

Feiras Como Manifestações Culturais: Um Estudo Sobre o Tema em Minas Gerais (Brasil) / Fairs as Cultural Manifestations: A Study on the Theme in Minas Gerais (Brazil)

Débora Regina Schneider Locatelli¹
Magnus Luiz Emmendoerfer²

31/05/2022

Resumo

As feiras enquanto eventos e, principalmente, expressão cultural permeiam a vida cotidiana de diferentes sociedades e compreender suas peculiaridades em seus respectivos territórios revela-se uma forma de promover sua sustentabilidade e resiliência. Assim, objetiva-se analisar as feiras enquanto manifestações culturais, por meio de estudos científicos nacionais. Para tanto, foi realizado um estudo bibliométrico a partir de pesquisa realizada na biblioteca eletrônica SPELL® com a busca do termo feira. Em seguida, foram selecionados os artigos que versaram sobre feiras realizadas em Minas Gerais, Brasil. Isso resultou em 15 artigos que foram tratados por meio de análise de conteúdo categorial temática e depois, com suporte do Iramuteq, foi realizada análise léxica. As feiras, independentemente de sua tipologia, têm suas particularidades, que indicam expressões da cultura local e regional, por isso são importantes formas de representação cultura e impactam o turismo de uma região. Como possíveis contribuições, estudos como este podem demonstrar lacunas e potencialidades destes aspectos para que possam ser mais explorados no ponto vista acadêmico, contribuindo para dar base para outros estudos. Somado a isso, a construção e o aprofundamento do conhecimento sobre este tema podem contribuir para sua melhor compreensão para fins de desenvolvimento econômico e políticas públicas de fomento ao empreendedorismo. Assim, este estudo apresenta-se como uma tentativa de avanço do conhecimento sobre como se apresentam os estudos acadêmicos nacionais sobre feiras, bem como seus inter-relacionamentos com a cultura (e quiçá, com o turismo cultural), servindo de base para futuras pesquisas sobre o tema de forma multi ou pluridisciplinar.

Palavras-chave: feira; cultura; mineiridade.

Resumen

Las ferias como eventos y, principalmente, como expresión cultural permean la vida cotidiana de las diferentes sociedades y comprender sus peculiaridades en sus respectivos territorios resulta ser una forma de promover su sostenibilidad y resiliencia. Así, el objetivo es analizar las ferias como manifestaciones culturales, a través de estudios científicos nacionales. Por ello, se realizó un estudio bibliométrico a partir de una investigación realizada en la biblioteca electrónica SPELL® con la búsqueda del término feria. Luego, se seleccionaron los artículos que trataban de ferias realizadas en Minas Gerais, Brasil. Esto resultó en 15 artículos que fueron tratados a través del análisis de contenido categórico temático y luego, con el apoyo de Iramuteq, se realizó el análisis léxico. Las ferias, independientemente de su tipología, tienen sus particularidades, que indican expresiones de la cultura local y regional, por lo que son formas importantes de representación cultural e impacto turístico en una

¹ Universidade Federal da Fronteira Sul/Universidade Federal de Viçosa. debora.locatelli@uffs.edu.br

² Universidade Federal de Viçosa. magnus@ufv.br.

región. Como posibles aportes, estudios como este pueden evidenciar vacíos y potencialidades de estos aspectos para que puedan ser explorados más a fondo desde el punto de vista académico, contribuyendo a servir de base para otros estudios. Sumado a esto, la construcción y profundización del conocimiento sobre este tema puede contribuir a su mejor comprensión con fines de desarrollo económico y políticas públicas de fomento del emprendimiento. Así, este estudio se presenta como un intento de avanzar en el conocimiento sobre cómo se presentan los estudios académicos nacionales sobre ferias, así como sus interrelaciones con la cultura (y quizás con el turismo cultural), sirviendo de base para futuras investigaciones sobre el tema en una forma multi o multidisciplinaria.

Palabras clave: feria; cultura; mineiridade.

