em cooperativas e associações fortalece a produção orgânica local e amplia os canais de comercialização. Essas entidades podem negociar em maior escala com mercados, supermercados da região e instituições, além de participar de eventos e feiras fora do município, promovendo os produtos de Murici em outras cidades.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos resultados obtidos no estudo evidencia que a feira livre de Murici-AL desempenha um papel fundamental na dinâmica econômica e social local, servindo como importante canal de comercialização para a agricultura familiar e assentamentos rurais. A predominância de feirantes em faixas etárias intermediárias e o baixo índice de escolaridade apontam para desafios relacionados à renovação geracional e à capacitação técnica, destacando a necessidade de políticas públicas que incentivem a formação e o ingresso de jovens no setor, bem como o fortalecimento do capital humano dos trabalhadores rurais.

A diversidade de produtos comercializados, sobretudo hortifrutigranjeiros de ciclo curto, reflete a adaptação da agricultura familiar às demandas do mercado local, favorecendo a geração de renda contínua e a sustentabilidade das atividades produtivas. O perfil dos consumidores, com destaque para a valorização da variedade, do preço e da qualidade, reforça a importância da feira como espaço acessível e plural para o abastecimento alimentar, sendo as mulheres as principais responsáveis pelas compras, o que indica potencial para estratégias de marketing direcionadas a esse público.

No que se refere à comercialização de carnes, observa-se a prevalência da carne bovina, seguida da carne suína e peixe, o que pode estar relacionado às preferências culturais e econômicas locais. Essa oferta diversificada contribui para a segurança alimentar da população, ampliando as opções de fontes proteicas disponíveis.

Em síntese, os dados indicam que a feira livre de Murici é um espaço estratégico para o fortalecimento da agricultura familiar, da economia local e da segurança alimentar, mas também evidenciam a necessidade de intervenções institucionais para promover a capacitação, incentivar a juventude rural e aprimorar a infraestrutura, visando garantir a sustentabilidade e o desenvolvimento contínuo desse importante segmento produtivo.

REFERÊNCIAS

- ALAGOAS. Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas. Informações municipais – Murici. 2025. Disponível em: <https://www.al.al.leg.br/municipios/murici>. Acesso em: set. 2025.
- AMOR, A. L. M., SILVA, R. M., SILVA, A. A. M., ARAÚJO, W. C., OLIVEIRA, A. J., ALMEIDA, J. S. Perfil de manipuladores e consumidores de hortaliças provenientes de feiras livres e supermercados. **Revista Baiana de Saúde Pública**, Salvador, v. 36, n. 3, p. 792–815, 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.22278/2318-2660.2012.v36.n3.a556>. Acesso em: 1 out. 2025.
- ARAÚJO, G. A. F. **As feiras como patrimônio imaterial e cultural das cidades: um estudo de feiras em Portugal e no Brasil (1986-2007)**. Tese (Doutorado em História Contemporânea e História Social) – Universidade do Minho (UMINHO) / Universidade Federal da Bahia (UFBA), Braga, 2012.
- ARAÚJO, A. M., RIBEIRO, E. M. Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres. **Estud. Soc. Agric.** [S. l.], v. 26, n. 3, p.561-83, 2018.
- BARROS, J. D.. Revisitando uma polêmica: as teses de Henri Pirenne sobre a economia medieval. **Economia e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 26, n. 2, p. 43–55, jul./dez. 2014.
- BERALDO, K. A., MENDONÇA, R. M. G.; RODRIGUES, W. Núcleos de Estudos em Agroecologia: uma política pública para o fortalecimento da extensão universitária. **Revista de Extensão e Estudos Rurais**, Viçosa, v. 7, n. 1, p. 398–416, jan./jun. 2018.
- BRANDÃO, A. A. **Produção e comercialização de hortaliças em feiras livres na microrregião de Januária**. 2012. 92f. Dissertação (Mestrado em Ciências Agrárias – Agroecologia) Universidade Federal de Minas Gerais, - Montes Claros, MG: ICA/UFMG, 2012.
- CARVALHO, F. F., GROSSI, S. F. A importância das feiras livres e seus impactos na agricultura familiar. **Revista Interface Tecnológica**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 226–234, 2019.
- COELHO, J. D. **Feiras livres de Cascavel e de Ocara: caracterização, análise da renda e das formas de governança dos feirantes**. 2008. 152f. Dissertação (Mestrado em Economia Rural) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2008.
- CRUZ, M. S., RIBEIRO, E. M., PERONDI, M. A., OLIVEIRA, D. C., COSTA, H. M. A agricultura familiar, as feiras livres e os feirantes do Alto Jequitinhonha. **Revista Campo-Território: revista de geografia agrária**, [S. l.], v.15, n.35, 2020.
- DANTAS, G. P. G. Feiras no Nordeste. **Mercator-Revista de Geografia da UFC**, [S. l.], v. 7, n. 13, p. 87-101, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2736/273620629009.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2025.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A., ALMEIDA, L., VEZZANI, F. M. (Orgs.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013, p.139-170.

