



## “Banca do Queijeiro”: a origem, os comerciantes e a comercialização dos produtos lácteos nas feiras livres de Goiânia-GO<sup>1</sup>

### Charla Basílio Schinaider Segundo

Bacharela em Agronegócio (Universidade Federal de Viçosa – UFV), Mestre em Agronegócio (Universidade Federal de Goiás – UFG).

E-mail: charlaschinaider@gmail.com

### Fabiana Thomé da Cruz

Programa de Pós-Graduação em Agronegócio (Universidade Federal de Goiás – UFG) e Programação de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural (Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS).

E-mail: fabianathome@ufg.br

### Lara Bueno Coelho

Técnica administrativa em educação, Instituto Federal Goiano, Engenheira de Alimentos (Universidade Federal de Goiás – UFG) e doutoranda em Agronegócio (Universidade Federal de Goiás – UFG).

E-mail: lara.coelho@ifgoiano.edu.br

### Graciella Corcioli

Programa de Pós-Graduação em Agronegócio (Universidade Federal de Goiás – UFG).

E-mail: graciellacorcioli@ufg.br

**Resumo:** Buscando identificar como ocorre a comercialização de produtos lácteos nas feiras livres de Goiânia, os atores responsáveis pela venda desses produtos foram entrevistados, foi aplicado um questionário a todos os feirantes de produtos lácteos de todas as feiras operantes em Goiânia, segundo lista concedida pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Ciência e Tecnologia (SEDETEC). Foi observado que a participação dos produtores que comercializam lácteos nas feiras é baixa se comparada com a comercialização realizada por atravessadores e que, entre os produtores, a agricultura familiar possui pouca autonomia para realizar as vendas de forma direta, sem a presença de intermediários.

**Palavras-chaves:** Agricultura familiar. Produção de alimentos. Segurança alimentar.

---

<sup>1</sup> Pesquisa realizada com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES - Código de Financiamento 001).

**Abstract:** Seeking to identify how the commercialization of dairy products occurs in the free fairs of Goiânia, the actors responsible for the sale of these products were interviewed, a questionnaire was applied to all the dairy products merchants of all the fairs operating in Goiânia, according to the list provided by the Municipal Secretariat of Economic Development, Work, Science and Technology (SEDETEC). It was observed that the participation of producers who sell dairy products at fairs is low compared to sales carried out by middlemen and that, among producers, family farming has little autonomy to carry out sales directly, without the presence of intermediaries.

**Keywords:** Family farm. Food production. Food security.

## 1. INTRODUÇÃO

Para Mior (2005) as agroindústrias familiares rurais correspondem a uma forma e a uma lógica de funcionamento da agricultura familiar que produz e processa parte de sua produção para o mercado, atividade voltada principalmente para o abastecimento alimentar próprio. Já a comercialização dos produtos excedentes e a inserção dos produtores(as) familiares no mercado, segundo Ploeg (1992), podem ser entendidas como um processo que pode aprimorar bases produtivas familiares e fortalecer as estratégias de reprodução das famílias rurais enquanto unidades sociais. Assim, como argumenta Schneider (2016), os mercados fazem parte da produção e reprodução das atividades socioeconômicas dessas famílias, ao passo que estas influenciam em seus modos de vida, cultura e valores.

Nesse sentido, a venda dos produtos da agricultura familiar, se dá, segundo Gazolla (2017), através canais curtos de comercialização ou as vendas diretas que são, em sua maioria, os mais utilizados para vendas no caso da distribuição de alimentos por agroindústrias familiares. Uma das explicações deste arranjo de vendas é a legislação voltada ao processamento de alimentos, que apesar de avanços que contribuem para a formalização da produção não permite que grande maioria dos empreendimentos familiares seja regularizado (CRUZ, 2012; 2020), de modo que número expressivo ainda permanece às margens da legislação agroalimentar (GAZOLLA, 2017). Este movimento é reforçado pela capacidade de produtores(as) escoar seus produtos diretamente para os consumidores a partir do desenvolvimento de relações de proximidade, confiança, reconhecimento e fidelidade entre os atores (GAZOLLA, 2017). As feiras livres possuem as características desses

mercados de venda direta e contribuem massivamente nesse processo de criar e manter relações, podendo ser entendidas como sistemas locais de comercialização de dinâmica *sui generis* que cumpre papel crucial no abastecimento urbano e que viabiliza o exercício da agricultura familiar regional (RADÜNZ; RADUNZ, 2017). Assim, a escassez de estudos que possibilitem entender a magnitude e o alcance do setor de processamento de alimentos das famílias agricultoras pode ser interpretada, segundo Cruz (2020), como um indicativo da invisibilidade desse setor e das respectivas configurações dos canais de comercialização acessados pelos(as) agricultores(as) familiares.

Especificamente no estado de Goiás, segundo dados do Censo Agropecuário de 2017, a agricultura familiar representa 72% do número de estabelecimentos agropecuários que venderam leite cru em 2017, sendo responsável por 53% da quantidade total da produção de leite (IBGE, 2017). Desta quantidade produzida, a parte não comercializada perfaz mais de 161 mil litros de leite cru. Pode-se inferir, a partir da diferença entre a quantidade produzida e a quantidade comercializada de leite no estado, que este excedente não vendido é utilizado de alguma forma pelas famílias produtoras. Essa diferença, ou seja, cerca de 161 mil litros de leite cru pode estar sendo utilizada para a elaboração de produtos lácteos pela agricultura familiar, que incorporam uma série de benefícios para os produtores(as), como segurança alimentar e nutricional e renda extra, além da construção de mercados e canais de comercialização, estimulados pela crescente dinâmica de valorização de alimentos locais, artesanais, tradicionais, caseiros, entre outros tantos adjetivos que apontam para a valorização da origem dos alimentos (CRUZ, 2012).

Portanto, ao se considerar a realidade do processamento de alimentos pela agricultura familiar e a ampla informalidade presente no setor, além de se discutir as normas vigentes, buscando possibilitar de legalização de número maior de agroindústrias, são necessárias análises que foquem nas formas pelas quais estes(as) produtores(as) acessam os mercados, comercializam sua produção e como incorporam os benefícios desta comercialização na reprodução da atividade de produção e processamento (CRUZ, 2020; MIRANDA et al., 2021; SCHNEIDER, 2016). Neste contexto, segundo Brasil (2019), surge uma

nova etapa de pesquisas sobre desenvolvimento rural que discutem as relações da agricultura familiar e as estratégias de inserção social e econômica dos agricultores nos mercados, que constituem aspectos pouco estudados e conhecidos.

