



COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA EM ITABAIANA/SE: O CASO DA FEIRA LIVRE

MARKETING AGRICULTURAL IN ITABAIANA/SE: THE CASE OF THE FREE FAIR

COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA EN ITABAIANA/SE: EL CASO DE LA FERIA LIBRE

Diana Mendonça de Carvalho

Doutora em Geografia pelo Programa de Pós-graduação em Geografia (PPGEO)
da Universidade Federal de Sergipe (UFS)
Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Transformações no Mundo Rural (GEPRU/UFS)
E-mail: dianamendoncadecarvalho@yahoo.com.br

José Eloízio da Costa

Professor Doutor junto ao Programa de Pós-graduação em Geografia (PPGEO)
da Universidade Federal de Sergipe (UFS)
Líder do Grupo de Pesquisa Transformações no Mundo Rural (GEPRU-UFS)
E-mail: eloizio.npgeo@gmail.com

RESUMO:

A comercialização agrícola é uma das atividades mais complexa dentre aquelas que envolvem o sistema da agricultura, uma vez que se trata do momento em que a produção assume a condição de mercadoria. Neste ensejo, o presente trabalho analisa de forma empírico-analítica, a cadeia produtiva e a comercialização de produtos agrícolas por feirantes em Itabaiana/SE. Esse trabalho resulta do acompanhamento das especificidades existentes na cadeia produtiva e na comercialização agrícola em meio a função e as estruturas presentes no âmbito do espaço definido, verificando as políticas públicas e os atores sociais que promovem o mercado agrícola. Atualmente, a feira de Itabaiana é o maior aglomerado comercial e cultural do estado de Sergipe, cuja ação se faz sentir sobre a população local e de outros municípios circunvizinhos e mesmo sobre municípios baianos. Está estruturada com 1.200 bancas que comercializam os mais variados produtos, sendo que cerca de 55% do total são utilizadas na comercialização agrícola. A isso se soma o fato do feirante ser itinerante, atuando em outros municípios sergipanos e baianos. Sendo assim, em Itabaiana, o processo de comercialização agrícola decorre da integração da economia primária às necessidades externas por produtos agrícolas.

Palavras-chave: Comercialização Agrícola, Feira e Fluxos.

ABSTRACT:

The marketing agricultural is one of the most complex activities among those that involve the system of agriculture, since it is the moment when the production assumes the condition of merchandise. In this occasion, the present work analyze in an empirical-analytical way, the productive chain and the commercialization of agricultural products by marketers in Itabaiana/SE. This work results from the monitoring of the specificities existing in the production chain and in the agricultural commercialization, in the middle of the function and the structure present within the defined space, verifying the public policies and the social actors that promote the agricultural market. Currently the Itabaiana fair is the largest commercial and cultural cluster in the state of Sergipe, whose action is felt on the local population and other surrounding municipalities and even on Bahia municipalities. This is structured with 1,200 stalls that market the most varied products, with about 55% of the total being used in agricultural marketing. Added to this is the fact that the merchant is an itinerant, working in other municipalities in Sergipe and even in Bahia. Thus,

in Itabaiana, the agricultural marketing process stems from the integration of the primary economy to external needs for agricultural products.

Keywords: Agricultural Marketing, Fair and Flows.

RESUMEN:

La comercialización agrícola es una de las actividades más complejas entre aquellas que involucran el sistema de la agricultura, ya que se trata del momento en que la producción asume la condición de mercancía. En esta ocasión, el presente trabajo analiza de forma empírico-analítica, la cadena productiva y la comercialización de productos agrícolas por feirantes en Itabaiana/SE. Este trabajo resulta del acompañamiento de las especificidades existentes en la cadena productiva y en la comercialización agrícola en medio de la función y las estructuras presentes en el ámbito del espacio definido, verificando las políticas públicas y los actores sociales que promueven el mercado agrícola. Actualmente la feria de Itabaiana es el mayor aglomerado comercial y cultural del estado de Sergipe, cuya acción se hace sentir sobre la población local y de otros municipios circundantes e incluso sobre municipios bahianos. Esta está estructurada con 1.200 bancas que comercializan los más variados productos, siendo que cerca del 55% del total se utilizan en la comercialización agrícola. A esto se suma el hecho de que el feriante es itinerante, actuando en otros municipios sergipanos e incluso, bahianos. Siendo así, en Itabaiana, el proceso de comercialización agrícola deriva de la integración de la economía primaria a las necesidades externas por productos agrícolas.

Palabras clave: Comercialización Agrícola, Feria y Flujos.

1 INTRODUÇÃO

A comercialização agrícola se constitui numa das atividades mais complexa dentre aquelas que envolvem o sistema da agricultura, uma vez que se trata do momento em que a produção assume a condição de mercadoria. Essa condição elucubra a dinâmica que a atividade assume sob o modo de produção capitalista, envolvendo a integração de mercados, por meio de diversos segmentos e setores que se apropriam da produção e impõe metas de quantidade e de qualidade, formando cadeias, redes ou arranjos produtivos.

A negociação de produtos agrícolas apresenta características específicas quando da reunião, interação e dispersão de bens e serviços, pois organiza fluxos de atividades relacionadas à agricultura através da produção e da organização espacial para sua comercialização. Esse processo envolve vários atores sociais que compõem a cadeia produtiva dos gêneros agrícolas e integram etapas de transformações da produção. Essa cadeia tende a se estender ou encolher conforme a demanda econômica por determinado produto variando assim, no tempo, no espaço e no número de atores envolvidos para promover a interação produtor-consumidor.

A comercialização envolve a transferência de produtos dos locais de produção aos de consumo por meio da utilização de capital e trabalho. Esse processo pode ocorrer em pequenos estabelecimentos, nas feiras e nos supermercados, na forma da venda a varejo; e em “fixos” como as Centrais de Abastecimento (CEASAS) e as Centrais de Compra e de Distribuição, ou ainda, em lojas especializadas, na forma de atacado.

Neste ensejo, o presente trabalho analisa de forma empírico-analítica a comercialização de

produtos agrícolas por feirantes em Itabaiana/SE (Figura 1). Esse trabalho resulta do acompanhamento das especificidades existentes na comercialização agrícola em meio a função e as estruturas presentes no âmbito do espaço da feira de Itabaiana, verificando as políticas públicas e os atores sociais que promovem o mercado agrícola. Além disso, foram aplicadas 26 entrevistas entre os feirantes, de modo aleatório, como forma de respaldar a realidade demarcada.

Figura 1: Localização do Município de Itabaiana/SE



Fonte: Base Cartográfica SEPALNTEC (2010)

Elaboração: Carvalho, 2017

Para a constituição desse estudo foram realizados levantamentos bibliográficos e análise das temáticas: “Comercialização agrícola”; “Itabaiana como Centro de Comercialização Agrícola em Sergipe”; e “Feira Livre de Itabaiana: Feirante e Mobilidade Sócio Espacial”. A partir desses títulos foram analisadas as definições de comercialização agrícola, suas estruturas e funções na constituição da cadeia produtiva, a ocorrência dessas ações no espaço itabaianense, assim como seus impactos para a economia estadual e regional.