Abstract

Fairs as events and, mainly, cultural expression permeate the daily life of different societies and understanding their peculiarities in their respective territories proves to be a way to promote their sustainability and resilience. Thus, the objective is to analyze the fairs as cultural manifestations, through national scientific studies. Therefore, a bibliometric study was carried out based on research carried out in the SPELL® electronic library with the search for the term fair. Then, the articles that dealt with fairs held in Minas Gerais, Brazil were selected. This resulted in 15 articles that were treated through thematic categorical content analysis and then, with the support of Iramuteq, lexical analysis was performed. Fairs, regardless of their typology, have their particularities, which indicate expressions of local and regional culture, so they are important forms of cultural representation and impact tourism in a region. As possible contributions, studies like this one can demonstrate gaps and potentialities of these aspects so that they can be further explored from an academic point of view, contributing to provide a basis for other studies. Added to this, the construction and deepening of knowledge on this topic can contribute to its better understanding for the purposes of economic development and public policies to encourage entrepreneurship. Thus, this study presents itself as an attempt to advance knowledge about how national academic studies on fairs are presented, as well as their interrelationships with culture (and perhaps with cultural tourism), serving as a basis for future research. on the subject in a multi or multidisciplinary way.

Keywords: fair; culture; mineiridade.

1. Introdução

As feiras enquanto eventos e principalmente expressão cultural permeiam a vida cotidiana de diferentes sociedades e compreender suas peculiaridades em seus respectivos territórios revela-se uma forma de promover sua sustentabilidade e resiliência. Mas, como o tema feiras têm sido tratado pela comunidade científica? Neste sentido, tem-se como objetivo analisar as feiras enquanto manifestações culturais, por meio de estudos científicos nacionais.

Embora as feiras, a cultura e o turismo possam ser pontos relevantes na economia, estes assuntos são ainda pouco estudados, como pode ser verificado em levantamento em bases de dados na internet como o SPELL.

O estudo pode apresentar para a gestão pública e aos pequenos negócios que normalmente fazem parte das feiras, principalmente livres e de artesanato, elementos que possam dar suporte para a tomada de decisões, elaboração de estratégias e políticas de atuação em prol do desenvolvimento local ou regional.

A escolha do território de Minas Gerais visa captação de peculiaridades das feiras em termos culturais e que possam denotar a noção de Mineiridade. Em 2022 celebra-se o Ano da Mineiridade, o termo foi definido pelo escritor mineiro João Guimarães Rosa, representa o jeito mineiro de ser e é exposto por meio de sua cultura, tradições, culinária hospitalidade do povo (Minas Gerais, 2022). O Ano da Mineiridade visa unificar os programas do Governo de Minas Gerais: Reviva Turismo e Descentra Cultura, trabalhando com a transversalidade dos temas turismo e cultura, intensificando a ideia de estar em Minas Gerais, do pertencimento, do ser mineiro, a afetividade, o jeito de falar, a cozinha, a afromineiridade, as paisagens culturais e naturais (Oliveira, 2021).

Dessa forma, vislumbrou-se a possibilidade de estudar as feiras que une estes dois elementos turismo e cultura. As feiras, independentemente de sua tipologia, têm suas particularidades, que indicam expressões da cultura local e regional, por isso são importantes formas de representação cultura e impactam o turismo de uma região. Embora as feiras, a cultura e o turismo possam ser pontos relevantes na economia, estes assuntos são ainda pouco estudados, como pode ser verificado em levantamento em bases de dados na internet como o SPELL. O estudo pode apresentar para a gestão pública e aos pequenos negócios que normalmente fazem parte das feiras, principalmente livres e de artesanato, elementos que possam dar suporte para a tomada de decisões, elaboração de estratégias e políticas de atuação em prol do desenvolvimento local ou regional. Como resultados busca-se traçar um panorama dos estudos nacionais sobre as feiras do estado de Minas Gerais, ressaltando como a cultura é tratada nos artigos enquanto: elemento central, para além da sua contextualização ao longo do texto.

Assim, a cultura seria um produto da feira, e evidenciar como e em que tipos de feiras ela é mais evidenciada, é um dos principais destaques esperados deste estudo. Como possíveis contribuições, estudos como este podem demonstrar lacunas e potencialidades destes aspectos para que possam ser mais explorados no ponto vista acadêmico, contribuindo para dar base para outros estudos. Este estudo apresenta-se como uma tentativa de avanço do conhecimento sobre como se apresentam os estudos acadêmicos nacionais sobre feiras, bem como seus inter-

relacionamentos com a cultura (e quiçá, com o turismo cultural), servindo de base para futuras pesquisas sobre o tema de forma multi ou pluridisciplinar.