DAROLT, M. R., LAMINE, C., BRANDENBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Revista Agriculturas**, [S. 1.], v. 10, n. 2, p. 8-13, 2013.

DIAS, T, C, S. **Uma análise de mercado a partir da feira livre de Luzimangues Porto Nacional, Tocantins**. 2020. 36f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Palmas, Palmas, TO, 2020.

FREITAS, J. P., MEDEIROS, M. C. S., SILVA, J. A. L., FREITAS, F. E., NETO, M. F. S. Agroecologia como alternativa para mudanças de um estilo de agricultura convencional para uma agricultura de base familiar: o caso do Assentamento Santo Antônio no município de Cajazeiras-PB. **Revista de Geografia Agrária**, Campina Grande-PB, v.9, n.17, p. 436-468, abr., 2014.

GIANNECHINI, L. M., AZEVEDO, M. M. S., BOTELHO, R. A. Feira livre também é cultura! – Feiras livres como espaços de intensa sociabilidade na cidade de São Paulo. São Paulo: Departamento de Antropologia, FFLCH-USP, 2007.

GODOY, W. I. **As feiras-livres de Pelotas, RS**: Estudo sobre a dimensão sócio-econômica de um sistema local de comercialização. 2005. 284f. Tese (Doutorado Produção Vegetal). Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2005.

GONÇALVES, G. B., SANTANA, A. C. A., SANTOS, E. V. L., CARVALHO, J. G. S. , QUEIROZ, V. S. S., SANTANA, M. P. Feira agroecológica da UFS: economia solidária, soberania alimentar e bem viver. **Cadernos de Agroecologia**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p.1-6, 2020. Disponível em: <http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/6239>. Acesso em: 02 dez. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Cidades**: Murici (AL). Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 30 jul. 2025.

JESUS, P. N. F., DENARDIN, V. F., SULZBACH, M. T. Resistência e reciprocidade: comportamento in situde pertencimento na feira do produtor em Morretes. **Emancipação**, Ponta Grossa: UEPG, v. 19, p. 44-53, 2020. Número especial. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7998449>. Acesso em: 02 dez. 2022.

JÚNIOR, C. D. Assim como o fogo, a palavra: cozinha, identidade e sociabilidade em uma feira na Amazônia. **Revista Eletrônica Interações Sociais**, [S. 1.], v. 3, n. 2, p. 9–22, 2020. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/reis/article/view/9599>. Acesso em: 2 dez. 2022.

KUKIEL, E. D. G., OLIVEIRA, E. S., SILVEIRA, C. V. Dinâmicas e espacialidades das feiras livres nas fronteiras entre Brasil-Bolívia e Brasil-Paraguai. **Para Onde!?**, Porto Alegre, v.13, n.2, p. 165-182, 2020.

MASCARENHAS, G., DOLZANI, M. C. S. Feira livre: Territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea - DOI 10.5216/ag.v2i2.4710. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 2, n. 2, p. 72–87, 2008.

MOREL, A. P. S., REZENDE, L. T., SETTE, R. S. Negócio feira livre: análise e discussão sob a perspectiva do feirante. **Extensão Rural**, [S. l.], v. 22, n. 4, p. 43–57, 2015.

MOURA, A. A., RIBEIRO, E. M. Feiras feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres. **Estudos Sociedade e Agricultura**, [S. l.], v. 26, n. 3, p.561-583, 2018.

NIEDERLE, P. A., ALMEIDA, L. A nova arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: o debate da convencionalização. In: NIEDERLE, P. A., ALMEIDA, L., VEZZANI, F. M.(Orgs.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura** (Orgs.). Curitiba: Kairós, 2013, p. 23-68.

PEREIRA, V. G., PEREIRA, M. S., BRITO, T. P., GOULART, A. L. V., PEREIRA, S. B. Expressões econômicas da feira-livre: perfil e perspectiva dos feirantes. **Revista NUPEM**, Campo Mourão, v. 15, n. 35, p. 205–225, maio/ago. 2023.

PIERRI, M. C. Q. M., VALENTE, A. L. E. F. A. A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura. In: 48º Congresso de Economia e Sociologia Rural, 2010, Campo Grande/MS. Anais do Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER). Campo Grande/ MS: SOBER, 2010.

SALES, L. R. Feiras livres: espaços de circulação e permanência, interligados às dinâmicas do ambiente. **Revista Galo**, [S. l.], n. 2, p. 161–172, 2020.

SATO, L. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira-livre. **Psicologia & Sociedade**, Recribunaife: ABRAPSO, n. 19, p. 95-102, 2007. Edição especial 1. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-71822007000400013>. Acesso em: 02 dez. 2022.

