

# FEIRAS LIVRES DE GOIÂNIA – GOIÁS – BRASIL: ESTUDO SOBRE A PARTICIPAÇÃO DE FEIRANTES AGRICULTORES FAMILIARES

## GOIÂNIA – GOIÁS - BRASIL FREEMARKETS: STUDY ON THE PARTICIPATION OF FAMILY FARMERS MARKETERS

Blenda Domingues Bittencourt **1**  
Márcio Caliar **2**

**Resumo:** O objetivo desta pesquisa foi verificar a efetiva participação de agricultores familiares neste canal, identificar suas relações nas dimensões social, cultural e econômica e espacialização no município de Goiânia. Realizou-se pesquisa de campo com feirantes das 116 feiras livres cadastradas no município. Utilizou-se método qualitativo, com nuances quantitativo descritivo, os procedimentos pesquisa bibliográfica; pesquisa documental; pesquisa descritiva envolveu coleta de dados padronizados, com aplicação de questionários e técnicas de observação. Os resultados mostraram que os feirantes se estabelecem num processo de economia das trocas simbólicas, interação entre si e demais atores, numa troca entre capitais simbólicos, econômicos, sociais e culturais, mantêm seu modo de viver e, suas raízes e se movimentam comercialmente neste mercado a céu aberto, adequando-se às normas de funcionamento, espacialidade, temporalidades e territorialidades.

**Palavras-chave:** Canal de Comercialização. Agricultura Familiar. Mercado a Céu Aberto. Trocas Simbólicas.

**Abstract:** The objective of this research was to verify the effective participation of family owners in this channel, identifying their relationships in the social, cultural and economic dimensions and spatialization in the city of Goiânia. A field research was carried out with market vendors from the 116 free fairs registered in the municipality. A qualitative method was used, with descriptive quantitative nuances, the bibliographic research procedures; documentary research; descriptive research / field research involved the collection of standardized data, with the application of questionnaires and observation techniques. The results confirm the presence of family farmers in the free markets in Goiânia, their origin predominantly from rural Goiânia, followed by municipalities in the metropolitan region. The results displayed that establish in a process of economy of symbolic exchanges, interact with each other and other actors, in an exchange between open, economic, social and cultural symbolic capitals, maintain a way of life, maintain their roots and move commercially in this sky market, adapting to the rules of operation, spatiality, temporalities and territorialities.

**Keywords:** Marketing Channel. Family Farming. Open Market. Symbolic Exchanges.

---

Doutoranda em Agronegócio pela Universidade Federal de Goiás **1**  
- Escola de Agronomia. Mestre em Agronegócio pela Universidade Federal de Goiás - Escola de Agronomia e Engenharia de Alimentos (2013). Pós-Graduação: Especialista em Capacitação e Planejamento em Turismo pela Universidade Federal de Goiás - Instituto de Estudos Sócio-Ambientais/IESA (2003). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1986855075579078>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4483-1135>. E-mail: [blendadb@gmail.com](mailto:blendadb@gmail.com)

Pós-doutorado pela Universidade Estadual de Londrina (2011). **2**  
Doutorado em Tecnologia de Alimentos pela Universidade Estadual de Campinas (2001). Mestrado em Ciência de Alimentos pela Universidade Estadual de Londrina (1997). Graduação em Engenharia Química pela Universidade Estadual de Maringá (1985). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3558164788327179>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0877-8250>. E-mail: [macaliari@ufg.br](mailto:macaliari@ufg.br)

## Introdução

No Brasil é possível observar sinais de proximidade entre produtores rurais e consumidores nos mercados locais de feiras livres. Para Darolt, Lamine e Brandenburg (2013), esse fato se reflete no crescimento da comercialização em circuitos curtos. Para Ribeiro et al. (2003), esses circuitos curtos são espaços dinâmicos de comercialização, geração de renda e abastecimento ocorrendo semanalmente, distribuídos em diversos bairros, em tamanhos e dimensões variadas. As feiras livres brasileiras configuram um mercado varejista ao ar livre. Em todas as feiras livres cadastradas em Goiânia/GO, encontram-se além dos produtos alimentícios, utilitários, roupas e acessórios, sua periodicidade é semanal, consideradas serviço de utilidade pública que objetivam distribuição local de produtos alimentícios e básicos (MASCARENHAS; DOLZANI, 2008). Estudos realizados por Portilho e Castañeda (2011) revelam a existência de diferentes intermediações na rede de confiança estabelecida entre produtores e consumidores e, ainda percebe-se naqueles feirantes que também são produtores rurais, uma relação embasada no capital social, onde existe confiança, respeito e solidariedade recíprocos.

Diante do processo de modernização, os agricultores familiares, segundo Rambo, Pozzebom e Dentez (2019) foram pressionados a encontrar novos caminhos para produção agrícola e geração de renda. Frente a esta nova realidade, os canais curtos de comercialização assumem importante papel, pois passaram a ser reconhecidos como importante categoria na promoção de novos usos do território rural. Estes canais refletem ações que emergem em meio ao complexo processo de exclusão da categoria e, afloram como uma alternativa viável, perante o modelo tradicional de tecnificação do espaço rural. Assim, surtem efeitos no desenvolvimento rural. Os autores exemplificam os novos usos do território rural por meio de mercados institucionais, como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), mas também das feiras livres de Chapecó/SC, onde é possível encontrar uso agrícola e não agrícola (como exemplo atividades de colhe pague, pesque pague e turismo rural) no espaço rural, o que potencializa o reconhecimento e fortalecimento da categoria, permitindo a diversificação produtiva e garantindo a geração de renda e emprego no meio rural.

As feiras livres sobrevivem à concorrência avassaladora dos supermercados pelas palavras, chamamento aos gritos, jocosidades ou até mesmo pelas pechinchas; oferecem credibilidade, que se sobrepõem ao código de barras impresso nos produtos. Tais características fazem das feiras livres importantes ambientes de comercialização, capazes de ainda hoje atrair significativos números de consumidores (MOREL et al., 2015). Neste ambiente existe a possibilidade de estreitar ou estabelecer relacionamentos entre produtor e consumidor final, em que o feirante identifica as necessidades e desejos dos clientes ao facilitar a aquisição das mercadorias (AZEVEDO; FAULIN, 2005; ARAÚJO; RIBEIRO, 2018).

Cada feira apresenta características e mobilidades peculiares. Suas dinâmicas se transformam cotidianamente, e encontram-se atreladas a contradições e conflitos da sociedade. Pierri e Valente (2013) identificam que cada cidade possui suas feiras livres, e que estas trazem consigo diferenças; legítimas identidades num ambiente democrático, onde os atores participantes, mesmo em classes sociais e culturais distintas, promovem cooperação mútua e favorecem sua permanência naquela determinada feira.

Ao analisar a importância de troca nas sociedades arcaicas, Mauss (2003) observou que essa atividade não se restringia apenas às trocas materiais; seu valor não superava o valor simbólico, sua constituição não se dava apenas pelo simples fato de haver circulação de bens, existiam ali pessoas, normas, palavras, festas. Sua importância é construída pelos atos de reciprocidade, numa tríade onde se encontram: dar, receber e retribuir, e não somente pelos bens trocados nas feiras.

Observaram Darolt, Lamine e Brandenburg (2013) e Salomão, Neri e Pereira (2020), que atualmente é possível identificar sinais de crescimento da comercialização de agricultores familiares em canais curtos. Ampararam-se nos resultados da pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), onde observaram evidentes sinais da presença de agricultores familiares nestes canais, indicando que nestes pontos as vendas diretas são maiores.