O artigo está estruturado em seis partes. A primeira, que se encerra aqui, apresenta o tema, os objetivos e a justificativa do estudo. A segunda que traz referencial teórico entrelaçando as feiras com a cultura e o turismo. A terceira discorre sobre os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa. Na quarta parte são apresentados e discutidos os resultados da pesquisa. Por fim, estão as considerações finais e referências utilizadas.

2. As Feiras no Contexto da Cultura e do Turismo

A primeira referência às feiras feita no Brasil é do ano de 1.548 e elas são herança dos portugueses. Além das referências portuguesas as feiras desenvolvidas em território brasileiro receberam influências de outros países europeus, dos povos africanos e indígenas, e demonstram a evolução dos mercados a céu aberto (Ferretti, 2000; Filgueiras, 2006).

Hoje o termo feira é utilizado para caracterizar diferentes tipos de eventos, das feiras com pouca estrutura organizadas ao ar livre como a eventos internacionais com mega estruturas onde expõe empresas que congregam uma cadeia produtiva. As feiras caracterizam por ser um lugar público de comércio e que se instala, realiza-se e desinstala-se (Miranda, 2009), estão em constantemente transformação, acompanham as mudanças da sociedade e nelas as pessoas convivem, competem e cooperam (Pierre & Valente, 2010).

Cada feira tem suas particularidades, aromas, músicas, cores, produtos, gente, aspectos que caracterizam a cultura de um local (Gerhard et al., 2019) e ainda podem ser consideradas pelos consumidores/visitantes como uma atividade de lazer (Moreira et al., 2012; Penalosa et al., 2015). As feiras livres são um espaço de socialização, que representa as narrativas e os símbolos sociais da cultura do povo local (Morel et al., 2015).

Araújo (2013) ressalta que nas feiras são encontradas representações da cultura popular, que além de representarem o passado e todo o bem imaterial que carregam, hoje promovem a aproximação com a cultura popular por meio da criatividade e da transformação de elementos do cotidiano.

Lacerda & Mendes (2017) contribuem escrevendo que ir à feira tem diferentes significados para as pessoas, estes relacionados às necessidades humanas e impregnados de valores culturais e econômicos. As autoras concordando com Araújo (2013), colocam que isso forma uma memória social, ligando o passado e o presente. Neste sentido, ainda cabe destacar que feira está registrado no Livro de Registro dos Lugares como espaço onde “[...] se concentram e reproduzem práticas culturais coletivas” (Decreto No 3551, 2000).

Além disso, as feiras livres têm um significado histórico e são relevantes no turismo (Ferretti, 2000). As feiras exercem certa atração aos visitantes de uma cidade, porque elas são como uma vitrine da cidade ou região, mostrando sua produção, seu artesanato e sua população (Mott, 2000). As feiras são lugares tradicionais e tradicionalmente populares, que têm atividades com características diversas (Filgueiras, 2006).

As feiras de artesanato podem fazer parte das feiras livres ou ainda ser independente, são parte importante do consumo e da experiência dos turistas. Diferentes destinos turísticos no mundo têm feira de artesanato, que são um dos principais espaços onde os turistas conseguem conhecer e adquirir artesanato local. Estas feiras por si só podem ser um produto turístico (Machado & Fonseca Filho, 2014; J. S. de Oliveira et al., 2012).

Há também as feiras populares que surgiram com as festividades e cerimônias religiosas, principalmente católicas, como romarias e peregrinações, entre outras, que atraíam público vindo de longe (Peciar & Isaia, 2005) e são representantes da cultura e atrativos turísticos de diferentes lugares no Brasil e exterior.

As feiras setoriais (que representam uma cadeia produtiva) e multissetoriais (diversificadas cadeias produtivas) além de seu caráter comercial, mais empresarial também podem representar a cultural e/ou os aspectos artísticos da região onde está sendo realizada para seus visitantes e outros participantes de outras regiões (Ansarah, 2002).