2 COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA NO CONTEXTO DA CADEIA PRODUTIVA

A comercialização agrícola demarca o processo de transferência da produção agrícola ou



produtos semi-processados aos consumidores. Na forma funcional, essa comercialização perpassa a teoria e a prática de comércio, compreendendo atividades que resultam “[...] na transformação dos bens, mediante utilização de recursos produtivos – capital e trabalho - que atuam sobre a matéria-prima agrícola” (BARROS, 2007, p. 1). Tal concepção referenda a agricultura como uma atividade primária persistente, cujos resultados são apresentados como intermediários, na interfase produção-consumidor. Essa intermediação, em sua função, contribui para valorizar os produtos.

A comercialização de produtos agrícolas ganha forma nos diversos agentes que compõem sua cadeia. Essa é constituída por agricultor, por intermediário (pequeno, médio, grande), podendo ser atacadista e varejista (supermercados e feirantes), e pelo consumidor final. A inter-relação desses diversos agentes determina os preços dos produtos agrícolas no mercado, isso porque os preços finais são resultantes do preço da produção, da sua qualidade, da sazonalidade e da circulação da mercadoria, a qual pode envolver muitos outros atores que intermedeiam esse processo (Op. Cit, 2007).

A cadeia de comercialização não é uniforme, isto é, não acontece da mesma forma com relação a todos os produtos agrícolas, ela depende de variáveis estruturais como: 1 - *as alterações de posse*, ou seja, a transferência do produto, do produtor ao consumidor final, a partir do intermediário; 2 - *forma*, que remete à transformação do produto, em sua forma bruta em produto processado e em condições para consumo; 3 - *tempo*, uma vez que a produção agrícola é sazonal e o consumo deve ocorrer durante todo o ano, por isso recorre-se ao armazenamento e conservação de alimentos, até alcançar o consumidor final; e 4v- *espaço*, decorrente do consumo dos produtos agrícolas que ocorrerem fora de sua região de produção, sendo necessária a presença do intermediário no processo de transporte até os locais de consumo (MARQUES E AGUIAR, 1993).

A inter-relação dos diversos agentes, componentes da cadeia de comercialização, define os preços de mercado, como extensões do excedente do preço da produção, pois integram os mercados consumidores às áreas produtoras, promovendo assim a circulação das mercadorias. Em relação aos hortifrutigranjeiros, esses preços são sazonais, pois dependem das condições naturais e das oscilações e/ou mudança de comportamento do mercado.

Sendo assim, um dos aspectos fundamentais da comercialização agrícola é o mercado que em seu sentido amplo trata de todos os compradores potenciais de mercadorias (STEELE, 1971, p. 55). O mercado não se refere apenas a uma localização física ou ponto de vendas, mas a espaços onde operam forças criadoras de preço e que são acompanhadas por movimento físico.

Os preços de mercado representam o valor adquirido por um determinado produto no processo comercial. Os mesmos são determinados pelos mecanismos de mercado, isto é, pelo

Estado ou empresas, como uma espécie de mão invisível regulando na economia, o quê, o como e o para quem é produzido determinado item (SMITH, 1996). Esses mecanismos controlam o consumo, a produção e determinam os valores a serem pagos, as quantidades e os recursos entre si.

Os preços dos produtos agrícolas variam conforme a associação de novos atores comerciais que integram a cadeia produtiva, ou seja, a partir das redes existentes que medeiam o produtor e o consumidor final, como também, das novas características associadas em termos de tecnologias e de circulação. Logo, a variação de preços agrícolas ocorre principalmente na escala de produção, de intermediação e de consumo, por meio dos seguintes atores e fatores:

a) *ao nível de produtor* - mudanças tecnológicas, preços dos fatores e produtos alternativos, financiamento, clima, etc.; b) *ao nível do intermediário* - variações nos custos dos insumos de comercialização (transporte, processamento, armazenamento, condições de financiamento, etc.); e c) *ao nível de consumidor* - variações na renda, população, preços de outros bens, etc. (BARROS, 2007, p. 18-19).

Além dos elementos definidores dos preços agrícolas, outros pontos são importantes para o entendimento do processo de comercialização, destacando-se, por exemplo, as características dos gêneros agrícolas e as características do seu consumo que tratam especificamente das condições naturais, do tamanho, do tipo e da localização produtiva; da busca por técnicas para diminuir a deterioração e perda dos produtos; e do preço, que definido pela demanda tende a aumentar a renda do agricultor (MARQUES & AGUIAR, 1993). Além disso, a comercialização se estrutura no enfoque agrícola da renda proporcionada pela terra, que é renda capitalizada, valorizada pelo trabalho e pelos frutos repassados ao capitalista na circulação (MARTINS, 1993).

Logo, a comercialização de produtos agrícolas está inserida no contexto da cadeia de produção que integra um processo de oferta de produtos ou serviços ao mercado consumidor. A constituição e efetivação dessa cadeia não ocorrem da mesma forma em todos os lugares, uma vez que, “[...] cada arranjo depende de inúmeras variáveis, que normalmente estão associadas aos contextos regionais e as exigências de mercado” (SILVA, 2005, p. 05).