Segundo Maluf (2004), os mercados são considerados como resultado da construção

social, de acordo com vínculos estabelecidos entre dois grupos. Sendo que o primeiro estabelece vínculo local e ou regional, relaciona-se com a produção, distribuição e consumo dos alimentos. O segundo grupo se encontra em ampla abrangência, alcançando esfera nacional e ou internacional e atuam diretamente com grandes cooperativas, redes de supermercados, corporações agroindustriais etc., e têm valorizado seus produtos, os quais trazem atributos diferenciados de qualidade; desta forma, surgem novas oportunidades de inserção no mercado e, muitas destas oportunidades são acessíveis aos agricultores familiares.

Aqueles que estão no campo, especialmente nas pequenas propriedades, vêm que as dificuldades e desafios para sobrevivência são maiores, pois mesmo que desempenhem importante papel na economia brasileira, não possuem auxílio financeiro para aplicar nas atividades agrícolas. Desta forma, tornam-se estrategistas, buscam incessantemente mecanismos que garantam sua permanência no campo (WILKINSON, 1999). Utilizam ferramentas geradoras de autonomia nos processos produtivos, agregam valor aos produtos e serviços, estabelecem dinâmicas que os tornam capazes de se inserir e estabelecer nos mercados existentes fora da porteira.

Ao observar as dinâmicas das feiras de orgânicos em relação às feiras convencionais de Campinas/São Paulo/Brasil, Ueno et al. (2015) conseguiram divisar pontos positivos e negativos na dinâmica de desenvolvimento entre ambas as modalidades e modo de produção, conforme apresenta a Quadro 1.

**Quadro 1.** Demonstração dos pontos positivos e negativos entre feiras de orgânicos e feiras convencionais e modo de produção, no município de Campinas/São Paulo/Brasil.

Feiras de orgânicos		Feiras convencionais	
Pontos positivos	Pontos negativos	Pontos positivos	Pontos negativos
Confiança mútua entre produtores, feirantes e consumidores.	Desgaste físico pela redução nas horas dormidas.	Pode haver ou não elos de confiança entre feirante e consumidor.	Falta de infraestrutura específica e adequada para o setor (banheiros; segurança; estacionamento e deficiência na sinalização de trânsito; limpeza e coleta de lixo).
Comercializam produtos frescos, sem uso de agrotóxicos e pesticidas.	Faltam insumos apropriados, canais de comercialização, assistência técnica qualificada, há falhas no processo de logística.	Produtos e aromas são menos saborosos, reais, intensos e nutritivos.	Nem todos comercializam produtos frescos.
Produtos e aromas são mais saborosos, reais, intensos e nutritivos.	O tempo de produção é mais lento em função de não se utilizarem agrotóxicos.	Controlam a preparação da carga e descarga dos veículos e equipamentos úteis na condução das mercadorias.	O tempo de produção é mais rápido em função de utilizar agrotóxicos, alcançam alta produtividade.
Sistema de produção respeita o meio ambiente, preserva os recursos naturais e o alimento.	A produção pode ser dizimada por pragas.	Trabalham por conta própria, determinam o planejamento das suas ações atuais e futuras.	Existem intermediários para aquisição das Frutas, legumes e verduras - FLV's e equipamentos necessários (sacolas, barracas e etc.)
Maior tempo de vida dos produtos.	Ações repetitivas de montar e desmontar barracas.	Trazem conhecimentos acumulados ao longo da vida.	Nem todos estabelecem trocas de experiência vividas, saberes, fazeres ou mantêm modo de vida.
Não existem intermediários para aquisição dos produtos.	Existência de poucas feiras.	Existência de muitas feiras.	Tempo de vida dos produtos variados.

Preço praticado dos produtos é justo.	Pouca divulgação dos horários e locais das feiras.	Existem inúmeras variedades de produtos expostos.	Desgaste físico pela redução nas horas dormidas
Trazem conhecimentos acumulados ao longo da vida, estabelecem trocas de experiência vividas, saberes, fazeres e mantêm modo de vida.	Produtividade é baixa.		Ações repetitivas de montar e desmontar barracas.
Traçam com facilidade diálogos entre ele e 'seu amigo' consumidor.	Variedade de produtos ainda é baixa.		Processo produtivo pode contaminar os recursos naturais.
Trabalham por conta própria, determinam o planejamento das suas ações atuais e futuras.	Ausência de Políticas Públicas.		Não são todos que traçam diálogos com os consumidores.
Estabelecem elos de fidelidade			Fragilidade no elo de fidelidade.
			Ausência Políticas Públicas.

Fonte: Ueno et al. (2015).

Goiânia foi planejada na década de 1930 para 50 mil habitantes. No entanto, na década de 1960, sofreu acelerado crescimento populacional, atingindo atualmente mais de um milhão de habitantes. O surgimento das feiras livres em Goiânia é bastante peculiar, pois diante da rápida ocupação, a sociedade se adaptou às mudanças ocorridas pela modernidade. As feiras livres goianienses sofreram os impactos, resistiram, persistiram, ajustaram-se à nova realidade. Inicialmente elas serviam como suporte no abastecimento para frentes de operários das obras de construção da nova capital.

No ano de 1946, surgiram feiras nos bairros pioneiros, especialmente Campinas, onde o crescimento da densidade demográfica foi causado por abrigar pessoas envolvidas na construção de Goiânia. Os produtos comercializados eram expostos em ranchos e transportados nos carros de bois, jegues ou cavalos. Inicialmente, surgiram por iniciativa do poder público; mas somente no final da década de 1940, surgem feiras espontâneas, sendo a primeira a feira da Rua 4, implantada por solicitação da população e apoiada pela administração pública, como ocorre atualmente. A partir da década de 1990, além das feiras já existentes, diversas novas feiras surgiram, alcançando hoje em dia 116 feiras cadastradas.

O fenômeno de resistência e sobrevivência de agricultores familiares em feiras livres na cidade de Goiânia é uma incógnita e, pela falta de relatos, se parece com as demais cidades Brasileiras. Sendo assim, a partir dessa curiosidade científica e do desejo de aprofundar estudos sobre a realidade atual dos agricultores familiares participarem deste canal de comercialização, buscou-se como objetivo investigar e certificar por meio desta pesquisa sua participação neste nicho e, como objetivos específicos, conhecer suas relações nas dimensões sociais, culturais e econômicas.

## Metodologia

Goiânia, além de ser capital do Estado de Goiás/Brasil, encontra-se na Região Centro-Oeste (16°40'43" S e 49°15'14" W), com altitude de 749 m e área de 743 Km<sup>2</sup>. É um dos 20 municípios componentes da Região Metropolitana, também denominada 'Região da Grande Goiânia'.

A Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria de Planejamento e Urbanismo (Seplam) dispõem de dados que apontam a existência de 641 bairros divididos em sete regiões administrativas, sendo: norte, centro, noroeste, sul, oeste, leste e sudoeste. Goiânia possui feiras livres distribuídas em diferentes bairros, com características diversas, apresenta-se como um vasto campo apropriado para pesquisa nesta área do conhecimento.

Nesta pesquisa, o universo analisado foram todas as 116 feiras livres cadastradas no município de Goiânia/GO, as quais ocorrem nos períodos da manhã (segunda-feira a domingo) e da noite (segunda-feira a sábado). Este estudo tem como método, a pesquisa qualitativa, com aspectos da quantitativa descritiva. Sua natureza é básica e seus objetivos são descritivos. Os procedimentos são a pesquisa bibliográfica, que orienta por meio de materiais já publicados, um modelo teórico central, seguido por outros que o sustenta ou contrapõem a proposta analisada e a pesquisa documental, que trouxe à luz do conhecimento, dispositivos legais orientadores sobre normas para o funcionamento das feiras livres goianienses, sendo repertório expressivo, o que deu-nos vasto campo para pesquisa, conforme orientam Boni e Quaresma (2005), Marconi e Lakatos (2003), Gil (2010) e Günter (2003).