Na sequência serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados no estudo.

3. Procedimentos Metodológicos

Este artigo foi elaborado por meio de um estudo bibliométrico a partir de pesquisa realizada na biblioteca eletrônica *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL®) com a busca do

termo feira em qualquer campo, sendo delimitados a artigos revisados por pares, porém sem restrição temporal. A coleta dos dados foi realizada no dia 20/08/2021 e resultou em 94 artigos. Todos foram baixados e numerados do mais recente ao mais antigo. Foi realizada uma análise levando em consideração os títulos e os resumos dos artigos, caso estes não trouxessem a informação buscada então era analisada outras partes do artigo, a fim de identificar quais destes tinham como foco do estudo feiras realizadas no estado de Minas Gerais, Brasil. O que resultou em 15 artigos. Em uma planilha foram organizados os dados, contendo: título, autores, periódico, DOI, IES dos autores, objetivo, metodologia, tipo da feira, estado onde a feira era realizada, local de pesquisa e Qualis do periódico publicado. Após foi realiza uma leitura preliminar dos artigos e foram preparados os resumos para posterior processamento. Os artigos selecionados são apresentados na Figura 1.

IN	Título
A1	Calculation, Qualculation, Calqulation: Em um Mercado de Alimentação Local
A2	Do “beija e deixa” ao “membro virtual”: os vários usos do sagrado na Feira do Jubileu de Congonhas
A3	Enquadramentos e transbordamentos de uma feira livre do produtor: (des)configuração do mercado de alimentação local
A4	A Feira de Artesanato em Pedra Sabão, como produto turístico, na perspectiva dos artesãos, Ouro Preto-MG
A5	Potencial e estrutura de mercado no município de Cruzília, MG: viabilidade de implantação de feira livre
A6	As representações e as práticas sociais das "sacoleiras" na feira hippie de Belo Horizonte: a representação social de empreendedoras de pequenos negócios
A7	Subsídios para a construção de um programa público de apoio à feira livre no Vale do São Francisco, MG
A8	A dimensão identitária em duas feiras hippies: uma comparação entre Estados Unidos e Brasil
A9	“Da basílica à feira... do oásis ao Shoppinglêu”: a trajetória das metáforas do Jubileu em Congonhas (MG)
A10	Hábitos de compra dos clientes da feira livre de Alfenas-MG
A11	Feirante ou barraqueiro? Identidades e estratégias na Feira do Jubileu
A12	Estratégias Subversivas de Sobrevivência na “Feira Hippie” de Belo Horizonte
A13	A institucionalização da feira hippie de Belo Horizonte.
A14	Mudanças simbólicas: análise discursiva das transformações identitárias e espaciais em uma feira
A15	Mercado local, produção familiar e desenvolvimento: estudo de caso da feira de Turmalina, Vale do Jequitinhonha – MG

Figura 1. Artigos selecionados para o estudo

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2022.

As análises foram realizadas em duas partes, sendo a primeira análise de conteúdo categorial temática, elaborada a partir do desmembramento do texto em unidades, é um processo estruturalista que classifica os elementos correspondentes (Bardin, 2016). As categorias selecionadas foram: a) cidades de realização da feira; b) tipo de feira estudado; c) tema de pesquisa do artigo; d) periódicos; e) autores e suas informações acadêmicas; f) estratégias metodológicas utilizadas. Estas análises foram executadas de forma manual com auxílio de planilha de cálculo.

Na segunda parte das análises, foi elaborada a análise léxica com o auxílio do Iramuteq (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*), software gratuito, criado por Pierre Ratinaud como uma interface de R (www.r-project.org), ele auxilia na organização e no tratamento estatístico de dados textuais (Camargo & Justo, 2013; Justo & Camargo, 2014; Loubère & Ratinaud, 2014). O Iramuteq foi escolhido por ser um software de código aberto e consegue trabalhar com tratar de diferentes características, além de ter rigor estatístico e diferentes recursos (Justo & Camargo, 2014).