Por esta razão, desenvolver análises de mercados acessados pela agricultura familiar em relação aos produtos lácteos, atividade tradicional goiana (LIMA JR. et al., 2019), podem revelar que esses mercados estão operando na direção de trazer maior autonomia aos(as) agricultores(as), construindo formas de produção e distribuição distintas do modelo convencional (SCHNEIDER; GAZOLLA, 2017), criando sinergias para sua própria sobrevivência enquanto mercado. O objetivo deste trabalho foi identificar como ocorre a comercialização de produtos lácteos nas feiras livres de Goiânia, identificando, especificamente, os atores responsáveis pela venda dos produtos, procurando evidenciar a participação da agricultura familiar na composição alimentar dos goianienses em relação a leite e derivados.

As questões a serem abordadas no estudo se restringiram a Goiás, estado onde, em suas distintas regiões, com maior ou menor intensidade, a agricultura familiar tem sido responsável por parcela importante da produção de alimentos e, de modo especial, pela produção de leite. Mais especificamente, o estudo foi delimitado às feiras livres de Goiânia, buscando prospectar a diversidade de alimentos lácteos processados pela agricultura familiar comercializados na cidade e, de modo especial, identificar e analisar por quem e como ocorre comercialização desses produtos lácteos.

O artigo está dividido em três seções, além da introdução. Na primeira seção, serão discutidos aspectos das relações entre a agricultura familiar, as feiras e as cadeias curtas de comercialização. Na segunda seção, são tratados os aspectos metodológicos que formalizaram a aplicação dos questionários e geração de dados. Estes dados são discutidos na terceira seção, que foi subdividida em três seções para facilitar a compreensão dos dados referentes aos produtores(as) de lácteos e aos atravessadores dos produtos. Por último, nas considerações finais, foi verificado que, apesar de agricultura familiar produtora de lácteos nas feiras livres de Goiânia representar menor número, a produção é em maior parte, produzida no estado e merece destaque nos debates que envolvem a produção e

distribuição de alimentos para que ações de fortalecimento possam levar em consideração as características da produção da agricultura familiar.

## 2. A AGRICULTURA FAMILIAR E AS FEIRAS LIVRES COMO CANAIS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Nos últimos anos, foi possível observar no âmbito das ciências sociais um grande e valioso conjunto de análises relacionados aos alimentos e à alimentação, vistas ao modo de produção, distribuição e consumos de alimentos, que, para além da academia, contribuem para a formulação de políticas públicas (CASSOL, 2021).

Assim surgiram discussões que envolvem o acesso a mercados e à comercialização de alimentos que se opõem às dinâmicas convencionais dos mercados globalizados essencialmente voltados à lógica marxista e keynesiana. Segundo Schneider e Gazolla (2017),  
Enquanto a análise das cadeias curtas de valor focaliza o processo de interação dos produtores com os consumidores, explorando as novas formas de gestão e a inovação dos produtos, o enfoque nas redes alimentares discute aspectos relacionados ao consumo como um ato político, explorando o potencial alternativo destas experiências, em face do modelo agroalimentar dominante. (SCHNEIDER; GAZOLLA, 2017, p. 14)

Essas discussões giram em torno das cadeias curtas e redes agroalimentares a partir da formulação da noção de *quality turn* ou “virada da qualidade” descritas principalmente por Goodman (2003), onde os estudos relacionados aos alimentos são direcionados à qualidade, aos consumidores e preferências ao invés apenas da oferta de alimentos, e como as cadeias agroalimentares poderiam contribuir para o desenvolvimento rural (CASSOL, 2021; SCHNEIDER; GAZOLLA, 2017; VERANO; FIGUEIREDO; MEDINA, 2021).

Segundo Ploeg (2014), Ploeg, Jingzhong e Schneider (2012), Schneider (2016) e Schneider e Gazolla (2017) as cadeias curtas e redes agroalimentares são dinâmicas de

comercialização que evidenciam níveis de proximidade entre produtores(as) e consumidores(as) que vão além de aspectos espaciais e que podem facilitar as relações e os propósitos de cada ator. Nesse sentido, vender ou comprar não se dá apenas por uma simples troca monetária, se torna um ato social que carrega relações de intimidade, confiança, respeito, reconhecimento e valorização. Os estudos em torno dessas cadeias são crescentes, principalmente na Europa e servem para descrever fenômenos que ocorrem em todo o mundo e no Brasil.

Entretanto é possível dizer que há duas décadas já se falava em cadeias agroalimentares curtas no Brasil, sem referência ao termo. Aqui, essa discussão foi intensificada a partir da década de 1990 quando começaram a ser desenvolvidos e publicados artigos sobre a dinâmica doméstica de produção e comercialização de alimentos (SCHNEIDER; GAZOLLA, 2017). No que se refere aos estudos que relacionam agricultura familiar e as cadeias curtas, o debate se inicia por noção de uma necessidade em inserir esses produtores(as) nos mercados, o que em seguida foi convertido para a construção social dos mercados e em cadeias curtas de comercialização, noções que seriam mais compatíveis com as atividades desenvolvidas pelas famílias rurais no campo (PLOEG; JINGZHONG; SCHNEIDER, 2012; SCHNEIDER, 2016; SCHNEIDER; GAZOLLA, 2017).