Quanto aos objetivos, a pesquisa é descritiva, a qual envolveu coleta de dados, com a aplicação de questionários e técnicas de observação, assumindo desta forma caráter de levantamento. Realizou-se pesquisa de campo para captar vivências e experiências dos feirantes goianienses. Por se tratar de coleta de dados primários e, a fim de facilitar a compreensão de todo volume de informações, como também a movimentação existente, necessitou-se separar os atores em dois grupos distintos, doravante identificados como: feirantes agricultores familiares (FAF) e feirantes comerciantes (FC). O que facilitou na identificação de suas singularidades e diferenças existentes. A pesquisa de campo compreendeu o período entre setembro de 2018 a março de 2019, e sua conclusão se deu em fevereiro de 2021, período que se apresenta numa nova realidade, a qual é completamente diferente do que jamais qualquer um de nós sequer imaginaria viver; pois o planeta passou a conviver com uma pandemia causada por corona vírus. O quê, além de outros fatores relevantes para a categoria, nos permite sugerir novas pesquisas, observando, por exemplo, como esse fator influenciou no dia a dia dos feirantes comerciantes e agricultores familiares? Quais alterações ocorreram no campo, ou na produção? Quais influências foram negativas e o quê foi possível extrair de positivo?

A aplicação dos questionários e entrevistas ocorreu de acordo com orientações de Marconi e Lakatos (2003), isto é, somente foram aplicados entre aqueles feirantes que tinham idade acima de 18 anos e que, ao serem interpelados, aceitaram participar espontaneamente como voluntários nesta pesquisa. Antes de analisar os dados e interpretá-los, ocorreu à seleção, codificação e categorização daqueles que se relacionam. Finalmente, foi realizada a exposição factual daquilo que se investigou, analisou e interpretou, explicitando-os com precisão e clareza.

## **Resultados e discussão**

Os resultados iniciais do levantamento documental indicaram haver em Goiânia 116 feiras livres cadastradas e mais seis em análise pela Prefeitura Municipal, que ocorrem todos os dias da semana, nos períodos diurno e noturno. Para implantação de uma feira livre, antes é necessário que haja manifestação da sociedade local, estudo de viabilidade, análise do trânsito e ambiental. Para que o cidadão possa participar das feiras livres, é necessário solicitar concessão na Secretária Municipal de Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Ciência e Tecnologia (Sedetec), por meio da Diretoria de Abastecimento e Agricultura Familiar. Após cadastros aprovados, os feirantes devem se submeter aos trâmites legais, cumprindo normas de funcionamento, estabelecidas no Decreto nº 2.835, de 03 de dezembro de 2014 (PREFEITURA DE GOIÂNIA, 2014).

Havendo vivências pautadas em dificuldades, ainda assim foram verificados fortes traços que apontaram para resistência dos feirantes e, mesmo que estes sucumbam, são capazes de manterem viva a esperança de sobrevivência da e na feira livre, pois estes são componentes fundamentais para sua existência no meio urbano, o que permite novas humanidades sociais, onde os atores são capazes de negociar, fazerem cálculos, trocos e trocarem informações com consumidores e demais atores (COSTA; SANTOS, 2016; SILVA; OLIVEIRA, 2015; GONÇALVES; ABDALA, 2013; ARAÚJO, 2012).

Após aplicação do primeiro questionário, um dos resultados encontrados foi à identificação da faixa etária dos feirantes goianienses, onde o perfil apresentou diferenças de idade entre os dois grupos analisados. Observou-se que o desvio padrão da idade média dos feirantes comerciantes é maior, logo a idade destes varia mais entre si do que entre feirantes agri-



cultores familiares. Para as feirantes agricultoras familiares, as idades estão mais próximas da média do que as feirantes comerciantes (Tabela 1).

**Tabela 1.** Demonstração dos indicadores etários dos feirantes comerciantes e agricultores familiares goianienses.

Indicador (idade)	FC* Masculino	FC* Feminino	FAF** Masculino	FAF** Feminino
Média	44,11	40,63	42,84	44,72
Desvio Padrão	15,05	13,65	13,50	9,30
Mínimo	19	18	17	28
Máximo	70	67	73	62
Amplitude	51	49	56	34

\*Feirante Comerciante

\*\*Feirante Agricultor Familiar

**Fonte:** Banco de dados da pesquisa de campo (2019).

Existem fatores plausíveis que explicam a diferença etária entre as feirantes comerciantes, em relação aos demais feirantes. Este fenômeno pode ocorrer por haver maior evasão escolar – os homens evadem mais do que as mulheres; gravidez na adolescência ou fora do casamento, o que leva à busca pelo sustento; desigualdades e preconceitos étnicos ou de gênero; baixa renda média domiciliar; baixo índice de conclusão do ensino superior são elementos que levam jovens precocemente para inserção no mercado de trabalho assalariado de maneira precária ou mais comumente na esfera da informalidade. Percebeu-se também que a categoria ‘jovem’ compreende faixa etária entre 16 e 29 anos.

A inserção dos agricultores familiares nas feiras livres precede aos traços históricos que compõem sua origem, que são: plantar, cuidar, colher e vender em locais ou regiões próximas. Usualmente já têm família constituída e, unidos combinam atividades produtivas para viabilizarem renda familiar. Produzem para subsistência e comercializam os excedentes, utilizam caminhos de fácil acesso, as feiras livres estabelecem num determinado local importante papel social e afetivo, que também lhes dá ânimo para continuar na atividade, mantendo-se no meio rural.

Segundo Silva et al. (2014), pesquisas realizadas nas feiras livres dos municípios de São Pedro do Sul/RS e Santo Augusto/RS, indicaram média etária acima de 40 anos para os feirantes. Entrevistas realizadas por Silva et al. (2016) nas feiras das margens da BR-316, que liga Belém a Maceió, apresentaram 31,25% dos feirantes com idade entre 31 e 40 anos; 25% entre 21 e 30 anos; 18,75% até 20 anos e 18,75% com idade entre 41 e 50 anos. Durante análise da origem, tradição e rupturas nas feiras livres de Rio Largo, Souza et al. (2020) observaram que a média de idade entre feirantes é de 50,8 anos, sendo 58% dos feirantes do sexo feminino, que tem idade entre 31 e 45 anos, enquanto 42% do sexo masculino tem idade entre 46 a 60 anos.

Os resultados médios encontrados para ambos os grupos estudados nas feiras livres de Goiânia são similares aos relatados por Silva et al. (2014). Foi identificada nas feiras livres goianienses uma relação entre perfil etário, na faixa entre 20 e 45 anos, o tempo de participação como feirantes comerciantes, os dados indicam que esses estão presentes nas feiras livres há menos de 35 meses, o que demonstra uma saída do desemprego.

Na contemporaneidade, são percebidas: desigualdades de gênero e etnia – estrutura ocupacional marcada pela segregação feminina e diferencial de remuneração (COTRIM; TEIXEIRA; PRONI, 2020). Existem sinais que apontam reversão no ciclo econômico e queda na segregação ocupacional entre trabalhadores masculinos e femininos, apesar das heterogeneidades: níveis de escolaridade e discriminação na definição salarial, mas ainda poucos estudos refletem sobre o tema (COTRIM; TEIXEIRA; PRONI, 2020; SILVEIRA; LEÃO, 2020). No contexto

das feiras livres, não ficam evidentes atitudes que levem à situação de segregação, pois o consumidor ‘escolhe’ qual produto levará e a qualidade no atendimento, independente do gênero ou etnia do feirante.