3 ALGUNS FATORES IMPULSORES DO COMÉRCIO AGRÍCOLA EM ITABAIANA/SE

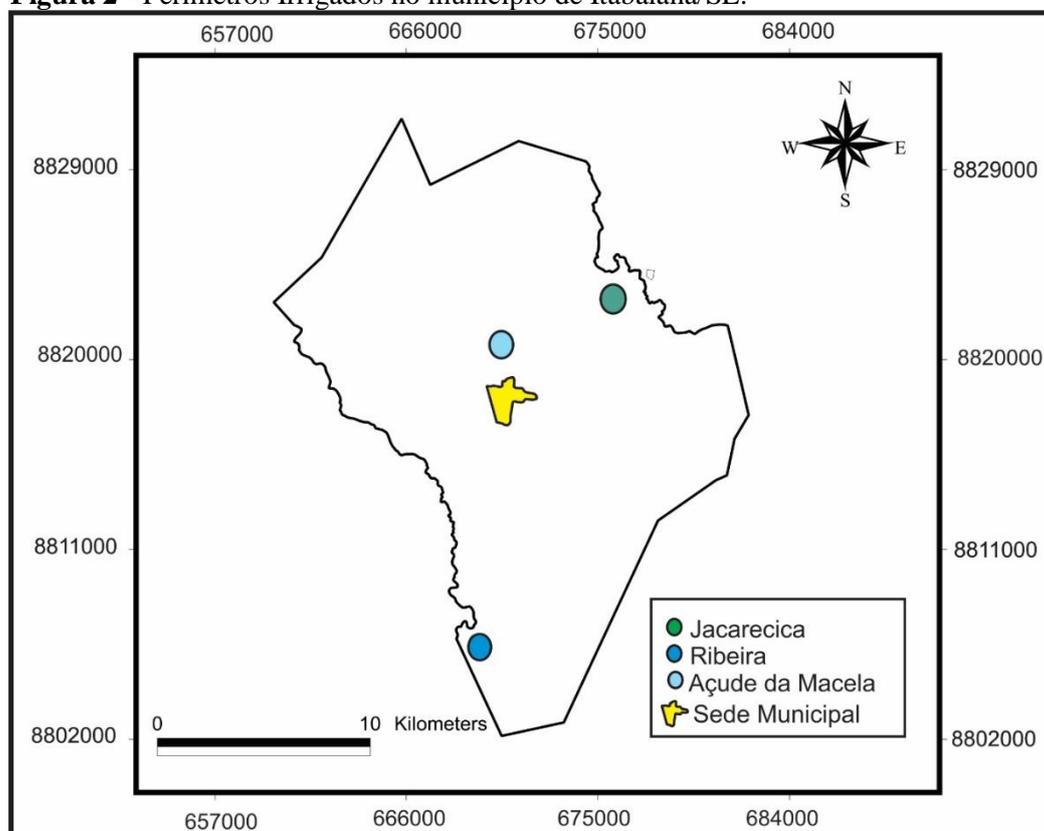
O espaço de Itabaiana passa por crescentes alterações econômicas e estruturais nas últimas quatro décadas. Entre as transformações observadas destacam-se: 1 - a concentração de cultivos voltados à demanda de mercado interno e inter-regional; 2 - a economia do município passou a ser quase que predominantemente urbana e dependente do comércio e da prestação de serviços; e 3 - a



organização desse espaço em mercado de comercialização e distribuição de produtos hortifrutigranjeiros. Essas transformações converteram a cidade em centro nodal interligado às redes de distribuição e comercialização. Fato este possibilitado pelas características geográficas, históricas, demográficas e econômicas do município, a partir da abertura de novas vias de fluxos e pela consolidação de fixos, a exemplo do mercado de hortifrutigranjeiros de Itabaiana (CARVALHO, 2010).

A consolidação de políticas públicas em relação às áreas de irrigação e ao crescimento na utilização de poços tubulares auxiliou o município de Itabaiana a se tornar importante produtor de hortaliças e raízes, e maior fornecedor desses produtos para o estado de Sergipe. Isso decorre da especialização produtiva, das melhorias em condições técnicas e da utilização de insumos, além da utilização de sementes selecionadas e incremento de áreas propícias à produção olerícola (Figura 2). Entre as principais áreas olerícolas de Itabaiana se destacam:

Figura 2 - Perímetros Irrigados no município de Itabaiana/SE.



Fonte: Base Cartográfica SEPLANTEC (2010)

Elaboração: Carvalho, 2017

1 - **Açude da Macela:** cuja barragem apresenta um volume de 2.135.200 m³ de água, abrangendo 24km². Segundo Borges (1995, p. 60), o açude “[...] possui um coroamento de 710 metros e uma largura de 4 metros, com sangradouro de 16 metros e profundidade de 14 metros. O

talude jusante tem 2,5 por 1,0 metros e o talude de montante, 2,0 por 1,0 metros”. A área abrangida pela irrigação foi inicialmente de 43 lotes, e no atual momento existem apenas 32 lotes, por aglutinação (BORGES, 1995). Atualmente, considerando dados de algumas propriedades, a produtividade semanal é de aproximadamente 1.500 unidades de folhagem por tarefa. Contudo, têm propriedades empresariais cujo índice produtivo sobe para 4.850 unidades, e propriedades nas quais o índice semanal é 300 unidades. Essa diferença decorre da variedade de produtos cultivados, sendo a alface, o produto de maior destaque, com produtividade variando entre 6.000 a 1.000 unidades por tarefa.

2 - **O perímetro de Jacarecica I**, construído na sub-bacia do rio de mesmo nome, afluente da margem direita do Rio Sergipe, ocupa 398 hectares, com área líquida irrigável de 252 ha, subdivididos em 126 lotes familiares que, conjuntamente, produzem alface, amendoim, batata-doce, cebolinha, coentro, feijão vagem, maxixe, milho-verde, pepino, pimenta, quiabo e tomate. A produção desse perímetro, segundo dados da Cohidro (2015), é de 6.907 toneladas, com geração de valor da produção anual na ordem de aproximadamente R\$10.500mil reais.

3 - **Poço da Ribeira**, localizado na Bacia do rio Traíras, afluente da margem esquerda do Rio Sergipe, ocupa área total de 1.970 hectares, com 466 lotes irrigados de tamanhos inferiores a 5 hectares, que beneficiam 11 povoados de Itabaiana e seis de Areia Branca. Nele se cultiva alface, amendoim, batata-doce, berinjela, cebolinha, coentro, couve, feijão, feijão vagem, milho-verde, pimentão, quiabo e tomate. Esse perímetro apresenta também, projetos de piscicultura, com a criação de peixe da variedade tilápia. Segundo a Cohidro (2015), a produção dessa área foi de 22.234 toneladas, numa área plantada de 1.994ha, que gerou valor de aproximadamente R\$32.500 reais.

Além desses espaços, existe as áreas de sequeiro que, no período de inverno (abril a agosto), aproveitando-se das chuvas e das quedas de temperatura, também contribuem para a solidificação do município de Itabaiana como um importante cinturão verde no Estado de Sergipe, sobretudo em termos de produção olerícola.

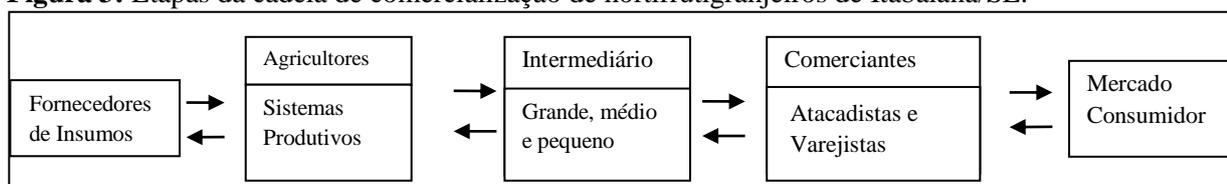
A isso se soma a importação de hortifrutis de outras áreas do país, beneficiada pela logística de transporte de Itabaiana, cuja frota em 2010 somava cerca de 5 mil caminhões. Estes foram elementos preponderantes para a importação e exportação dos produtos hortifrutigranjeiros de/para Itabaiana. Dados da Secretaria Municipal de Agricultura, calculava em 2009, que o município tinha recebido cerca de 5.213,7 toneladas de hortifrutis, os quais são importados de vários municípios sergipanos, bem como de outros estados da Federação e eventualmente, até de outros países. Acredita-se que esse total importado tenha sofrido acréscimo nos últimos anos, mesmo em meio ao período de crise que o país enfrenta, impulsionado pelo trabalho informal.