SCARABELOT, M., SCHNEIDER, S. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local: Um estudo de caso do município de Nova Veneza, SC. **Revista Faz Ciência**. [S. l.], V.15 (20). 101-130. 2012.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. In: MARQUES, F. C., CONTERATO, M. A., SCHNEIDER, S. (Orgs.). **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016, p. 93-142.

SHULZ, G., SOUZA, M., JANDREY, W. W. Motivações e acesso aos canais de comercialização pelos agricultores familiares que atuam com produção orgânica na Região da Serra Gaúcha. **Redes**, v. 22, n. 3, p. 273–291, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.17058/redes.v22i3.7627>. Acesso em: 23 set. 2021.

SILVA, W. M. **Sociabilidade e cotidiano na feira livre**: alguns apontamentos sobre o sábado em Murici/AL. Maceió, 2015. 68f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Sociais. Maceió, 2015.

SILVA, I. T., SILVA, A. B. A feira livre na contemporaneidade: estudo de caso em uma pequena cidade paraibana. **Revista GeoSertões**, Cajazeiras: UFCG, v. 1, n. 2, p. 6–20, jul./dez. 2016. Disponível em: <https://cfp.revistas.ufcg.edu.br/cfp/index.php/geosertoes/article/view/36>. Acesso em: 2 dez. 2022.

SILVEIRA, V. C., OLIVEIRA, E. S., MARIANI, M. A., SILVEIRA, N. F. Avaliação da importância das feiras livres e a forma de comercialização adotada pelos feirantes na cidade de Nova Andradina – MS. **Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, Naviraí-MS, v. 1, n. 1, 20 nov. 2017.

SILVESTRE, L. H. A., RIBEIRO, A. E. M., SILVA, C. F. Subsídios para a construção de um programa público de apoio à feira livre no Vale do São Francisco, MG. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 186–200. 2011.

SOARES, R. G., COSTA, A. O., PEREIRA, S. G. **Cultivo e comercialização de produtos agrícolas em uma área de várzea no município de Benjamin Constant, Amazonas**. Benjamin Constant (AM), 2023.

SOBRINHO, M. H. J. F., SANTOS, J. S., OSÓRIO, N. B., SILVA NETO, L. S. A Feira Livre “Aluízio Damasceno Nascimento” de Conceição do Araguaia-PA: Memória e patrimônio. In: **Interfaces entre arqueologia e geografia**.: Editora Científica Digital, 2024. p. 26-50.

SOUSA, D. N. et al. Novo programa, novos atores: Inovação e Agroecologia na Agricultura Familiar do Tocantins. **Extensão Rural**, DEAER – CCR – UFSM, Santa Maria (RS), v. 24, n. 3, p. [se disponível], jul./set. 2017.

SPOSITO, E. C., ABREU, L. S. Diversidade da produção familiar e da comercialização de produtos orgânicos de Vitória (ES). **REDES: Revista do Desenvolvimento Regional**, [S. l.], v. 22, n. 3, p. 292-315, 2017.

THOMPSON, E. P. **Costumes em comum**: estudos sobre a cultura popular tradicional. Tradução de Rosaura Eichenberg. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. 549 p. ISBN 978-85-7164-833-8.

VIEIRA, B. C. **O fazer a feira**: a feira noturna da agricultura familiar de Araraquara – SP, como espaço de reprodução social e econômica. 2017, 128f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara. Araraquara - SP, 2017.

XERRI, J. **Dois séculos de história**. Recife, PE: Gráfica Dom Bosco, 2001.

APÊNDICE

Questionário socioeconômico dos feirantes na feira livre da cidade de Murici-AL

Entrevistador: JOSÉ GIVANILDO DOS SANTOS

Identificação do feirante:

Nome _____

Localidade _____

1 – Quais produtos comercializam?

2 – Qual o grau de escolaridade?

- () Analfabeto;
- () Ensino fundamental incompleto;
- () Ensino fundamental completo;
- () Ensino médio;
- () Ensino superior.

3 – Renda mensal ou semanal?

4 – Quais produtos não comercializam?

5 - Qual o tempo de atuação em feira?

6 – Qual a faixa etária dos feirantes.

7 – Origem dos seus produtos.

8 – Carnes que mais comercializam.

9 – Feirantes por gênero.

Questionário consumidores feira livre de Murici-AL

Entrevistador: JOSÉ GIVANILDO DOS SANTOS

Identificação do consumidor:

Nome _____

Localidade _____

- 1- Há quanto tempo você compra produtos da feira livre.

- 2- Qual produto você mais consome da feira.
Frutas () legumes e verduras () carnes () temperos () laticínios ()

- 3- Qual o nível de satisfação na feira.
Atendimento () Estrutura () Preço ()

- 4- O que lhe chama atenção na hora de escolher o produto.

- 5- Motivos que levam os consumidores a feira

- 6- Você acha do novo local da feira?.