Durante a pesquisa de campo, foi possível perceber que há uma relação no processo sucessório, especialmente ao ouvir depoimentos de alguns pais (feirantes), onde disseram que seus filhos (as) são preparados (as) para continuarem no futuro com ‘o negócio de família’, declararam ainda que essa atitude garante ‘um futuro melhor para eles (as)!’.

Alerta-nos Marin (2018) quanto ao cuidado sobre o enfrentamento do trabalho infantil, os pais agricultores familiares buscam garantir educação ao integrar seus filhos (as) nos processos de socialização, a fim de formar seus sucessores, uma vez que lhes são impostos por meio de dispositivos legais, critérios regulamentadores deste problema social. Observam Araújo e Ribeiro (2018) que existe revezamento no atendimento das bancas entre maridos e esposas, como também há participação dos filhos, a fim de aprenderem o ofício. Esse revezamento também foi observado entre os feirantes goianienses, considerando o fato dos casais terem por hábito esta divisão de tarefas: tomar conta do atendimento e ou cuidar do caixa, dinamizando o atendimento e minimizando gastos extras com contratação de funcionários, favorecendo maior retenção de renda.

Observou-se que nas feiras livres de Goiânia/GO, 36% dos feirantes têm dois filhos. Este baixo percentual pode se relacionar aos fatores influenciadores que impactam diretamente na taxa de membros por família, como: inclusão da mulher no mercado de trabalho; campanhas para uso de anticonceptivo ou alto custo de vida. Segundo estudos realizados pelo Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA/AGÊNCIA DE SAÚDE SEXUAL E REPRODUTIVA DA ONU, 2019), a fecundidade no Brasil sofreu acelerada queda nas últimas décadas, mantendo-se na média atual de 1,7 filhos por mulheres, porém seus índices são ainda maiores entre as mais pobres e negras, mostrando que as desigualdades entre educação e renda são muito impactantes.

Na pesquisa de Silva et al. (2014), famílias dos feirantes de São Pedro do Sul e Santo Augusto/RS são compostas por 3,59 pessoas. No trabalho de Dias et al. (2017), 45,24% das famílias dos feirantes de Januária/MG são formadas por duas pessoas, apesar de não ser relatado o número de filhos. Observam Gouveia et al. (2020) numa feira do município de Feira de Santana/BA, que em meio a barracas e tendas, existe um clima familiar; diferente dos outros comércios, ali encontram-se pais, avós e filhos que trabalham juntos; esse envolvimento familiar também foi observado nas feiras de Goiânia.

Durante a pesquisa de campo realizada nas feiras livres de Goiânia/GO, nos períodos matutino e noturno, foram entrevistados no total, 2.846 feirantes pertencentes às 116 feiras livres cadastradas pela Sedetec. Deste montante, 2.633 declararam-se feirantes comerciantes e avulsos (denominação aplicada aos participantes não cadastrados, frequentadores esporádicos das feiras), e apenas 213 se declararam feirantes agricultores familiares.

A Tabela 2, expressa resultados da distribuição das feiras livres nas diferentes regiões da cidade, porcentagem de feiras observadas, população por região descrita pelo IBGE (2010) e o número de Agricultores Familiares.

**Tabela 2.** Distribuição das feiras livres, porcentagem de feira em relação ao total da população por região e número de agricultores familiares encontrados nas diferentes regiões de Goiânia/GO, Brasil.

Região Administrativa de Goiânia/GO	Número de Feiras	Porcentagem de Feiras (%)	População por região (Habitantes)*	Número de Agricultores Familiares**
Norte	11	9,48	146.677	13
Central	28	24,13	221.464	56
Noroeste	15	12,93	164.283	28
Sul	9	7,75	221.925	47

Oeste	10	8,62	152.184	22
Leste	16	13,79	172.436	23
Sudoeste	27	23,27	223.027	24
TOTAL	116	100	1,301,996	213

**Fonte:** Banco de dados da autora - Pesquisa de Campo, 2019. \*Fonte: IBGE (2010). \*\* De um total 2.846 feirantes entrevistados.

Os resultados indicam que as regiões sudoeste e central de Goiânia apresentam maior número de feiras cadastradas sem repetição. Segundo Bernardes, Borges e Teixeira (2017), estas regiões reúnem os mais antigos e tradicionais bairros da capital, que pode ter relação com esse número o fato de haver contingente de famílias que trazem seus costumes e tradições. Os moradores dessas regiões guardam costumes, valores históricos e econômicos (CORREA, 2010). De acordo com dados do IBGE (CENSO, 2010), ambas as regiões possuem as maiores concentrações de habitantes com padrão social elevado, além de abrigarem pessoas das classes A e B, sendo possível também associar este fato ao maior número de feiras.

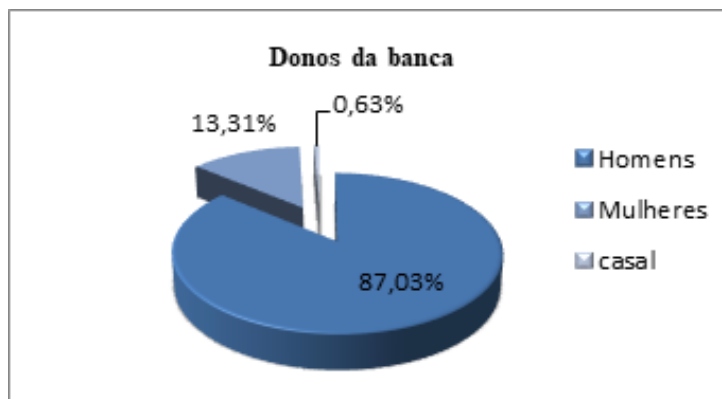
A Região Central é marcada por habitantes de padrão econômico vantajoso, com nível intelectual, recursos financeiros e culturais elevados. Segundo Moysés (2004), essas variáveis refletem diretamente na maior procura por alimentos nutritivos e frescos, o que favorece tanto os feirantes tradicionais, quanto a presença de agricultores familiares nas feiras livres. Constatou-se também na pesquisa de campo, que os feirantes goianienses, quando são agricultores familiares, vêm, em sua maioria, de propriedades localizadas na zona rural de Goiânia, seguidos por aqueles que vêm do meio rural dos municípios da região metropolitana, principalmente de Trindade e Nerópolis.

Um dos fatores que se relaciona ao menor número de feiras em determinados bairros de Goiânia/GO, possivelmente pode ser devido à presença das redes de supermercados, que oferecem grande variedade de produtos hortifrutigranjeiros, segurança, ambiente climatizado, estacionamento e preços especiais, atraindo assim diversos clientes. Segundo Ramos et al. (2019), os supermercados oferecem preços especiais pelos hortifrutigranjeiros. Outros fatores, como densidade populacional, favorecem o número de feiras por região, como ocorre na Região Sudoeste, que é indicada pela Associação Comercial, Industrial e de Serviços do Estado de Goiás (ACIEG, 2017), como novo vetor ou centralidade de desenvolvimento de Goiânia. Essa região localiza-se próxima à microrregiões/bairros consolidados e adensados, onde há inserção de empreendimentos com elevado padrão social, além de sua regularização ter ocorrido antes da região sul, o que possibilitou haver maior número de cadastramento das feiras livres nesta região.