Sendo assim, a comercialização de produtos agrícolas em Itabaiana se define um tanto complexa, pois envolve estabelecimentos fornecedores de insumos, etapa de produção, de distribuição e de comercialização, além de atores sociais como produtores e pequenos, médios e grandes intermediários. Ela pode não só estimular o aparecimento do produtor-comerciante que tenta “[...] obter maior renda com o seu produto, além de complementação com o lucro obtido através da renda [...] de outros produtos” (FRANÇA, 1988, p. 89), como também favorecer o repasse dos produtos do produtor aos intermediários.

Por conseguinte, a cadeia dos hortifrutigranjeiros comercializados em Itabaiana/Se pode ser exemplificada por meio do organograma abaixo (Figura 3):

Figura 3: Etapas da cadeia de comercialização de hortifrutigranjeiros de Itabaiana/SE.



Organização: Diana Mendonça de Carvalho, 2009.

Tal cadeia produtiva em Itabaiana pode ser contraída ou alongada em função dos atores sociais envolvidos. Isso pode ser refletido no fato dos intermediários serem atacadistas, locais (atores que possuem ponto definido para a comercialização) ou não, ou serem apenas receptadores dos produtos no espaço de comercialização. A partir dos elos estabelecidos por essa cadeia é que se observa a forma e a estrutura de comercialização dos hortifrutigranjeiros, no que se refere aos âmbitos atacadistas e varejistas, nos seus aspectos formais e informais, no município de Itabaiana/SE.

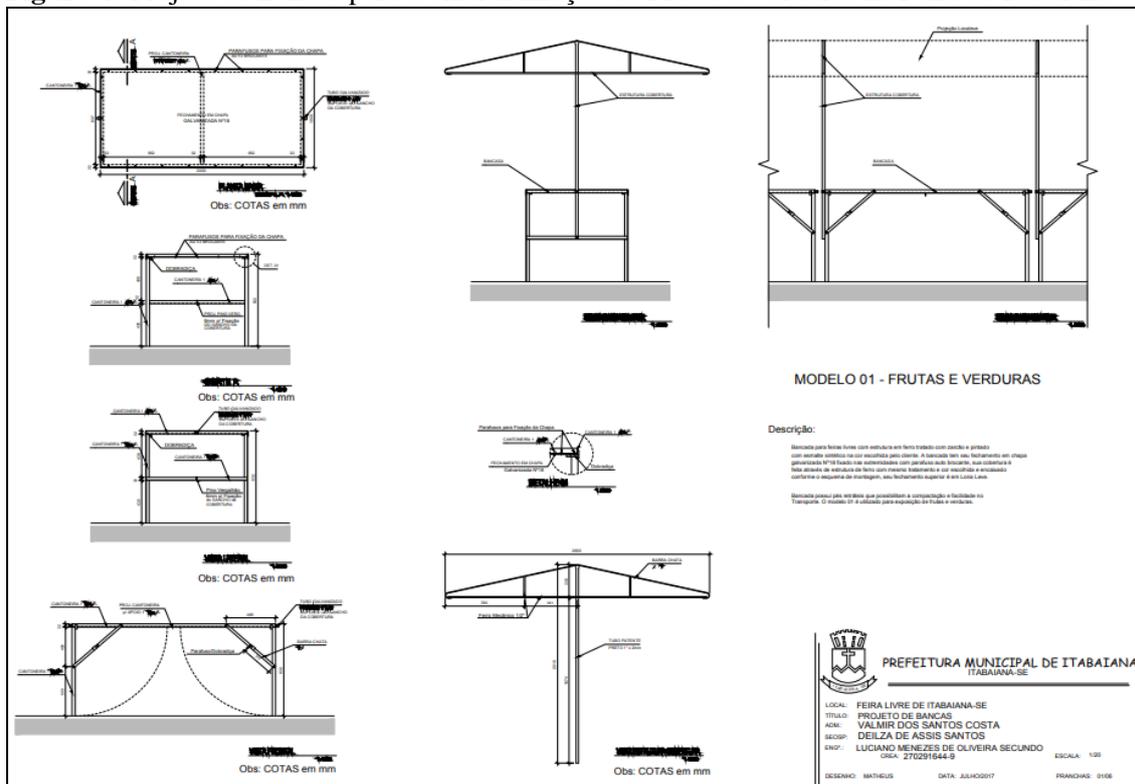
4 ITABAIANA COMO CENTRO DE COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA EM SERGIPE

A sede do município de Itabaiana, na década de 1990, já era considerada o mais importante centro urbano do Agreste de Sergipe e tinha na sua feira a base dessa condição. A feira trás para Itabaiana “[...] um grande contingente de moradores da zona rural e dos municípios vizinhos que, além de se abastecerem dos produtos aí comercializados, utilizam-se do comércio e dos serviços existentes na cidade” (DINIZ *et al.*, 1990, p. 127).

Segundo dados da Secretária de Municipal de Agricultura, esse comércio informal, conta com aproximadamente 1.200 bancas de comercialização, que se distribuem na venda de verduras, frutas, cereais e acessórios; negociam carnes - bancas de frangos vivos e abatidos; além de roupas,

calçados e acessórios. No ano de 2017, a feira passou por processo de padronização, em cumprimento a demanda da justiça e também, em prol de um maior controle fiscal sobre o que é comercializado por parte do município (Figura 4). Além dessas, existem no Mercado de Hortifrutigranjeiros de Itabaiana (Construído na década de 1990, que funciona como central de abastecimento) 200 bancas que também atendem ao mercado varejista nos dias de feira. Esse fluxo comercial ocorre num espaço com capacidade para 25 mil pessoas (GÓIS, 2001) (Figura 5 e 6).