O uso do Iramuteq, como qualquer outro software, depende da preparação dos dados e da avaliação dos resultados de forma crítica e interpretativa por parte do pesquisador (Vergès, 2001). O corpus deste estudo foi composto pelos 15 resumos dos artigos selecionados. Eles foram recortados dos artigos e transferidos para o editor de texto LibreOffice 7.2, sendo que cada foi separado por 4 asteriscos, um espaço, a letra “A” e o número correspondente do artigo. Após, os textos foram verificados e adequados às exigências do Iramuteq. Ao final o texto foi salvo em extensão .txt e com a codificação UTF-8, que é uma das identificadas pelo software. Foi utilizada a versão 0.7 alpha 2 do Iramuteq.

A análise léxica emprega métodos estatísticos no estudo de textos, criando categorias naturais. Tem como unidade de análise as palavras presentes nos textos, elas são identificadas e quantificadas pela frequência e pela posição no texto (Lahlou, 1994), pode ser usada para complementar estudos qualitativos (Justo & Camargo, 2014). Neste estudo foi realizada a classificação hierárquica descendente (CHD), que categoriza os segmentos de texto em função dos seus respectivos termos, sendo a classificação realizada por meio do teste qui-quadrado (χ^2) (Reinert, 1990). A partir disso, é elaborada uma representação gráfica, o dendrograma, que ilustra a relação entre as classes de palavras do texto analisado (Justo & Camargo, 2014).

A análise de similitudes é baseada na teoria dos grafos e possibilita identificar a ocorrência simultânea de palavras e indicações da conexão entre elas, auxiliando na identificação da estrutura da representação (Camargo & Justo, 2013).

4. Resultados e Discussão

Minas Gerais é o segundo estado mais populoso do Brasil, com população estimada 21.411.923 pessoas e seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) [2010] (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2021).

O Estado foi desbravado pelos bandeirantes no século XVI, que buscavam ouro e pedras preciosas. Em 1720 foi desmembrado da Capitania de São Paulo e Minas de Ouro. Começou ganhar importância econômica no início do século XVIII. Contudo no meio do século com a diminuição na produção de ouro, Portugal cria formas vez mais rígidas de arrecadação de impostos, o que resultou na Inconfidência Mineira (Minas Gerais, n.d.).

A mineração influenciou muito a economia do Estado, mas com o tempo a agricultura foi sendo desenvolvida com a produção de açúcar, fumo, algodão e depois o café, que se tornou uma das principais fontes econômica. Somente mais tarde que o estado começou a se industrializar, com empresas de pequeno e médio portes para dar suporte a produção de alimentos e também nas áreas têxtil e siderúrgica (Minas Gerais, n.d.)

Atualmente a economia mineira continua pautada na indústria mineral e no agronegócio, todavia há um crescente aumento de startups voltadas para modelos de negócios inovadores. Os dados da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (SEDE) de Minas Gerais em parceria com a Associação Brasileira de Startups (ABSTARTUPS), o Estado teve um aumento de 242% de 2015 para os dias atuais (Silva, 2022).

No turismo Minas Gerais se destaca pelo patrimônio cultural e histórico, pela natureza, pela gastronomia, pela segurança e pela hospitalidade do povo mineiro. Em 2019, o Estado foi escolhido pelo Instituto Datafolha como melhor destino histórico no Brasil e melhor destino de natureza. Além disso, Belo Horizonte ganhou o título de Cidade Criativa da Gastronomia pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), juntando-se a um seleto grupo internacional de 250 cidades espalhadas por todos os continentes. Neste sentido, cabe destaque que a economia criativa, que envolve inovação, cultura e

empreendedorismo, ganhou importância com o lançamento da Rede Cidades Criativas de Minas Gerais, também em 2019 (Minas Gerais, 2020).

Minas Gerais tem o maior número de Patrimônios Culturais da Humanidade, título concedido pela UNESCO do Brasil, são eles: Cidade Histórica de Ouro Preto; Santuário do Bom Jesus de Matosinhos, em Congonhas; Centro Histórico de Diamantina; e Conjunto Moderno da Pampulha, em Belo Horizonte (Minas Gerais, 2020).