Existe o predomínio masculino nas feiras goianienses como responsável pelo cadastro da banca, as estimativas foram expostas na Figura 1. Ao analisar o perfil dos feirantes de Januária/MG, Dias et al. (2017) identificaram predomínio feminino, onde 30,95% são homens e 69,05% são mulheres. O perfil dos feirantes de São Pedro do Sul/RS e Santo Augusto/RS, analisados por Silva et al. (2014), é de 72,7% e 27,3% formada por homens, e 14,3% e 85,7% por mulheres, respectivamente.



**Figura 1.** Estimativa de participantes como responsáveis pela banca, nas feiras livres de Goiânia/GO.



**Fonte:** Banco de dados da autora, pesquisa de campo (2019).

Como ocorre em Goiânia, no interior do Espírito Santo, no município de Alegre, Nascimento et al. (2017) observaram maioria masculina nas feiras livres. Possivelmente esta desigualdade de gênero se deve em parte ao pensamento androcêntrico cravado num processo histórico cultural das sociedades (GOMES et al., 2016), que fizeram e fazem muitas mulheres se curvarem como cúmplices dessa ideologia discriminatória (COTRIM et al., 2020). Muitas rompem barreiras das desigualdades e enfrentam o árduo mercado de trabalho, buscam flexibilidade para compatibilizar suas múltiplas jornadas e encontram ponto de equilíbrio nas feiras livres entre o trabalho profissional e familiar.

Constata-se existência de proximidade no tempo de feira entre ambos os grupos de feirantes goianienses. Conforme demonstrado na Tabela 3, a participação se dá independentemente do número de bancas ou quantidade de feiras cadastradas. A maioria (1.779) apresentou períodos acima de 50 (cinquenta) até 250 (duzentos e cinquenta) meses e 4,46% ultrapassam 450 meses. Esse resultado pode ter relação direta com a flexibilidade de indicarem prepostos para ocupar seus lugares nas feiras livres. Amparados pelo Decreto nº 2.835, Art. 24, Cap. III (PREFEITURA DE GOIÂNIA, 2014), efetivam processo sucessório dos responsáveis das bancas. Esse fato encontra correspondência na história de vida do filho de um feirante, que afirmou durante a pesquisa de campo: “continuamos com o negócio do pai!”.

**Tabela 3.** Distribuição do tempo de permanência dos feirantes comerciantes e agricultores familiares, nas feiras livres de Goiânia.

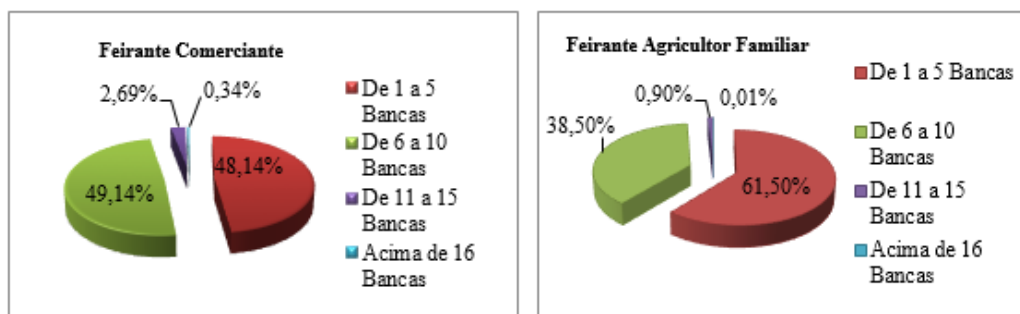
Tempo de feira (meses)	Tempo de feira, feirante comerciante (%)	Tempo de feira, feirante agricultor familiar (%)	Total Geral (%)
0 a 10	2,15	0,49	2,64
> 10 a 50	13,02	12,74	25,76
> 50 a 150	32,53	31,37	63,90
> 150 a 250	28,75	29,90	58,65
> 250 a 350	13,36	17,15	30,51
> 350 a 450	9,14	4,90	14,04
> 450	1,03	3,43	4,46

**Fonte:** Banco de dados da autora, Pesquisa de Campo (2019).

A *Amherst Farmers*, feira de *Massachusetts*/Estados Unidos da América (EUA), existe há mais de 40 anos. Segundo Kessler (2015), alguns feirantes participam há 7 anos e outros 16 anos ou mais. Essa variação de tempo está relacionada com alta taxa de desemprego, baixa escolaridade, presença de imigrantes e negros.

De acordo com Decreto nº 2.835, as autorizações para atividade de feirante nas Feiras livres goianienses ficam limitadas a 01 (uma) participação por dia da semana (PREFEITURA DE GOIÂNIA, 2014). Os dados apurados na pesquisa de campo (Figura 2 a e b) mostram variação no número de bancas distribuídas entre grupos pesquisados. A oscilação se relaciona com cadastramento feito por mais de um membro familiar, normalmente marido e mulher, o que possibilita participarem das feiras diurnas e noturnas ou com duas bancas no mesmo período, garantindo maior apoio/segurança e geração de renda familiar, impactando positivamente o orçamento familiar.

**Figura 2.** Gráfico a e b: Variações no número de bancas cadastradas por feirantes agricultores familiares e comerciantes, pela Prefeitura de Goiânia.



**Fonte:** Banco de dados da autora, pesquisa de campo (2019).

Estudos sobre mulheres em contextos rurais, segurança alimentar e nutricional, realizados em Francisco Beltrão/PR, apontaram que 90% delas trabalham duas vezes por semana na feira livre e 20% um dia por semana (LOLI; LIMA; SILOCHI, 2020). O perfil socioeconômico de mulheres que trabalham nas feiras livres no Estado de Alagoas, segundo Costa et al. (2020), varia numa frequência mensal. Sendo que 16% frequentam cinco vezes ou mais, 43% quatro vezes, 4% três vezes, 12% duas vezes e 25% uma vez ao mês.

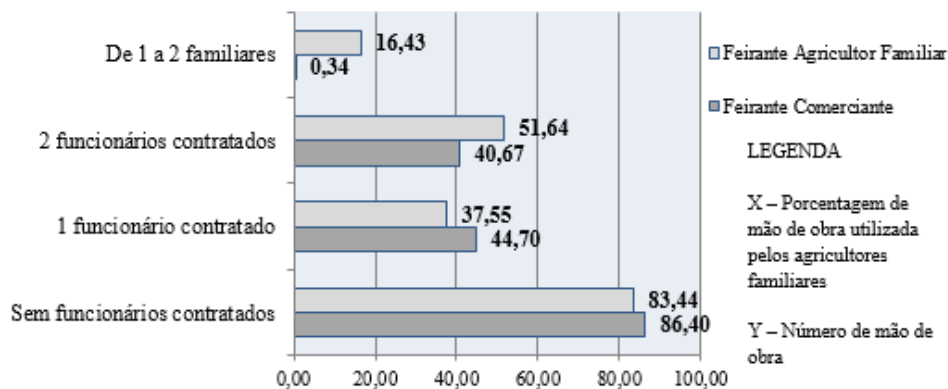
Relatos de feirantes durante a pesquisa realizada nas feiras livres goianienses sugerem que a variação do tempo de trabalho feminino relaciona-se com a maternidade, casamento, acúmulo de atividades, uso do tempo, dividindo-se entre trabalho formal e doméstico, enfrentamento dos preconceitos e conflitos, enquanto homens desempenham facilmente atividades produtivas em espaço público (KESSLER, 2015; LOLI; LIMA; SILOCHI, 2020; COSTA ET AL., 2020).

Ao caracterizar a produção agrícola e os feirantes agricultores familiares de São Lourenço do Sul/RS, Chuquillanque (2018) observou que a maioria participa tanto das atividades agrícolas na propriedade, quanto na feira com suas famílias. Em relação à mão de obra externa, somente 14,28% utilizam ajuda. De acordo com Sambuichi et al. (2014), são os próprios agricultores que montam e desmontam as barracas e mantêm hábitos adquiridos por seus antecessores, visto que ali trabalham pais, irmãos e ou primos.