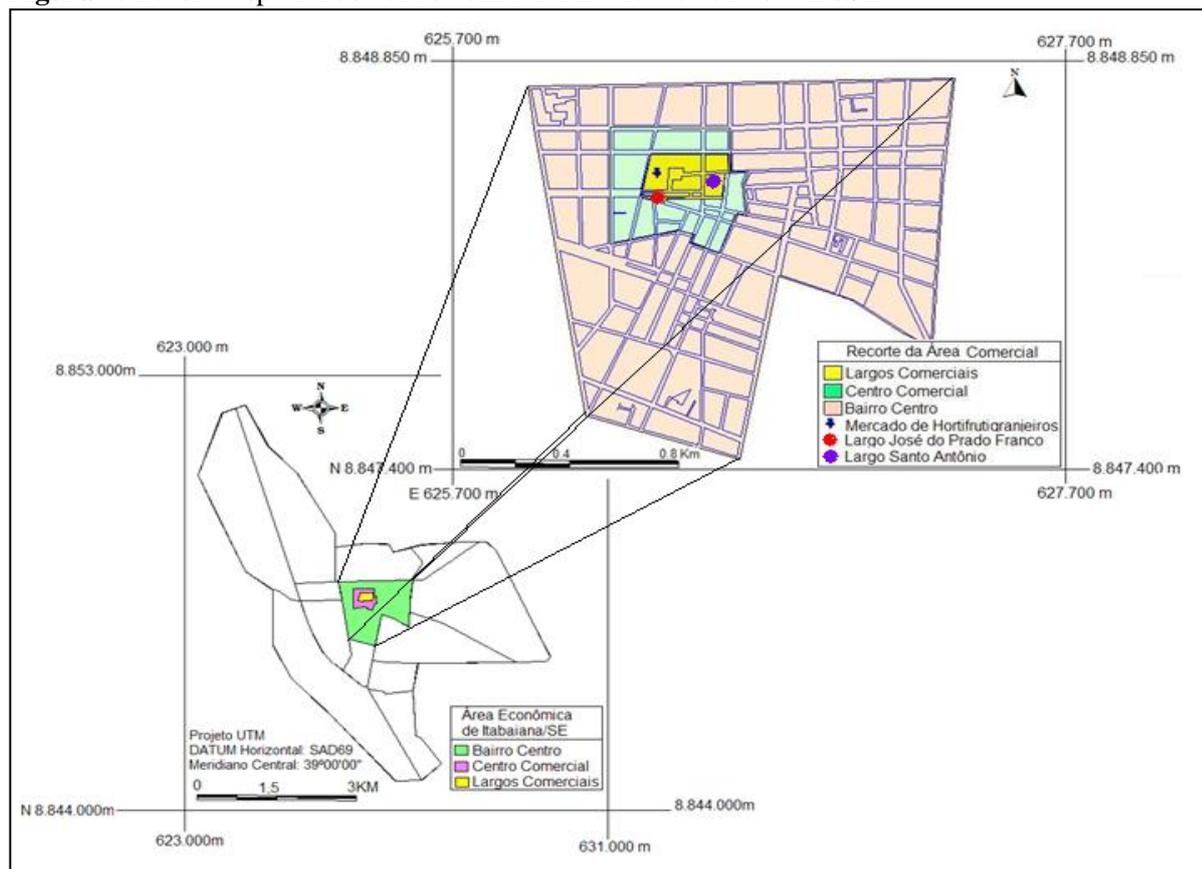
Figura 4: Projeto de Bancas para Comercialização de Frutas e Verduras na Feira de Itabaiana



Fonte: Prefeitura Municipal de Itabaiana, Julho/2017



Figura 5: Recorte espacial do centro comercial na cidade de Itabaiana/SE.



Fonte: Base Cartográfica da Secretária de infraestrutura e planejamento de Itabaiana, 2008.

Elaboração: Carvalho, 2009.

Figura 6: Organização da Feira de Itabaiana, 2018.



Fonte: Carvalho, 2018.

Em volta do comércio popular se concentra o comércio lojista formal, constituído por joalherias, supermercados, armazéns, butikues, perfumarias, farmácias, armarinhos, lojas de móveis e de materiais de construção, entre outras (Figura 7).

Figura 7: A feira, enquanto mercado informal, e a vivência com o mercado formal



Fonte: Carvalho, 2018

O comércio de confecções em geral, tecidos, sapatarias e artigos de cama e mesa, além de redes de lojas especializadas na venda de móveis e eletrodomésticos, artigos para motocicletas, peças e acessórios, motores e bombas hidráulicas fazem de Itabaiana uma cidade de forte atração comercial. Segundo França (2007, p. 139):

Itabaiana é o maior centro comercial do interior do Estado, constituindo-se um grande distribuidor de produtos agrícolas para todos os municípios, alcançando até Paulo Afonso, na Bahia. Nos últimos trinta anos, intensificou suas atividades econômicas, com destaque para a diversificação de funções comerciais e instalação de pequenos estabelecimentos industriais. O comércio de autopeças e de moto peças se fortaleceu, alcançando áreas distantes. Os serviços de saúde e de educação também se expandiram, atraindo pessoas de outros municípios e aumentando sua centralidade, que extrapola aquela da feira, tão tradicional em Sergipe.

5 FEIRA LIVRE DE ITABAIANA: FEIRANTE E MOBILIDADE SÓCIO ESPACIAL

As feiras são definidas como lugares de compra e venda de produtos variados. Segundo Diniz (1987, p. 72), as feiras destacam-se hoje por apresentarem,

[...] bens industrializados, ao lado dos produtos agrícolas tradicionais. Há uma pequena oferta de serviços ligados à feira: barbeiros, relojoeiros, fotógrafos, mecânicos de bicicleta e até dentistas práticos. Todavia essa atividade é secundária diante da função comercial do mercado periódico.

A feira de Itabaiana teve origem provavelmente, em área próxima da “Igreja Velha”, na fazenda de Ayres da Rocha Peixoto, propriedade do Padre Sebastião Pedroso de Góis, que se tornou local de reunião e “[...] ponto de encontro de pessoas em trânsito entre o norte e o sul do



Estado” (SILVA, 1987, p. 8). Com a transferência da igreja matriz de “Vila Velha” para o centro da “Caatinga” de Ayres da Rocha fora estabelecido o espaço da atual cidade de Itabaiana. Após a construção da igreja Matriz de Santo Antônio e Almas começa a haver um fluxo migratório dos povoados, inclusive da Vila Velha para frente da nova igreja, onde se firma o comércio de hortifrutigranjeiros. Sendo assim, o presente aglomerado elevado à condição de vila em 1678, cresceu em decorrência do movimento de agricultores e criadores de gado que se tornavam feirantes ao promover a troca de seus produtos e o abastecimento da vila.

Esse mercado, na referida localização, funcionou aos sábados até a década de 1920, quando passou, juntamente ao comércio de secos e molhados, para o Largo Santo Antônio e depois, novamente para a Praça da Matriz. As mudanças de localização da área da feira “[...] eram provocadas pela vontade dos chefes políticos, que exerciam forte influência sobre os feirantes locais [...]”. Foi assim que Itabaiana passou a ter dois locais de mercados periódicos determinados para os feirantes (SILVA, 1987, p. 09).