Alguns autores definem que as cadeias curtas podem ser divididas em três níveis: a venda direta, onde reside as relações interpessoais; a proximidade espacial, que inclui o que é produzido e distribuído em uma região reconhecida; e o nível espacialmente estendido, onde a confiança é transmitida por garantia da qualidade dos produtos (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017). Já Schneider (2016) desenvolve uma tipologia de acesso aos mercados pela agricultura familiar, que engloba formas de interação que se direcionam à autonomia e dependência dos agricultores familiares nesses mercados. A primeira forma é definida como mercado de proximidade, onde residem a confiança e a amizade entre produtor e consumidor e é caracterizado pela venda direta, sem intermediários e ocorre em feiras, em vendas “na porta” da propriedade e entregas diretas. A segunda forma é o mercado local ou territorial, onde a reputação se alia à confiança de procedência dos produtos, ocorrendo em

feiras livres, redes de venda, lojas especializadas, restaurantes e associações de vendas. Em seguida, os mercados convencionais, onde o espaço ou *locus* não é mais definido, as relações se dão via contratos e preços e há presença marcante de atravessadores e outros atores que integram sua produção, como cooperativas, agroindústrias e empresas privadas. O último nível se caracteriza pelos mercados públicos e institucionais, que podem ser criados a partir de políticas públicas como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de alimentos (PAA), políticas estas, vale ressaltar, são vitais para a criação de canais de comercialização, para a consolidação de mercados, promove a diversificação produtiva e promove a segurança alimentar e nutricional de produtores(as) e consumidores(as) (SEGUNDO et al., 2022).

As feiras livres estão englobadas nas definições e características dos mercados de venda direta dos canais curtos de comercialização, já que os produtos comercializados nesses espaços têm, historicamente, origem na agricultura familiar, formando circuitos interação social (RAMÍREZ; SOUSA; LÓPEZ, 2020) que possibilitam ao produtor estabelecer relações com os consumidores e estes, com os alimentos. Gazolla (2017), ao demonstrar as dinâmicas dos canais de comercialização construídos pelas agroindústrias rurais a partir dos dados do IBGE de 2006, mostra que mais de 50% são representados pelas cadeias curtas de venda direta, como as feiras.

Esses mercados, também chamados de mercados tradicionais, foram amplamente pesquisados pela sociologia rural entre as décadas de 1960 e 1980 no Brasil (CASSOL, 2021). O registro mais antigo da ocorrência das feiras livres no país é de 1687, no estado de São Paulo e se multiplicaram pelo país, se consolidando e ganhando importância no abastecimento alimentar de centros urbanos (CRUZ et al., 2020), menores ou maiores: “quanto mais importante for a cidade, em termos de centralidade, maior será a importância absoluta de sua feira” (CORRÊA, 2001, p. 67).

Em trabalho realizado por Verano, Figueiredo e Medina (2021) buscando identificar em que medida as feiras representam uma alternativa de inserção comercial para agricultores familiares nas feiras municipais de Goiás, observou que 88% dos municípios do

estado possuem feiras regulares, cerca de 42% das bancas são de agricultores familiares, que estão presentes em pelo menos 67% dos municípios goianos. Foi verificado também que, dos produtos encontrados nas feiras, 40% são alimentos processados, incluindo derivados de leite. Outro dado relevante encontrado pelos autores revela que em 66% das feiras os atravessadores estão presentes, inclusive revendendo produtos provenientes da agricultura familiar.

Apesar de todos os tipos de comerciantes estarem presentes nas feiras, estas podem contribuir no fortalecimento das cadeias curtas, dos circuitos regionais e das redes agroalimentares alternativas, levando à geração de diferentes análises referentes à produção e comercialização (VERANO; FIGUEIREDO; MEDINA, 2021). O presente estudo se encaixa nesta direção ao procurar identificar os feirantes de produtos lácteos especificamente nas feiras livres de Goiânia e a participação da agricultura familiar na comercialização de produtos lácteos habituais da alimentação. Na seção a seguir, são descritos os procedimentos metodológicos utilizados na análise.

### 3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo é de natureza aplicada, pois procura “aplicação imediata numa realidade circunstancial” (GIL, 2008, p, 27). O enfoque é principalmente qualitativo, embora contemple também dados quantitativos (CRESWELL; CLARK, 2013). Quanto aos dados qualitativos e quantitativos, a geração de dados foi desenvolvida em toda as feiras livres da cidade de Goiânia, no período de junho a novembro de 2022.

Procurando responder ao objetivo deste estudo de identificar como se dá comercialização produtos lácteos pela agricultura familiar das feiras de Goiânia, foi construído um questionário voltado a identificar quais feirantes são agricultores familiares e quais são apenas intermediários dos produtos. O questionário buscou identificar também o número aproximado de bancas das feiras, a região de origem dos produtos comprados, tanto por produtores(as) quanto por atravessadores e se esses produtos poderiam ser considerados, pelos entrevistados, como provenientes da agricultura familiar.



Os informantes para os questionários foram localizados nas feiras livres de Goiânia. Para localizar as feiras, foi solicitado à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Ciência e Tecnologia (SEDETEC) e à Gerência de Gestão de Feiras Livres a disponibilização da listagem atualizada de todas as feiras reconhecidas pela prefeitura de Goiânia. A partir desta lista, todas as 105 feiras que ainda operam foram visitadas, aplicando o questionário aos feirantes que dispusesse de qualquer produto lácteo, seja queijos, manteigas, doces de leite e outros. Para esta fase, contou-se com a participação de alunos de graduação e de pós-graduação para a aplicação dos questionários cada um atendendo às regiões de Goiânia.

O questionário foi construído e aplicado via *Google Forms*, plataforma online que permite a personalização de formulários/questionários. Ao fim da etapa de visitação das feiras, onde o questionário foi aplicado pessoalmente com os feirantes, os dados foram tabulados em uma planilha em *Excel*. Estes dados foram organizados e analisados, gerando informações que compuseram um panorama da comercialização de produtos lácteos nas feiras de Goiânia.

Além dos dados gerados pelos questionários e das informações extraídas da revisão de literatura, foram também considerados dados secundários, principalmente dos oriundos das pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e dados do Censo Agropecuário de 2017 e do Diagnóstico da Cadeia Láctea do Estado de Goiás de 2019, elaborado pelo Sistema FAEG/SENAR/IFAG/SINDICATOS RURAIS. Esses dados serão sistematizados e analisados na seção a seguir, de modo a contribuir com a caracterização da produção e comercialização de produtos lácteos pela agricultura familiar em Goiânia.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Apesar de a pecuária leiteira estar presente em todos os municípios goianos (CASTRO et al., 2014), segundo dados do Diagnóstico da Cadeia Láctea do Estado de Goiás (LIMA JR. et al., 2019), que entrevistou 568 produtores de leite em todo o estado de Goiás, cerca de 9,3% da produção de leite ocorre na mesorregião metropolitana. Destes, 5,4% alcançam até

200 litros de leite por dia, caracterizando a pequena produção no entorno de Goiânia. Em todo o estado, 51% dos entrevistados afirmaram que produzem leite há mais de 20 anos, principalmente pela renda (56%) e pela tradição familiar na pecuária leiteira (13%). Complementarmente, os dados do Censo Agropecuário do IBGE indicam que 69% dos estabelecimentos que produziram leite no estado são de agricultores(as) familiares, responsável por cerca de 53% de todo o leite produzido em Goiás (IBGE, 2017).