Nesse contexto, destaca-se a acolhida do núcleo familiar que enfrenta, resiste e se adapta à modernização dos meios produtivos e outras dimensões do trabalho. Ressaltam-se peculiaridades dos agricultores familiares: se organizam nas feiras livres, se adequam como fazem feirantes comerciantes, buscam a manutenção da vida familiar, neste íterim afastam-se da formalização dos funcionários, que aceitos, prestam-lhes serviços como 'diaristas'. Fundamentam esta atitude numa relação direta com desemprego e dificuldade de inserção no mercado de trabalho formal, submetendo-se à informalidade.

A Figura 3 apresenta, em percentual, a mão de obra (funcionários contratados e ou familiares) utilizada para o desenvolvimento das atividades diárias nas bancas das feiras livres goianienses, com repetição.

**Figura 3.** Mão de obra utilizada nas atividades diárias das bancas ocorridas em feiras livres goianienses.



**Fonte:** Banco de dados da autora, pesquisa de campo (2019).

Os resultados da pesquisa de campo, nas feiras livres de Goiânia/GO, demonstram que a grande maioria dos feirantes não utiliza mão de obra de terceiros e trabalham com poucos membros familiares.

Nas feiras livres de Goiânia, encontram-se grande variedade de frutas, verduras, legumes (FLV) e hortaliças, além dos embutidos, defumados, carnes, doces, ovos, castanhas, farinhas, café, remédios artesanais e outros mais. É possível perceber o somatório dos produtos mais vendidos pelos dois grupos de feirantes. Conforme a estação do ano é possível encontrar nas feiras livres goianienses, espécies típicas do Cerrado ou do Brasil, além das espécies exóticas. Como exemplo de algumas espécies comercializadas acima mencionadas, encontramos: pequi, baru, araticum, cajá-manga, mangaba, castanha do Brasil, pinhão, kiwi, pitaya, carambola, lichia e physalis.

Em São Lourenço do Sul/RS, Chuquillanque (2018) verificou-se que os produtos com maior saída são: batata, cebola, feijão, batata doce, bolachas e abóbora. As feirantes do Estado de Alagoas, segundo Costa et al. (2020), comercializam variedades de produtos, de acordo com características e disponibilidade nas áreas produtivas. Mas Kessler (2015) demonstra que na *Amherst Farmers Market*, feira de *Massachusetts*, EUA, os produtos mais vendidos são vegetais (tomate, abóbora e cebolas) e frutas.

Segundo Balem; Alves (2020), nas feiras de agricultores familiares em Júlio de Castilhos e Tupanciretã/RS, havia grande variedade de produtos, sendo os mais comercializados: abóbora verde, moranga, hortaliças (alface, rúcula, radiche, mostarda, agrião, couve, etc.), tempero verde, pepino, batata doce, mandioca com casca, tomate, cenoura, beterraba, repolho e ovos. Os resultados dessa pesquisa indicam que os produtos adquiridos nas diferentes feiras relatadas seguem padrão básico com repetição de muitos produtos relatados em Goiânia e a inclusão de outros, demonstrando características regionais das feiras.

No entanto, o consumo de FLV no Brasil ainda é baixo, apesar de haver campanhas que incentivem o consumo de alimentos nutritivos e frescos. Contudo, fatores como renda e escolaridade ligam-se ao maior ou menor consumo, ao passo que a melhoria na qualidade de vida favorece busca por tais produtos. As feiras livres garantem soberania na segurança alimentar, consumir FLV em quantidade e qualidade satisfatórias depende do status socioeconômico dos bairros em que as feiras inserem-se, conforme mencionam Claro e Monteiro (2010).

Os resultados indicaram que a origem dos produtos hortifrutigranjeiros comercializados pelos dois grupos de feirantes goianienses estão distribuídos nas seguintes proporções: 39,17% compram nos distribuidores fora da Central de Abastecimento de Goiás (Ceasa GO); 30,14% na Ceasa GO; 16,67% diretamente de produtores rurais e 14,02% de outros fornecedores. O período que fazem as compras condiciona-se à perecibilidade do produto, podendo ocorrer na véspera ou dias anteriores à realização da feira. Os feirantes comerciantes e agricultores

familiares seguem rotinas de horário da chegada e saída nas feiras diurnas e noturnas. Nas feiras diurnas, eles iniciam entre 04:43 e 04:52 horas e encerram em torno das 13:00 horas. Já nas noturnas, os feirantes chegam entre 16:26 e 16:31 horas e saem entre 21:43 a 22:01 horas.

Durante pesquisa de campo nos mercados de Rua de Porto Alegre e São Paulo/Brasil e, nos *marchés* de Paris/França, Vedana (2013) observou que todos os feirantes parisienses saem de casa por volta das 05:00 horas, vão eles mesmos fazerem suas compras do dia, após adquiridos os produtos frescos e saudáveis, seguem para o mercado ou feira livre, onde montam suas bancas e as comercializam. Nas feiras brasileiras, a autora observou que a maioria dos feirantes adquirem produtos na véspera ou em dias anteriores, dado que se assemelha ao observado em Goiânia.

Outros fatores devem ser considerados na rotina em ambos os grupos de feirantes goianienses: muitos percorrerem longos caminhos entre suas casas ou das suas propriedades rurais até o local da feira. Chega antes do horário de funcionamento para estacionarem os veículos próximos de sua banca, como forma facilitadora entre a montagem, preparação dos produtos para exposição e desmontagem da banca; ampliam o tempo de 'asseio' (limpeza) da banca, para facilitar o acesso dos fregueses; se adequam à cultura e costume dos fregueses que frequentam feiras livres nas primeiras horas do dia, com o propósito de adquirirem FLV mais tenras. Destarte, estes fatores também são considerados influenciadores nos horários de chegada entre os dois grupos de feirantes.

Em observação espontânea, sobre locais de ocorrência das feiras livres de Goiânia/GO, percebeu-se que elas acontecem em ruas, avenidas, praças ou espaços cobertos. Segundo Fernandes Junior (2015) e Palmeira (2014), usualmente as feiras se adequam à poética urbana e seus contornos, elas se integram, acomodando-se entre alamedas, avenidas, ruas ou praças, que corriqueiramente assumem finalidade específica.

## Considerações Finais

Diante dos estudos realizados, foi possível investigar e certificar a existência de dois grupos de feirantes, um formado por homens e mulheres que vivem na cidade, adquirem produtos e os comercializam nas feiras livres de Goiânia/GO. Também foi possível constatar a real participação dos agricultores familiares nestas feiras livres, formados por homens e mulheres simples, vindos do campo para cidade, dispostos a comercializarem seus produtos. Eles vêm, em sua maioria, de propriedades localizadas na zona rural goianiense, ou do meio rural dos municípios da região metropolitana, principalmente: Trindade, Nerópolis, Guapó, Hidrolândia e Aparecida de Goiânia.

Instalados nas feiras, demonstram desenvoltura ao expor seus produtos, fazem questão de dizer que são eles mesmos quem os produzem. Negociam, fazem cálculos, trocam informações com consumidores e demais atores. Trazem consigo conhecimentos, cultura, tradições próprias que os caracterizam e os diferem dos demais, rompem barreiras e se inserem neste canal de mais fácil acesso, empoderam-se e são reconhecidos, garantem incremento na renda familiar, mantendo-a e promovendo direta e indiretamente o desenvolvimento no meio rural.