Quanto às feiras realizadas no Estado não tem dados oficiais de registro ou um calendário das feiras que ocorrem, porém há algumas que são conhecidas pelo seu potencial turístico, como a Feira de Artes, Artesanato e Produtores de Variedades de Belo Horizonte ou simplesmente Feira Hippie; a Feira do Jubileu do Senhor Bom Jesus de Matosinhos em Congonhas; Feira do Largo de Coimbra em Ouro Preto; Festa do Leite de Lagoa Grande; Festa da Cachaça de Alto Rio Doce, entre outras.

Na pesquisa realizada na SPELL, o primeiro artigo publicado encontrado na base foi em 2003. O ano com maior número de publicações foi 2011, com 4 artigos. O mais recente foi em 2017. A distribuição é apresentada na Figura 2.

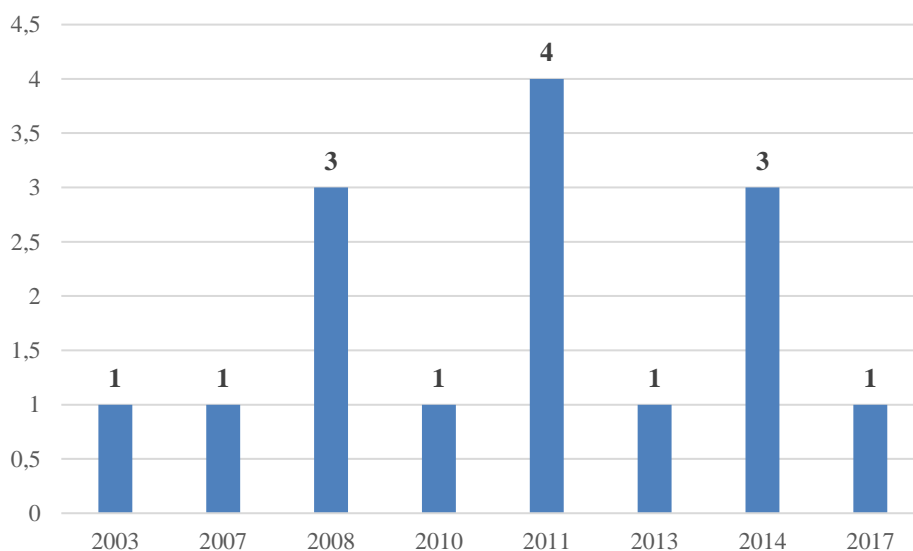


Figura 2. Ano de publicação dos artigos estudados
Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2022.

Porém cabe destaque que não houve uma continuidade nas publicações. Nos últimos 5 não houveram publicações, 2020 e 2021 podem ter sido impactados pela pandemia da COVID-19.

Todavia, quanto aos demais períodos não foi possível neste estudo detectar o que fez com que os estudos não fossem realizados e, conseqüentemente, publicados.

Foi verificado em quais cidades de Minas Gerais as feiras estudadas foram realizadas e os dados são apresentados na Figura 3.

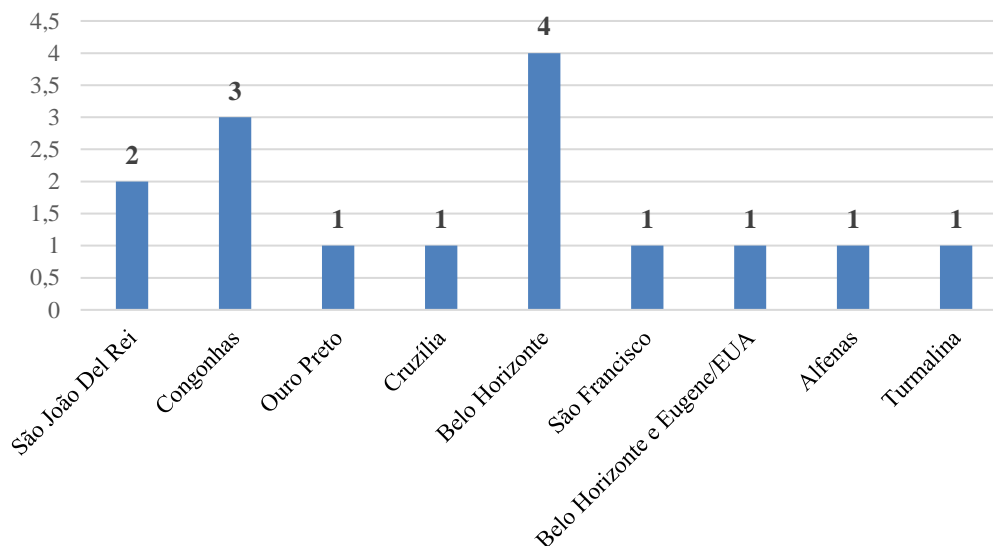


Figura 3. Cidades onde as feiras pesquisadas foram realizadas
 Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2022.