Em 1938 a feira passaria a ser realizada definitivamente no Largo Santo Antônio, “[...] ocupando, também, outras ruas, como as Travessas Antônio Oliveira Mendonça, Manuel Vieira Neto, a Rua 7 de Setembro e o Largo José do Prado Franco, estendendo-se até a Avenida Otoniel Dórea” (SILVA, 1987, p. 9). Carvalho (2000) se refere à feira como estando no Largo Santo Antônio, local em que a República Velha a colocou, estando em funcionamento o mercado de carne,

[...] concluído pelo intendente Antônio Dultra de Almeida, prédio que, de uma vez por todas, seguiu a feira na praça Santo Antônio, hoje, Largo Santo Antônio. Se há sessenta anos atrás, o local era ideal, hoje não o é mais. A feira cresceu assustadoramente, invadindo ruas e subindo a ladeira da Avenida Othoniel Dórea. Ficando localizada no meio da cidade, dividiu-a em duas partes nos dias de feira. Para se sair de uma para a outra, só fazendo arroteiros. [...] Em redor da feira, áreas para o comércio, estabelecido no atual Largo Santo Antônio e vizinhanças [...] (CARVALHO, 2000, p. 699).

Na década de 1950, a feira foi estabelecida também nos dias de quarta-feira, visando suprir a falta de comercialização durante a semana e tirar o peso do sábado.

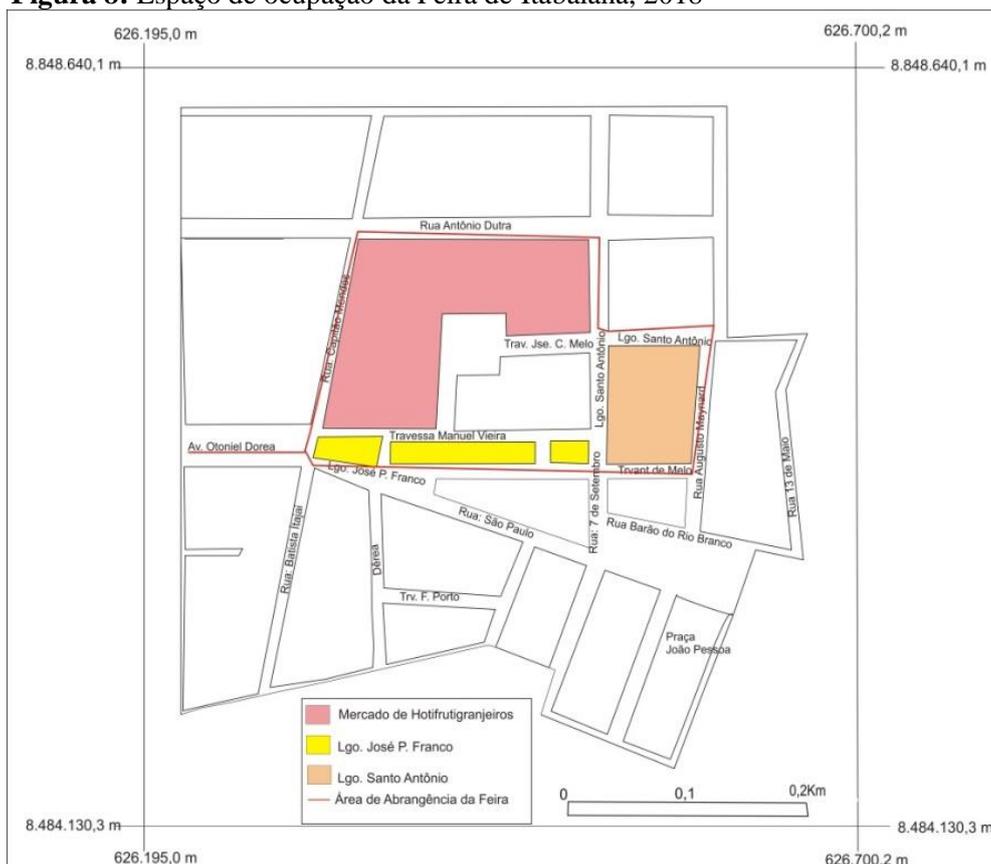
Para Diniz (1987), a feira de Itabaiana já era, na década de 1980, uma das maiores centralidades urbanas de Sergipe, pois sua influência tinha um alcance interestadual e forte atuação sobre os municípios sergipanos mais próximos, chegando a Nossa Senhora da Glória, Simão Dias, Boquim e, em menor escala, a Maruim (com influência restrita a municípios situados na Cotinguiba), e a Jeremoabo (BA). No mais, os feirantes de Itabaiana chegam a frequentar semanalmente três feiras, acoplando os dias da feira de sua cidade com a de algum município

circunvizinho.

Atualmente, a feira de Itabaiana é o maior aglomerado comercial e cultural do estado de Sergipe. Essa já não tem por finalidade única abastecer o mercado local, uma vez que tanto aos sábados quanto às quartas-feiras sua ação se faz sentir sobre populações de municípios circunvizinhos e mesmo sobre municípios baianos. Logo, “sua repercussão adentra desde as mais simples comunidades locais até as mais complexas. Seu funcionamento não só tem um valor econômico como cultural, por toda essa representação no cenário atuante” (GÓIS, 2001, p. 7-8).

A área de ocupação da feira se estende por aproximadamente 5 km² no centro comercial da cidade, abrangendo os largos comerciais, Mercado de Hortifrutigranjeiros e ruas adjacentes como, Capitão Mendez, Av. Otoniel Dórea e Travessas Manuel Vieira, José C. Melo e Travnt de Mendonça (Figura 8). Nessas áreas são armadas bancas onde os feirantes comercializam produtos agrícolas, semi-industrializados (artesanato) e industrializados (roupas, calçados e utensílios de moda). A variedade de produtos ofertados é surpreendente, ficando difícil estimar o quantitativo de produtos agrícolas disponíveis nesse comércio, apesar de se aferir em um terço a demanda dos feirantes por tais produtos.

Figura 8: Espaço de ocupação da Feira de Itabaiana, 2018



Fonte: Pesquisa de Campo, 2009. (Base Cartográfica da Secretaria de Infraestrutura e Planejamento de Itabaiana, 2008.) **Organização:** Carvalho, 2010.



Na presente conjuntura, como já referendado, a feira é estruturada com 1.200 bancas que comercializam os mais variados produtos, sendo que cerca de 55% do total são utilizadas na comercialização agrícola. A partir de 26 entrevistas aleatórias foi possível verificar que os feirantes realizam deslocamento para mercados contíguos, isto é, ainda se mantêm os itinerários cíclicos e os anéis de mercado (Tabela 1). Esses anéis se referem à organização e deslocamento de feirantes conforme os dias diferentes de trabalho em outras cidades, compreendidos como,

[...] grupos relacionados de mercados periódicos vizinhos que ocorrem em dias diferentes. Esta situação minimiza a competição entre os mercados e convém às pessoas que desejam visitar vários mercados. A seqüência de localizações num anel é conhecida como exemplo de turnos de mercado. No entanto, os anéis de mercado não são sempre unidades independentes. Freqüentemente se sobrepõem e, assim, alguns mercados fazem parte de dois ou três anéis diferentes (BROMLEY, 1980, p. 653).