## Referências

ACIEG – Associação Comercial, Industrial e de Serviços do Estado de Goiás. **Região Sudoeste está na rota do crescimento imobiliário de Goiânia.** 2017. Disponível em: <https://www.acieg.com.br/noticias/624/regiao-sudoeste-esta-na-rota-do-crescimento-imobiliario>. Acesso em: 09 jun. 2020.

ARAÚJO, A. M.; RIBEIRO, E. M. Feiras e desenvolvimento: impactos de feiras livres do comércio urbano no Jequitinhonha. **Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento**, Curitiba, v. 7, n. 2, p. 300 - 327, 2018.

ARAÚJO, G. Aspectos sociais do cotidiano das feiras livres: um estudo etnográfico em território português e em solo brasileiro. Maringá Management. **Revista de Ciências Empresariais**, Ma-

ringá, v. 9, n. 2, p. 49 – 64, 2012.

AZEVEDO, P. F.; FAULIN, E. J. Comercialização na agricultura familiar. In: SOUZA FILHO, H. M.; M. O. **Gestão integrada da agricultura familiar**. São Carlos: Edufscar, 2005.

BALEM, T. A., ALVES, E. de O. A persistência das feiras de agricultores familiares em um cenário de “sojificação da sociedade”: elementos da realidade de Júlio de Castilhos e Tupanciretã/RS. **Economia e Desenvolvimento**, Santa Maria, v. 32, ed. esp., e2, p. 01 - 12, 2020.

BERNARDES, G. D.; BORGES, L. B.; TEIXEIRA, R. A. G. Repensando Goiânia da construção aos dias atuais. **Baru**, Goiânia, v. 3, n. 1, p. 4 - 24, 2017.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevista em ciências sociais. **Revista (Em Tese) Eletrônica dos Pós-Graduandos em sociologia Política da UFSC**. Florianópolis, v. 2, n 1, p. 68 – 80, 2005.

BRASIL. **Lei nº 11.326 de 24 de julho de 2006**. Brasília, DF, 2006. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm). Acesso em: 13 jun. 2020.

BRASIL. **INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR** – Idec. Disponível em: <http://idec.org.br>. Acesso em: 8 nov. 2019.

BRASIL. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE**. Município de Goiânia. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/painel>. Acesso em: 10 fev. 2020.

CORREA, E. A. Lugares centrais e lugares periféricos de Goiânia... **Geografia**, Londrina, v. 19, n. 2, 2010. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/geografia/>. Acesso em: 15 mar. 2020.

COSTA, J. H. de Q.; LIMA, J. R. B. de; SILVA, C. dos S.; ARAÚJO, R. G. V. de; SILVA, J. O. de L.; LIMA, A. K. X. de; SILVA, J. M. da; SANTOS, T. M. C. dos. Perfil socioeconômico de mulheres feirantes do Estado de Alagoas, Brasil: Liderança e empoderamento feminino camponês. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 6, n. 3, p. 14557-14578, 2020.

COSTA, M. R. da; SANTOS, D. M. dos. Feiras livres: dinâmicas espaciais e relações de consumo. **Geosaberes**, Fortaleza, v. 6, n. 3, p. 653 – 665, 2016.

COTRIM, L. R.; TEIXEIRA, M. O.; PRONI, M. W. Desigualdades de gênero no mercado de trabalho formal no Brasil. **Texto para Discussão: Unicamp**. IE, Campinas, n. 383, 2020.

CLARO, R. M.; MONTEIRO, C. A. Renda familiar, preço de alimentos e aquisição domiciliar de frutas e hortaliças no Brasil. **Revista Saúde Pública**. São Paulo, v. 44, n. 6, p.1014-20, 2010.

CHUQUILLANQUE, D. A.; PORTO, C. R. P.; STUMPF, M. T.; TRENTIN, G.; ROLON, A. S. Caracterização da produção agrícola e dos feirantes da agricultura familiar no município de São Lourenço do Sul-RS. **Geografia**, Rio Claro, v. 43, n. 2, p. 319-333, 2018.

DIAS, C. B. G.; PIMENTA, L. A.; MONT'ALVÃO, W. V.; QUEIROZ, T. G. de; QUEIROZ, T. G. Perfil dos comerciantes da feira livre do município de Januária, MG. In: XXI Encontro Latino Americano de Iniciação Científica, 2017, Januária - MG. **Anais...** Universidade do Vale do Paraíba, 2017.

DAROLT. M. R.; LAMINE, L.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, Rio de Janeiro, v. 10, n 2, p. 8 – 13, 2013.



FERNANDES JUNIOR, J. V. M. Da feira de Mangaio aos pequenos negócios da atualidade: as dimensões da plataforma e relacionamento em empresas de artigos do vestuário e acessórios no Alto Oeste Potiguar. **Cadernos de Inovação em Pequenos Negócios: Comércio**. Sebrae, CNPq, Brasília, v. 3, n. 3, p. 112 – 125, 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª Edição. São Paulo: Atlas, 2010. 184 p.

GONÇALVES, A. O.; ABDALA, M. C. Na banca do 'seu' Pedro é tudo mais gostoso: personalidade e sociabilidade na feira livre. **Ponto Urbe – Revista do Núcleo de Antropologia Urbana da USP**. São Paulo/SP, v. 12, n. 1, p. 1 – 14, 2013.

GOMEZ, M.; LUCENA, E. A. R. M. de, MANDARINO, A. C. de S.; GOMBERG, E. Empoderamento da mulher através de feiras agroecológicas na cidade de Ilhéus, Bahia/Brasil. **Fórum Sociológico**, Lisboa, Série II, v. 29, n. 29, p. 65 – 73, 2016.

GOUVEIA, D. P. M.; AMORIM, R. da C.; LIMA, M.; SANTOS, S. F. dos; VALE, P. R. L. F. do; ALMEIDA, A. M. de. **Revista Multidisciplinar do Centro de Estudos e Pesquisa - CESP do ISP - Jean Piaget de Benguela/Angola**. Práticas dos cuidados das avós feirantes para com os netos doentes em Feira de Santana - Brasil. n. 1, p. 89 – 102, fev. 2020. Disponível em: [https://www.piagetbenguela.org/images/Multidisciplinar/Artigos/8%20REVISTA\\_CESP\\_BGA\\_Texto%207.pdf](https://www.piagetbenguela.org/images/Multidisciplinar/Artigos/8%20REVISTA_CESP_BGA_Texto%207.pdf). Acesso em: 10 de maio 2020.

GÜNTHER, H. Como elaborar um questionário (série: **Planejamento de pesquisa nas Ciências Sociais**, nº 01). Brasília, DF: UNB, Laboratório de Psicologia Ambiental, 2003. Disponível em: <http://www.psi-ambiental.net/pdf/01Questionario.pdf>. Acesso em: 10 fev. de 2020.

HEREDIA, B. M. A.; CINTRA, R. Gênero e acesso a políticas públicas no meio rural brasileiro. **Revista NERA: Núcleo de Estudos, Pesquisas e Projetos de Reforma Agrária** (UNESP), Presidente Prudente, v. 9, n. 8, p. 1-28, 2006.

IBGE. **Projeções da população do Brasil e das Unidades da Federação**. Disponível em: [www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html?utm\\_source=portal&utm\\_medium=popclock&utm\\_campaign=novo\\_popclock](http://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html?utm_source=portal&utm_medium=popclock&utm_campaign=novo_popclock). Acesso em: 08 jul. 2020.

IPHAN. **Goiânia**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/361>. Acesso em: 08 jun. 2020.