Nas idas e vindas às feiras de Goiânia, assim como observado por Menezes (2021), é possível ver a resistência para a perpetuação das feiras, a ressignificação das demandas e valores atribuídos aos produtos e às relações entre feirantes e consumidores, criando e fortalecendo um emaranhado social, econômico, cultural e afetivo entre as pessoas. É possível observar também, assim como Nóbregue e Ferreira (2021), um clima amigável e contagiante entre o feirante e o consumidor, que raramente recebe o cliente com irritação ou mal humor. Nas feiras de Goiânia, das menores às maiores, é grande o fluxo de consumidores, que vão às compras de diversos produtos, desde verduras, frutas, legumes e grãos até itens como plantas, utensílios de cozinha e roupas. Nas visitas às feiras para aplicação dos questionários, foi possível observar todos os tipos de consumidores, desde aqueles que vão especificamente às compras de alimentos até aqueles que vão à procura de lazer, passeio e para lanchar biscoitos fritos, pasteis e caldos. As feiras acontecem todos os dias da semana, tendo em média 17 feiras acontecendo na capital, nos períodos noturno ou matutino.

Para compreender a circulação de produtos lácteos nas feiras de Goiânia, nas análises a seguir serão adotados os seguintes adjetivos para definir os atores envolvidos na comercialização de leite e derivados: *produtor* é o fabricante do produto lácteo, independentemente se este se considera agricultor familiar ou não; o *atravessador* é o intermediário que obtém seus produtos comprando-os de produtores ou de outros atravessadores.

A partir da visitação das feiras de Goiânia, onde foram aplicados questionários para identificar produtores(as) familiares e a origem dos produtos lácteos comercializados nestas

feiras, foi constatada as características gerais, apresentadas na tabela 1.

**Tabela 1** – Características gerais das feiras livres de Goiânia-GO

	Média	Moda	Mediana	Total
Número de feiras	-	-	-	105
Número aproximado de bancas geral	54,2	50	45,5	5750
Feiras que possuem feirantes de lácteos	-	-	-	98
Feirantes de produtos lácteos por feira	3,51	2	3	358
Número aproximado de bancas	56,8	50	50	5620
Feiras que não possuem feirantes de lácteos	-	-	-	7
Número aproximado de bancas	18,6	11	16	130

**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

A listagem de feiras concedida pela SEDECTEC indica um total de 121 feiras. Porém, durante a visita às feiras, verificou-se algumas inconsistências em relação à localização das feiras, alguns endereços estavam duplicados e se tratavam, na realidade, de apenas uma feira, e outras, deixaram de existir. Segundo os moradores das proximidades destes locais, as feiras não voltaram a funcionar após a flexibilização de medidas de prevenção à pandemia de COVID-19, restando então 105 feiras ainda operantes na cidade. Alguns moradores afirmaram que as feiras usualmente eram maiores e com mais opções de produtos, mas pontuaram que elas não conseguiram se reestabelecer após a suspensão de medidas restritivas relacionadas à COVID-19 e consequente a reabertura das atividades. Essa informação corresponde com o que Rocha et al. (2022) concluiu ao analisar a comercialização de produtos da agricultura familiar na região metropolitana de Belém, Pará, onde a pandemia atenuou problemas e dificuldades sociais e estruturais já enfrentadas pelos agricultores ao comercializar nas feiras. Apesar disso, a média de bancas por feira é de 54,2, sendo que metade do total está abaixo de 45,5 bancas.

Do total de feiras, sete não possuíam feirantes lácteos e geralmente eram feiras menores, tendo em média 18,6 bancas. A maioria das feiras, porém, possui feirantes que comercializam algum produto lácteo, estando presentes em feiras menores (mínimo de onze bancas) e nas maiores (máximo 236 bancas), tendo em média com 56,8 bancas. Nestas feiras, o número médio de feirantes lácteos é de 3,51.

Foram entrevistados 185 feirantes, dos quais 22 não tiveram interesse em responder.

Do restante, 39 se consideram agricultores familiares, 120 se configuravam como atravessadores, já que diziam apenas comprar produtos de terceiros para revendê-los nas feiras e quatro afirmaram que compram e fabricam os produtos que vendem. Esses dados podem ser visualizados na Tabela 2. Na maior parte das vezes, o proprietário foi o entrevistado, quando o proprietário da banca não estava presente ou não realizava as vendas, o questionário foi aplicado ao colaborador.

**Tabela 2** – Número de entrevistados, de produtores(as) familiares e atravessadores das feiras livres de Goiânia

Entrevistados	185	Porcentagem do total de entrevistados
Não quiseram responder	22	
Produtores(as)	39	24%
Colaboradores	4	2%
Proprietário	35	21%
Fabricam e compram	4	2%
Atravessadores	120	74%
Colaboradores	19	12%
Proprietário	101	62%

**Fonte:** Elaborado pelas autoras com dados da pesquisa.

Essas informações descrevem o que Schneider (2016) define como um dos tipos de mercado onde os agricultores familiares se inserem, o mercado local ou territorial. Além das características dos mercados de proximidade<sup>2</sup>, esta configuração se caracteriza pela presença de um intermediário ou atravessador, que também se beneficia de valores como reputação e confiança como mecanismos para manter seu poder de venda.