Tabela 1: Deslocamentos dos Feirantes de Itabaiana.

Dias da Semana	Feirantes em feiras de outros municípios	Feirantes que frequentam a feira de Itabaiana	Feirantes sem trabalho em dias especificados	Municípios procurados pelos feirantes de Itabaiana
Domingo	13	-	13	Areia Branca, Moita Bonita ¹ e Aracaju
Segunda	15	-	11	Ribeirópolis, Tobias Barreto, Carira, Lagarto, Aquidabã e Macambira
Terça	-	-	26	-
Quarta	2	20	4	Aracaju
Quinta	-	-	26	-
Sexta	2	-	24	Campo do Brito
Sábado	4	22	-	Itaporanga D’Ajuda, Nossa Senhora do Socorro, Nossa Senhora da Glória e Coronel João Sá (BA)

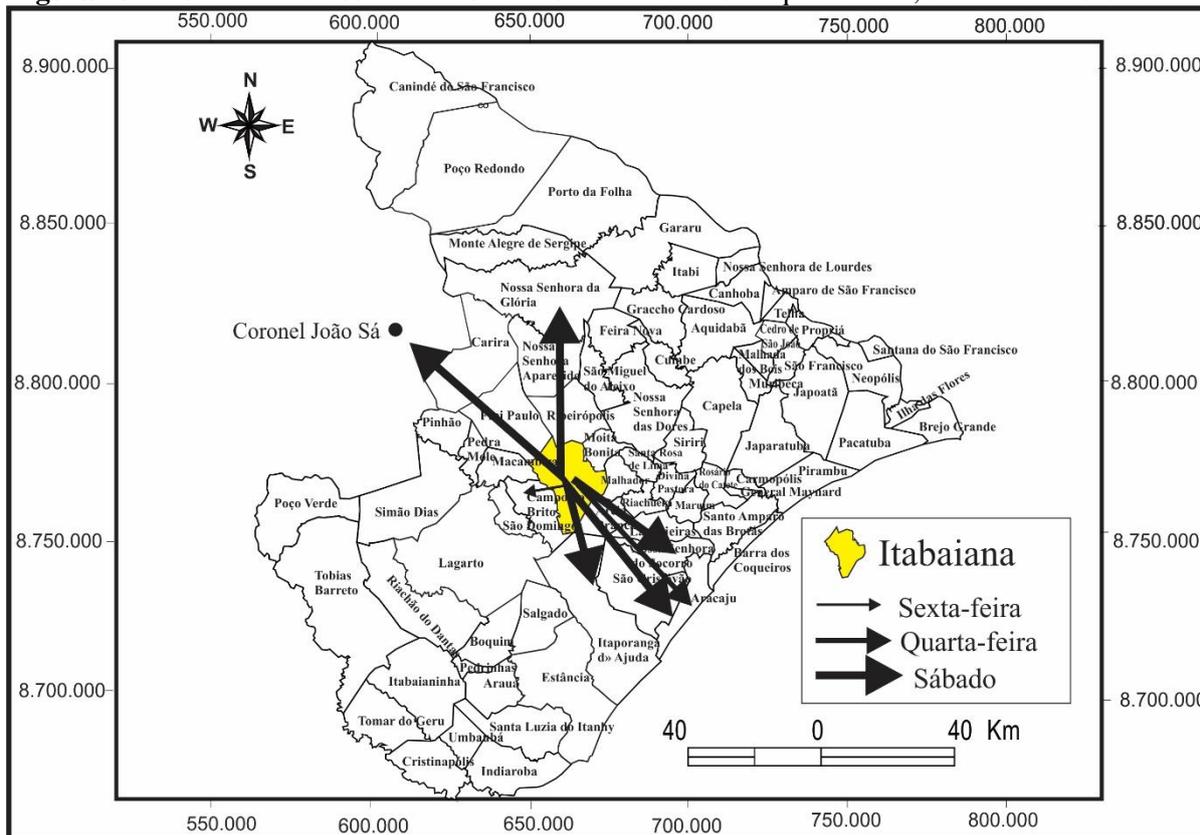
Fonte: Trabalho de Campo: Entrevistas Realizadas (setembro de 2009)

Organização: Diana Mendonça de Carvalho, 2009

A mobilidade de tais comerciantes, em função dos dias de feiras, vinha sendo mais comum nos domingos e segundas-feiras, pois eram dias em que a atividade de comercialização de hortifrutigranjeiros em Itabaiana não tem força (Figura 9). Em relação as terças, quinta e em menor intensidade as sextas-feiras, a mobilidade para outras cidades é quase inexistente, pois eles utilizam esses dias para promover o abastecimento com produtos adquiridos junto aos atacadistas no

¹ Desde início da década de 2010, o itinerário de feiras para Areia Branca e Moita Bonita se alteraram, em função da mudança do dia de suas realizações. Essa alteração em ambos municípios se deveu a necessidade das Gestões Municipais corresponder as demandas de seus cidadãos pelo domingo como dia de lazer. Sendo assim, as feiras de Areia Branca e Moita Bonita passaram a serem realizadas, respectivamente no sábado e na segunda-feira. Todavia, os feirantes de Itabaiana, mesmo no sábado, continuam se alternando na consolidação de novos mercados.

Figura 10: Deslocamento dos Feirantes de Itabaiana nos dias de quarta-feira, sexta-feira e sábado



Fonte: Trabalho de campo – Entrevistas (setembro de 2009)

Elaboração: Carvalho, 2009

A aquisição dos produtos comercializados por esses feirantes é resultante das transações comerciais mantidas com agricultores do próprio município (46,15%) e das negociações com grandes comerciantes no mercadão de hortifrutigranjeiros do município (53,85%). Os produtos comercializados apresentam origem, no próprio município, no caso das folhagens que são comprados diretamente ao agricultor ou comercializado por estes na feira. No caso de outros produtos, como frutas, legumes e ovos, são poucos os feirantes que mantém contato direto com o fornecedor em outros municípios sergipanos e outros estados, por isso, sendo comum sua aquisição com os atacadistas que comercializam no mercado de hortifrutigranjeiros de Itabaiana ou no Largo José do Prado Franco.

Entre os feirantes é utilizado como veículo de locomoção para os produtos, a carroça (88,45%), o caminhão (30,76%), a caminhoneta (3,85%) e o carro de passeio (3,85%). A utilização desses veículos vai depender da distância a ser percorrida. Logo, a utilização do caminhão dá-se na comercialização de produtos com peso considerável e que devem percorrer grandes distâncias ou ainda na aquisição dos produtos em outros estados até entrega nos pontos de comercialização.