KESSLER, C. S. Jardinando a comunidade: sobre feira e produtos orgânicos em Massachusetts, nos Estados Unidos. In: OLIVEIRA, S. S.; DUTRA, M. R. P.; ZAINI, M. C. C. **Somos todas mulheres iguais: estudos antropológicos sobre feira, gênero e campesinato**, São Paulo: Oikos, 2015. 118 p.

LOLI, D. A.; LIMA, R. de S.; SILOCHI, R. M. H. Q. Mulheres em Contextos Rurais e Segurança Alimentar e Nutricional. **Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, v. 27, n. 2, p. 1-13. 2020.

MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M. C. S. Feira livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 2, n. 4, p. 72 – 87, 2008.

MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**. 2004. Disponível em: <http://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/viewArticle/2061>. Acesso em: 10 fev. 2020.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª ed., São Pau-

lo: Atlas, 2003.

MARIN, J. O. B. Pronaf Jovem: as disjunções entre o ideal e o real. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 58, n. 2, 2020.

\_\_\_\_\_. Infância rural e trabalho infantil: concepções em contexto de mudanças. **Desidades** [online], Rio de Janeiro, n. 21, pp. 46 – 58, 2018.

MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MOREL, A. P.; REZENDE, L. T.; SETTE, R. de S. Negócio feira livre: Análise discussão sob a perspectiva do feirante. **Revista Extensão Rural**, Santa Maria, v. 22, n. 4, p. 43 – 57, 2015.

MOYSÉS, A. **Goiânia: metrópole não planejada**. Goiânia: Editora UCG, 2004.

NASCIMENTO, M. R.; JAEGGI, M. E. P. da C.; SALUCI, J. C. G.; GUIDINELLE, R. B.; ZACARIAS, A. J. Perfil dos Feirantes de Hortaliças do Município de Alegre – ES. **Cadernos de Agroecologia**, v. 11, n. 2, jan. 2017. Disponível em: <http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/21856>. Acesso em: 13 jun. 2020.

NETO, M. N. F.; CASTRO, J. L. de C.; QUEIROZ, A. M. G. de; NETO, R. G.; ALMEIDA, S. R. B. de. As causas da informalidade dos micros e pequenos empreendedores na perspectiva do profissional de contabilidade. **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, Pirassununga, v. 9, n. 9, p. 578-591, 2020.

ONU. **ONU mulheres apresenta agenda para acabar com desigualdade de gênero nas famílias**. Disponível em: [nacoesunidas.org/onu-mulheres-apresenta-agenda-para-acabar-com-desigualdade-de-genero-nas-familias/](https://nacoesunidas.org/onu-mulheres-apresenta-agenda-para-acabar-com-desigualdade-de-genero-nas-familias/). Acesso em: jul. 2020.

PALMEIRA, M. **Feira e mudança econômica**. Brasília: Vibrant, 2014.

PIERRI, M. C. Q., VALENTE, A. L. E. F. A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar. **Apresentação oral-Desenvolvimento rural, territorial e regional**. UNB, BRASÍLIA - DF – BRASIL, 2013.

PORTILHO, F.; CASTAÑEDA, M. Certificação de confiança face a face em feiras de produtos orgânicos. **Revista de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 58, n. 1, p. 11 – 21, 2011.

RAMBO, A. G.; POZZEBOM, L.; DENTZ, E. V. Circuitos curtos de comercialização e novos usos do território: considerações sobre o pnae e as feiras livres. **Revista Grifos**, n. 46, p. 9 – 26, 2019.

RAMOS, C. P. Mulheres rurais atuando no fortalecimento da agricultura familiar local. **Gênero**, Niterói, v. 15, n. 1, p. 29-48, 2014.

RAMOS, C. I.; GIGANTE, D. P.; BENDER, E. G.; VALÉRIO, I. D. Feiras livres de Pelotas/RS: uma análise sob a perspectiva da segurança alimentar e nutricional. **Ágora**, Santa Cruz do Sul, v. 21, n. 1, p. 55 – 65, 2019.

RIBEIRO, E. M.; ÂNGULO, J. L. G.; NORONHA, A. B.; CASTRO, B. S.; GALIZONI, F. M.; CALIXTO, J. S.; SILVESTRE, L. H. A feira e o trabalho rural no Alto do Jequitinhonha: um estudo de caso em turmalina, Minas Gerais. **Unimontes Científica**. Montes Claros, v. 5, n. 1, p. 1 – 20, 2003.

SALOMÃO, P. E. A.; NERY, I. P. & PEREIRA, J. M. Sustainability evaluation of livestock in rural properties in the municipality of Malacacheta. **Research, Society and Development**, Itabira, v.

9, n. 1, p. e152911858, 2020.

SAMBUICHI, R. H. R.; SILVA, A. P. M.; OLIVEIRA, M. A. C.; SAVIAN, M.; **Compras públicas sustentáveis e agricultura familiar: a experiência do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Políticas agroambientais e sustentabilidade: desafios, oportunidades e lições aprendidas.** Brasília, DF: IPEA, p. 75-104, 2014.

SILVA, G. P. da; PARIS, J. C.; SAMBORSKI, T.; DÖÖR, A. C. Perfil e percepções dos feirantes em relação à feira livre dos municípios de São Pedro do Sul (RS) e Santo Augusto /RS. **Revista do Centro de Ciências Naturais e Exatas- UFSM**, Santa Maria, v. 14, n. 2, p. 3203-3212, 2014.

SILVA, F. F. da; OLIVEIRA, R. M. de. É dia de Feira. In: OLIVEIRA, S. S.; DUTRA, M. R. P.; ZANINI, M. C. C. **Somos todas mulheres iguais: estudos antropológicos sobre feira, gênero e campesinato.** São Paulo: Oikos, 2015. 118 p.

SILVA, M. L. A. da; SILVA, G. S. da; VELOZO, C. de O.; SILVA, W. F. N.; CONCEIÇÃO; G. M. da. Comercialização de frutos e subprodutos na feira livre da BR-316 sentido Caxias/MA a Timon/MA, Brasil. **Agrarian Academy**, Centro Científico Conhecer - Goiânia, v. 3, n. 6, p. 137 – 149, 2016.

SILVEIRA, L. S.; LEÃO, N. S. O impacto da segregação ocupacional por gênero e raça na desigualdade de renda no Brasil em três décadas (1986 – 2015). **RELAP: Revista Latinoamericana de Población**, Morelos (México), v. 14, n. 27, p. 41 – 76, 2020.

SOUZA, B. da S.; SANTOS, C. J. S.; SILVA, E. F. da.; SILVA, E. D. G. T. da.; SANTOS, K. T.; SILVA, M. P. da.; SANTOS, R. A. dos. Feira livre de Rio Largo/AL, Brasil: origem, tradição e rupturas. **Diversitas Journal**, Santana do Ipanema/AL v. 5, n. 1, p: 1007-1028, 2020.

UENO, V. A.; FAGUNDES, G. G.; HABIB, M. Análise comparativa entre feiras orgânicas e convencionais, no município de Campinas (SP). **Cadernos de Agroecologia**, [S. l.], v. 10, n. 3, Mai. 2016. ISSN 2236-7934. Disponível em: <http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/19848>. Acesso em: 2 jun. 2020.

VEDANA, V. Fazer feira e ser feirante: a construção cotidiana do trabalho em mercados de rua no contexto urbano. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 19, n. 39, p. 41-68, 2013.

WILKINSON, J. Cadeias produtivas para agricultura familiar. Lavras. **Revista de Administração**, Lavras, v. 1, n. 1, p. 34 – 41, 1999.

Recebido em 26 de novembro de 2020.

Aceito em 25 de agosto de 2021.