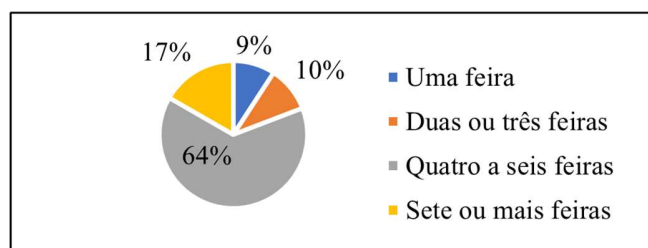
---

<sup>2</sup> Segundo Schneider (2016) os mercados de proximidade são caracterizados por trocas interpessoais, relações baseadas em reciprocidade e valorização de origem e qualidade dos produtos, onde as trocas buscam ser realizadas da forma mais direta possível. Estes mercados são ditos pelo autor como socialmente construídos, imersos em relações sociais.

#### 4.1 a comercialização de produtos lácteos por atravessadores nas feiras livres de Goiânia

Como visto anteriormente, os atravessadores são maioria nas feiras livres de Goiânia, em se tratando da venda de produtos lácteos e estão mais presentes em feiras, como pode ser observado na Figura 1, que indica que 64% fazem de quatro a seis feiras por semana na cidade.

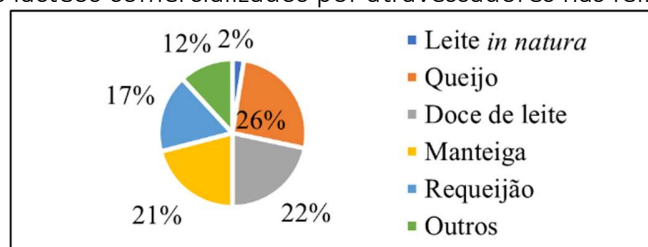
**Figura 1** – Feiras semanais feitas pelos atravessadores de produtos lácteos nas feiras livres de Goiânia.



**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

Em relação aos produtos lácteos, a maioria dos atravessadores comercializam queijos, doce de leite, manteiga e requeijão. Apenas 2% comercializam leite *in natura*, devido à perecibilidade do produto e dificuldades para a obtenção do produto.

**Figura 2** – Produtos lácteos comercializados por atravessadores nas feiras livres de Goiânia.



**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

**Tabela 3** – Origem dos produtos comprados pelos atravessadores.

Forma de obtenção dos produtos	Quantidade de feirantes	Percentual
Compram direto do produtor(a)	83	69%
Forma de obtenção dos produtos	Quantidade de feirantes	Percentual
Compram de outros atravessadores	18	15%
Parte de produtor(as) e parte de atravessadores	19	16%
TOTAL	120	100%

**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

Dos produtos comprados diretamente de produtores, 64 afirmaram que é de origem do próprio estado de Goiás, advindos de 32 cidades, descritas na Tabela 4 abaixo. Destes produtos, segundo os entrevistados, a maioria dos produtos comprados diretamente de produtores podem ser considerados advindos de produtores familiares.

**Tabela 4** – Municípios goianos de origem dos produtos lácteos vendidos por atravessadores nas feiras livres de Goiânia, obtidos diretamente de produtores(as).

Municípios de Goiás	Quantidade de atravessadores que compram produtos direto do produtor(a)
Aragoiânia	33
Trindade	18
Caturai	16
Nerópolis	11
Bonfinópolis	11
Hidrolina	5
Caldazinha	5
Hidrolândia	3
Inhumas	3
Rio Verde	3
Nova Veneza	3
Cromínia	3
Goiânia	2
Santa Terezinha	2
Abadia de Goiás	2
Santa Helena	2
Piracanjuba	2
Guapó	2
Catalão	2
Nova Fátima	1
Vianópolis	1
São Francisco	1
Avelinópolis	1
Campestre	1
Caiapônia	1
Goianira	1
Bela Vista de Goiás	1
Pontalina	1
Caçu	1
Tomabas	1
Caldas Novas	1
Não sabe dizer	4
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>

**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

Não foi incluído no questionário se os produtos que têm origem fora do estado de Goiás são ou não agricultores familiares. Tal decisão se deu pelo interesse principal em verificar a participação da produção de origem familiar no estado de Goiás.

É possível observar que a maioria dos produtos é comprada no próprio estado (Figura 3) ou em Minas Gerais. Podemos presumir, dessa informação, que este fato se dá pela proximidade e pelo reconhecimento dos queijos mineiros.

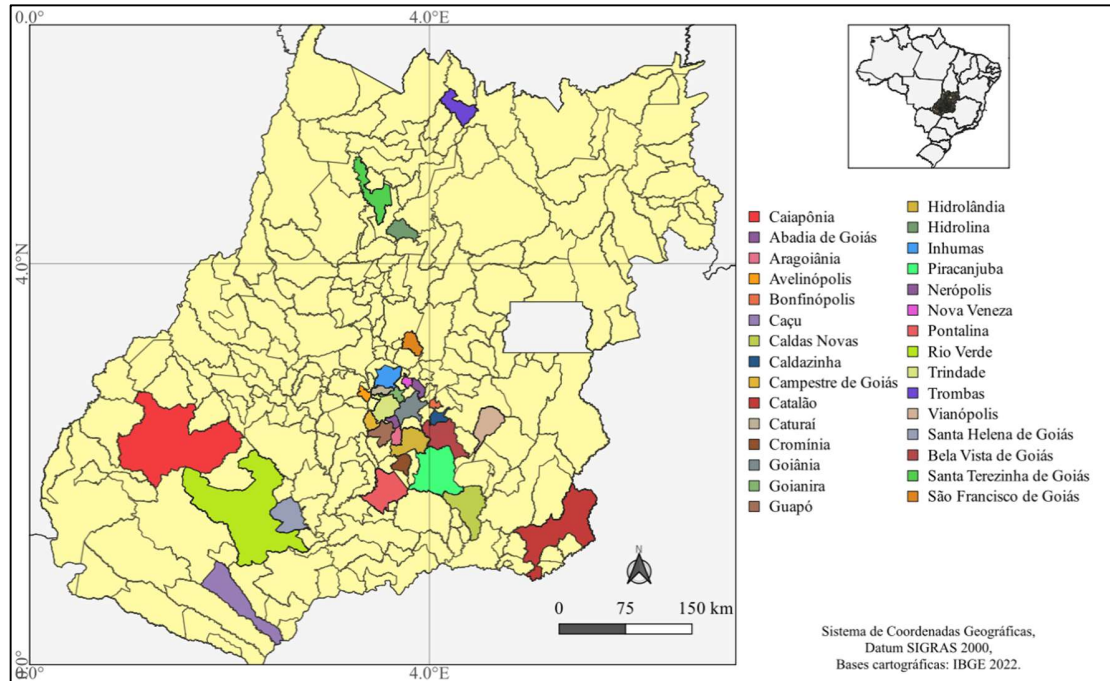
Foi questionado aos feirantes a origem dos produtos comprados de outros atravessadores e se estes também poderiam ser considerados produtos da agricultura familiar, quando possível ter esta informação. Estes produtos também possuem origem dentro e fora do estado de Goiás, de diversas cidades, descritas na Tabela 5.