Esses feirantes não se utilizam de crédito bancário para a movimentação financeira do

negócio comercial e nem de técnicas para manter as características dos produtos a serem comercializados. Em apenas um caso é utilizada a refrigeração para resfriamento de frutas perecíveis ao calor, como o morango, a ameixa e a pera, antes da exposição para a comercialização.

A mobilidade dos feirantes de Itabaiana para outros municípios tem sido constante, não se estendendo apenas aos municípios circunvizinhos, mas se alongado para mercados mais longínquos, como Aquidabã, Aracaju, Nossa Senhora da Glória, Nossa Senhora do Socorro e Tobias Barreto (SE) e Coronel João Sá (BA), que perfazem outros mercados periódicos, localizados em anéis de mercados diferentes. Esse alongamento, com dois anéis, o primeiro incluindo a sexta-feira, o sábado, o domingo e a segunda, com quatro dias contínuos, e o segundo com um dia, na quarta-feira, contribui para o crescimento e o fortalecimento da atividade feirante, uma vez que os produtos passam a ser oferecidos a um maior número de consumidores e conseqüentemente aumenta o limiar e as possibilidades de comercialização.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comercialização de produtos agrícolas é uma etapa da cadeia produtiva que envolve diversos atores sociais na sua constituição. Esse processo tem a função de transportar os bens desejados pelo consumidor final, ao lugar e no tempo definido, na forma e nas quantidades solicitadas com preços justos para todos os atores dessa cadeia.

A articulação dessa cadeia ocorre de diferentes formas, a depender do produto e do local de comercialização, estando associada à esfera de circulação da mercadoria e do capital. Isso decorre da condição de subordinação que a prática agrícola assumiu em função da integração econômico-financeira modernizante, justificada nos obstáculos ao desenvolvimento da concorrência capitalista no campo e na conseqüente concentração de produção pelos capitalistas agrários.

A comercialização de produtos agrícolas, assim como a constituição da cadeia desses produtos, está imbricada nas especificidades que remetem ao desenvolvimento capitalista, uma vez que se encontra subordinado às atividades de circulação e de distribuição. Esses processos têm diminuído a participação de intermediários e colaborado para a consolidação de grandes capitais comerciais, além de centralizar os fluxos das mercadorias agrícolas, sendo que a comercialização por si só pressupõe a etapa de circulação e de distribuição de mercadorias e por conseqüência, a de capitais.

Em Itabaiana, esse processo decorre da integração da economia primária às necessidades externas por produtos agrícolas. Deste modo, a produção agrícola por meio da implementação de



áreas olerícolas, assim como, do poderio itabaianense no sentido de importação de variados produtos agrícolas de outras regiões do país, fazem do município e de sua feira, um importante entreposto comercial no estado de Sergipe. Assim, como do feirante, enquanto importante protagonista, na disseminação da qualificação do trabalho itabaianense na oferta de produtos agrícolas em diversas feiras do estado de Sergipe e Bahia.

A respectiva feira é base de muitos alimentos consumidos pelas famílias, ao apresentar periodicidade em termos de qualidade e de preço durante o dia, fato que favorece a comercialização e à aquisição dos mesmos por todas as classes sociais. Portanto, a feira de Itabaiana agrega importância social, histórica e cultura, ao possibilitar acesso a variados produtos por diversos consumidores, ao delimitar a centralidade urbana do município e ao ser ponto de encontro de amigos e familiares.

REFERÊNCIAS

- BARROS, G. S. A. de C. **Economia da Comercialização Agrícola**. Piracicaba/SP: ESALQ, LES, CEPEA, 2007. Disponível em <http://www.cepea.esalq.usp.br/pdf/1_economia_comercializacao_agricola.pdf>. Acesso em 08 de dezembro de 2008.
- BORGES, S. dos S. **Agrotóxicos, sociedade e natureza: A problemática do Perímetro Irrigado da Macela – SE**. Dissertação de Mestrado em Geografia. São Cristóvão: Núcleo de Pós-Graduação em Geografia, NPGeo/UFS, 1995.
- BROMLEY, R. J. Os Mercados nos países em Desenvolvimento: Uma Revisão. In: **Revista Brasileira de Geografia**. Rio de Janeiro: nº03, 1980, 646-657pp. Disponível em <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS%20-%20RJ/RBG/RBG%201980%20v42_n3.pdf>. Acesso em 27 de janeiro de 2009.
- CARVALHO, V. S. **A república velha em Itabaiana**. Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2000.
- COHIDRO. **Irrigação: Perímetros Irrigados**. Aracaju: S/A. Disponível em <http://cohidro.se.gov.br/?page_id=55>. Acesso em 29 de dezembro de 2017.
- DINIZ, J. A. F. e FRANÇA, V. L. A (Coordenadores). **Área de Exceção de Sergipe/Alagoas**. Recife: SUDENE, 1990.
- _____. As feiras de Sergipe e em seu entorno. **Ecoss: Ensaios Econômicos e Sociais**. Aracaju: Instituto de Economia e Pesquisa (INEP), vol. 1, nº 1, 1987.
- FRANÇA, V. L. A *et al.* **Atlas escolar Sergipe: Espaço Geo-histórico e Cultural**. João Pessoa, PB: Editora GRAFSET Ltda., 2007.
- _____. **A Cultura do Coco-da-Baía e as transformações no Litoral Sergipano**. Dissertação de Mestrado em Geografia. São Cristóvão: Núcleo de Pós-Graduação em Geografia, NPGeo/UFS, 1988.

GÓIS, J. M. **A feira livre de Itabaiana como reflexo cultural.** Monografia de Ciências Sociais. São Cristóvão: CECH/UFS, 2001.

MARQUES, P. V.; AGUIAR, D. R. D. de. **Comercialização de produtos agrícolas.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1993.

MARTINS, J. De S. **A Chegada do Estanho.** São Paulo: Hucitec, 1993

SMITH, A. **A Riqueza das Nações.** Tradução: Luiz João Baraúna. Editora Nova Cultural Ltda. Vol. 1, Livro 04, 1996. Cap. 2, pp. 438.

SILVA, L. C. da. Cadeia Produtiva de Produtos Agrícolas. Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Departamento de Engenharia Rural. **Boletim Técnico.** Mato Grosso do Sul: 01/05 em 21/04/2005. Disponível em: <<http://www.agais.com/ms0105.pdf>>. Acesso em 25 de novembro de 2008.

SILVA, M. E. **Feira como Centralidade Urbana:** O caso de Itabaiana. Monografia de Especialização. NPGEU/UFS. Aracaju, 1987.

STEELE, H. L.; FILHO, F. M. V. & WELSH, R. S. **Comercialização agrícola.** 1ª Ed. São Paulo: 1971.

Recebido em 01 de Janeiro de 2018
Aprovado em 27 de Dezembro de 2018