**Tabela 5** – Municípios goianos de origem dos produtos lácteos vendidos por atravessadores nas feiras livres de Goiânia, comprados de outros atravessadores.

Municípios de Goiás	Quantidade de atravessadores que compram de outros atravessadores
Bonfinópolis	5
Nerópolis	3
Aragoiânia	3
Caturai	2
São Luiz do Norte	2
Goiânia	2
Anápolis	2
Hidrolina	1
Trindade	1
Trombas	1
Jaraguá	1
Jataí	1
Não sabe dizer	4
TOTAL	17

**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

**Figura 3** – Figura dos municípios de origem dos produtos lácteos adquiridos de produtores por atravessadores em Goiás.



**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

A última situação observada durante as entrevistas, que se refere a opção que o feirante atravessador tem de adquirir os produtos ofertados é a de comprar parte dos produtos de produtores e parte de atravessadores. Dos produtos que são comprados direto de produtores, alguns possuem origem em Goiás, outros em Minas Gerais e outros simultaneamente em Goiás e Minas Gerais, conforme detalhado na Tabela 6.

A seguir, serão mostradas as informações referentes à produção e comercialização dos produtos lácteos das feiras de Goiânia, referentes aos próprios fabricantes destes produtos, a região de origem e a relação com a produção de base familiar.



**Tabela 6** – Municípios de origem dos produtos lácteos vendidos por atravessadores nas feiras livres de Goiânia, comprados em parte de produtores(as) e parte de outros atravessadores.

Parte do produtor(a) e parte de atravessador	
Total dos produtos comprados de produtores(as)	19
Minas Gerais	2
Coromandel	1
Teresópolis	1
<hr/>	
Goiás e Minas simultaneamente	6
<hr/>	
Apenas Goiás:	13
Aragoiânia	12
Goiânia	3
Anápolis	2
Hidrolina	2
Caturai	2
Nerópolis	3
Itapaci	2
Goiás Velho	2
Bonfinópolis	1
Santa Helena	1
Trindade	1
Ipameri	1
São Paulo	2
Itaporanga	2
<hr/>	
Considerados como advindos da agricultura familiar pelos entrevistados	
Sim	15
Não	3
Não sabe dizer	1
<hr/>	
Total dos produtos comprados de atravessadores	19
Minas	5
Goiás	8
Minas e Goiás	6

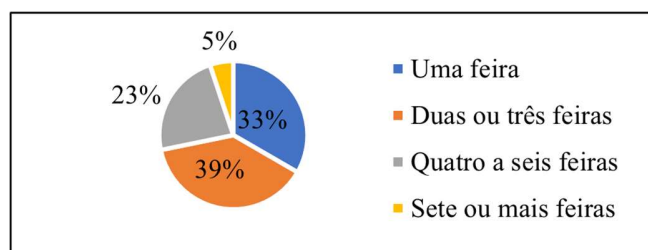
**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

#### 4.2 A comercialização de produtos lácteos por produtores(as) nas feiras livres de Goiânia

Nas situações em que foi possível entrevistar o(a) proprietário(a) banca (31 entrevistados), observou-se que a maioria (19) eram homens, mas que muitas mulheres agricultoras são responsáveis pelas bancas e pelas vendas (12). Ao contrário dos feirantes atravessadores, os produtores(as) costumam fazer menos feiras semanais em Goiânia. Enquanto a maioria dos atravessadores, como visto anteriormente, fazem até seis feiras

semanais, os produtores(as) fazem no máximo três feiras semanais. Segundo alguns entrevistados, a distância até a capital, como observado também por Ramírez, Sousa e López (2020), além da quantidade de atividades desempenhadas nas propriedades e a falta de ajudantes dificulta a participação nas feiras mais vezes durante a semana.

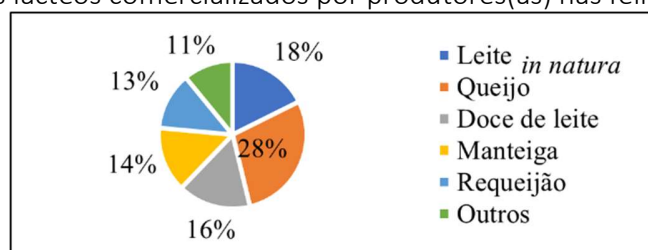
**Figura 4** – Feiras semanais feitas pelos produtores(as) de produtos lácteos nas feiras livres de Goiânia.



**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

Os produtos comercializados pelos produtores(as) se dividem de forma mais equilibrada em relação à disponibilidade de oferta de produtos e destaca a oferta de leite *in natura*, que é bastante significativa, ficando atrás somente da oferta de queijos.

**Figura 5** – Produtos lácteos comercializados por produtores(as) nas feiras livres de Goiânia.



**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

Dos 39 respondentes que são produtores(as) de lácteos, 32 se consideram agricultores familiares. Dos 7 que não se consideram agricultores familiares, alguns são residentes de Goiânia, fabricando queijos nas próprias casas, com o objetivo de incrementar renda. Quando perguntados se a maioria das pessoas que trabalham na fabricação dos produtos são da família, 32 respondentes disseram “sim”. Entretanto, três feirantes que se

consideram agricultores familiares não têm a família envolvida na fabricação dos produtos. Um desses feirantes, idoso, diz contratar uma pessoa para ajudar a ele e à esposa nos afazeres da propriedade e o orienta na fabricação dos queijos que vende.

As propriedades ficam, em média, a 62 km de Goiânia, sendo a mais distante a aproximadamente 142 km, na Cidade de Goiás e a mais próxima, fora do município de Goiânia, a aproximadamente 22 km, em Senador Canedo. A tabela 7 e a Figura 11 descrevem os municípios onde estão localizadas as propriedades rurais dos feirantes produtores(as) de lácteos.

**Tabela 5** – Municípios das propriedades rurais dos produtores(as) de lácteos das feiras livres de Goiânia.

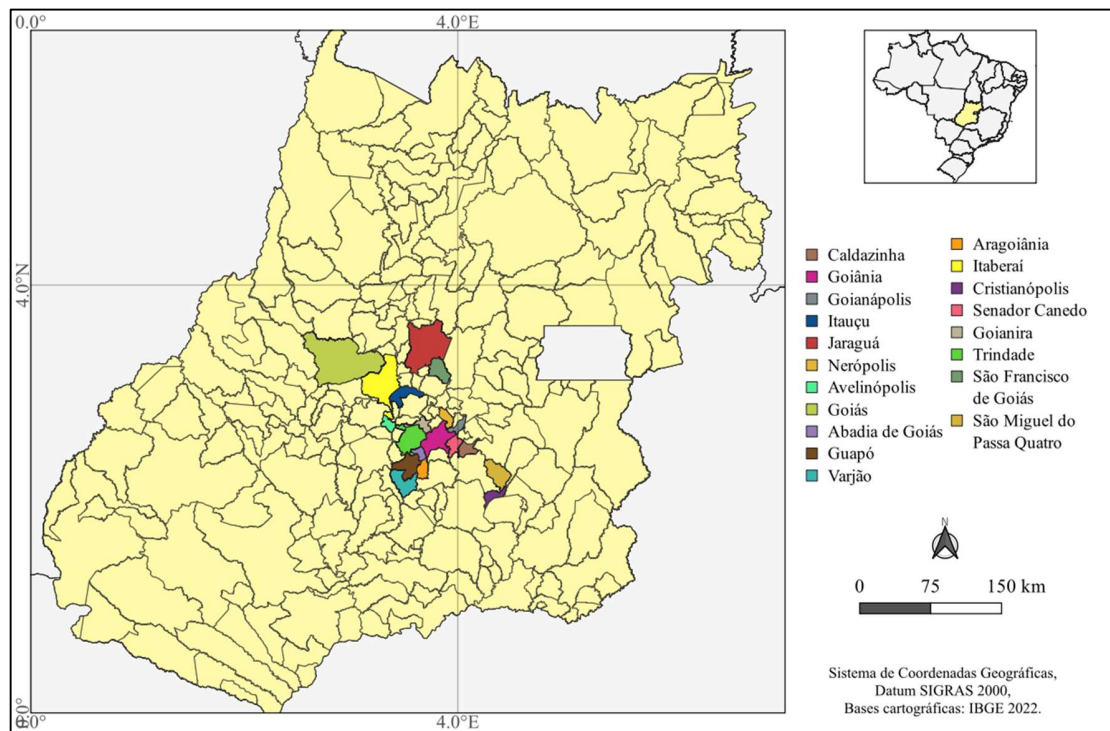
Cidades	Propriedades
São Miguel do Passa-Quatro	1
Caldazinha	5
Goiânia	4
Goianápolis	1
Itauçu	1
Goianira	1
Jaraguá	1
Nerópolis	1
Goiás	1
Abadia de Goiás	3
Guapó	1
Varjão	3
Aragoiânia	3
Itaberaí	2
Cristianópolis	1
Senador Canedo	4
São Francisco de Goiás	1
Trindade	1

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

Há também produtores(as) que fabricam os próprios produtos, mas também compram uma parte do que é ofertado nas feiras. Estes casos aconteceram em menor número, apenas quatro ocorrências. A comercialização é bem distribuída entre queijos, doce de leite, manteiga e outros, não apresentando a oferta de leite *in natura*. Destes quatro casos, apenas três se consideram agricultores familiares. Como estes feirantes compram parte do que é vendido nas feiras livres, esta compra se dá tanto de outros produtores

quanto de atravessadores. Quando comprada de outros produtores, os produtos têm origem em Goiás e Minas Gerais e quando comprada de atravessadores, os produtos são originários apenas do estado de Goiás.

**Figura 6** – Municípios das cidades das propriedades rurais dos produtores(as) de lácteos das feiras livres de Goiânia.



**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa, que buscou identificar como ocorre a comercialização de produtos lácteos nas feiras livres de Goiânia e os atores responsáveis pela venda dos produtos, os dados apresentados evidenciam a importância dos lácteos na composição alimentar dos goianienses e, além disso, a importância da participação da agricultura familiar em relação à produção e comercialização de leite e derivados nas feiras livres de Goiânia.

A partir do exposto, é possível concluir que nas feiras estudadas, além dos produtos lácteos habituais da dieta dois goianos, como a manteiga e os queijos curados, ocorrem

também produtos regionais específicos, proporcionam a fidelização dos clientes pela dinâmica criada entre comerciantes e consumidores e a troca de experiências que fazem da ida à feira um ato de lazer, aprofundando as trocas para além do dinheiro. Mesmo não sendo o objetivo deste estudo, foi observado a fusão entre as dimensões sociais e econômicas nas feiras livres de Goiânia. Esses dados se somam às análises de Verano, Figueiredo e Medina (2021) que defendem que as feiras podem contribuir para a consolidação de um novo paradigma de desenvolvimento rural, protagonizados por agricultores familiares locais.

É importante destacar as mulheres agricultoras responsáveis pelas bancas e venda de produtos lácteos, que ao ocupar estes espaços públicos, as visibilizam. Os produtos também merecem destaque e reconhecimento, já que a maior parte do que é comercializado nas feiras livres de Goiânia provém do próprio estado. A participação dos produtores de lácteos nas feiras, em relação aos atravessadores é baixa, revelando que a agricultura familiar possui pouca autonomia para realizar as vendas de forma direta, sem a presença de intermediários. No estudo realizado por Verano, Figueiredo e Medina (2021) nas feiras municipais de Goiás, concluiu-se que a presença do intermediário influencia negativamente no protagonismo dos agricultores(as) familiares, o que por sua vez enfraquece o dinamismo e a construção das cadeias curtas.

É nesse sentido que se reforça a necessidade de debates que giram em torno do papel da agricultura familiar na promoção de segurança alimentar e nutricional, alimentação saudável (CASSOL, 2021) e o potencial das cadeias curtas e das redes agroalimentares alternativas, gerando políticas estruturantes de apoio aos produtores(as) familiares que contribuam para sua autonomia e independência, que levem em consideração as peculiaridades dos sistemas de produção, distribuição e consumo de alimentos provenientes da agricultura familiar. Nesse sentido, outros estudos que aprofundem os conhecimentos sobre a participação da agricultura familiar em feiras livres de Goiânia são importantes para que essa estratégia seja mais bem compreendida e, assim, valorizada.

## REFERÊNCIAS

- CASSOL, A. Instituições sociais e abastecimento alimentar contemporâneo: resgatando a importância socioeconômica das feiras livres tradicionais brasileiras. Em: MENEZES, S. DE S. M.; ALMEIDA, M. G. DE (Eds.). **Vamos às feiras!: Cultura e ressignificação dos circuitos curtos**. 1. ed. Aracajú: Criação Editora, 2021. p. 97–129.
- CASTRO, M. DE C. et al. Cadeia produtiva do leite em Goiás: uma análise para o território Estrada de Ferro. **Conjuntura Econômica Goiana**, n. 30, p. 83–98, 2014.
- CORRÊA, R. L. **Trajetórias geográficas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- CRESWELL, J. W.; CLARK, V. L. P. **Pesquisa de Métodos Mistos**. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.
- CRUZ, F. T. DA. **Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais: um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano dos Campos de Cima da Serra – RS**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural—Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.
- CRUZ, F. T. DA. Agricultura familiar, processamento de alimentos e avanços e retrocessos na regulamentação de alimentos tradicionais e artesanais. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 58, n. 2, 2020.
- CRUZ, M. S. DA et al. Agricultura familiar, feiras livres e feirantes do Alto Jequitinhonha. **Revista Campo-Território**, v. 15, n. 35 Abr., p. 90–120, 10 jun. 2020.
- GAZOLLA, M. Cadeias curtas agroalimentares na agroindústria familiar: dinâmicas e atores sociais envolvidos. Em: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (Eds.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.
- GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.
- GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOODMAN, D. The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1, p. 1–7, jan. 2003.
- IBGE. **Censo Agropecuário 2017**. Disponível em:

<[https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo\\_agro/resultadosagro/pdf/agricultura\\_familiar.pdf](https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/pdf/agricultura_familiar.pdf)>. Acesso em: 23 nov. 2021b.

LIMA JR., A. C. DE S. et al. **Diagnóstico da Cadeia Láctea do Estado de Goiás 2019: Relatório de Pesquisa**. Goiânia: [s.n.]. Disponível em: <<https://sistemafaeg.com.br/storage/arquivos/a559a2148e390880ca5177a7c7c0efc6.pdf>>. Acesso em: 8 abr. 2023.

MENEZES, S. DE S. M. Feiras em Sergipe: domínio da cultura e comercialização em multiplicidade de tempos. Em: MENEZES, S. DE S. M.; ALMEIDA, M. G. DE (Eds.). **Vamos às feiras! Cultura e ressignificação dos circuitos curtos**. 1. ed. Aracajú: Criação Editora, 2021. p. 59–96.

MIOR, L. C. **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural**. Chapecó: Argos, 2005.

MIRANDA, D. L. R. et al. Construção social de mercados orgânicos: o caso das Células de Consumidores Responsáveis em Florianópolis-SC. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 59, n. 2, 2021.

NÓBREGA, S. DA C.; FERREIRA, L. C. G. Feira interinstitucional agroecológica: Construção de mercado social e fortalecimento do território da agricultura camponesa em Goiás. Em: MENEZES, S. DE S. M.; ALMEIDA, M. G. DE (Eds.). **Vamos às feiras!: Cultura e ressignificação dos circuitos curtos**. 1. ed. Aracajú: Criação Editora, 2021. p. 236–263.

PLOEG, J. D. VAN DER. El proceso de trabajo agrícola y la mercantilización. Em: GUZMÁN, E. S.; MOLINA, M. G. (Eds.). **Ecología, campesinato y historia**. Madrid: Las Ediciones de la Piqueta, 1992. p. 153–196.

PLOEG, J. D. VAN DER. Newly emerging, nested markets: a theoretical introduction. Em: HEBINK, P.; PLOEG, J. D. VAN DER; SCHNEIDER, S. (Eds.). **Rural Development and the Construction of New Markets**. New York: Routledge, 2014. p. 16.

PLOEG, J. D. VAN DER; JINGZHONG, Y.; SCHNEIDER, S. Rural development through the construction of new, nested, markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. **Journal of Peasant Studies**, v. 39, n. 1, p. 133–173, jan. 2012.

RADÜNZ, A. L.; RADUNZ, A. F. O. Feira Agroecológica da ARPASUL, Pelotas, RS: produção, segurança

alimentar e comercialização, um estudo de caso. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 17, n. 192, 2017.

RAMÍREZ, I. M. B.; SOUSA, R. D. P.; LÓPEZ, J. D. G. Canais de comercialização da agricultura familiar: o caso da comunidade de Boa Vista de Acará na Amazônia paraense-Brasil. **Revista Tecnologia e Sociedade**, v. 16, n. 45, p. 123, 25 set. 2020.

ROCHA, B. A. DA et al. Comercialização de produtos da agricultura familiar e a pandemia da COVID-19: um estudo de caso na região metropolitana de Belém. **Revista Competências Digitais para Agricultura Familiar**, v. 8, n. 1, 2022.

SCHNEIDER, S. Mercados e Agricultura Familiar. Em: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (Eds.). **Construção de Mercados e Agricultura Familiar**. [s.l.] Editora da UFRGS, 2016. p. 93–140.

SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas. Em: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (Eds.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 9–24.

SEGUNDO, C. B. S. et al. **Diversificação produtiva pela agricultura familiar e segurança alimentar e nutricional: uma revisão narrativa**. Anais do 60º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER). **Anais...Natal**, Rio Grande do Norte: Even3, 2022.

VERANO, T. DE C.; FIGUEIREDO, R. S.; MEDINA, G. DA S. Agricultores familiares em canais curtos de comercialização: uma análise quantitativa das feiras municipais. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 59, n. 3, 2021.