Minas Gerais é o estado com o maior número de municípios do Brasil, 853. Somente foram pesquisadas feiras em 8 cidades, a maioria (5) na capital Belo Horizonte. Como pode ser visualizado no mapa (Figura 4), a maioria das feiras estudadas fica localizada na região Central do Estado e do Quadrilátero Ferrífero, tem maior densidade de cidades e população. A riqueza cultural das cidades pesquisadas atrai turistas e é reconhecida em todo o país.

As regiões do Triângulo Mineiro, do Alto Parnaíba e do Noroeste de Minas, mais ao Oeste do Estado, não foram pesquisadas, o que não foi possível saber o motivo neste estudo.

É demonstrado pelo mapa a área de abrangência da Feira, pois os seus impactos de desenvolvimento são regionais.



Figura 4. Mapa com as cidades onde as feiras pesquisadas foram realizadas.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2022.

Obs: Uma das pesquisas também pesquisou uma cidade dos Estados Unidos, comparando com uma de Belo Horizonte.

Não há uma tipologia ou forma de classificação de feiras padrão no Brasil. Neste estudo as feiras foram classificadas como:

- a) Artesanato: entram as que se descrevem como feiras de artesanato e os artigos sobre a Feira Hippie de Belo Horizonte, que consta que vende produtos de arte, artesanato e produtos variados;
- b) Livres: neste grupo ficaram as feiras que já se denominam assim e outras que vendem produtos agrícolas, produtos de pequenos produtores e agroecológicos;
- c) Multissetoriais: foram consideradas as feiras que agregam mais de um setor, como as feiras que envolvem agropecuária, indústria e comércio de uma cidade e região.

A Figura 5 mostra a quantidade de cada tipo de feira estudada nos artigos pesquisados.

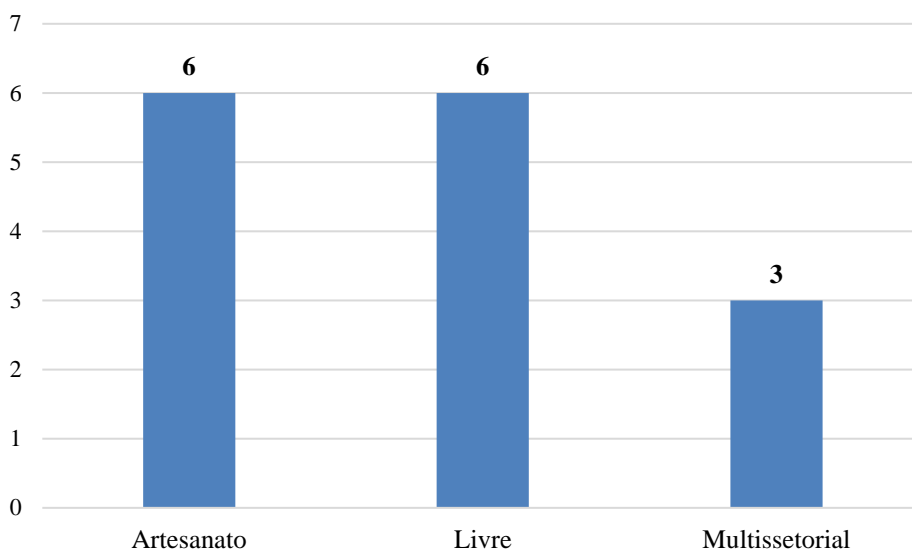


Figura 5. Tipo de feiras pesquisadas

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2022.

As feiras livres e de artesanato tiveram a mesma quantidade de estudos. Como apontado anteriormente, estas feiras representam muito da cultura de uma cidade ou região, sendo que cada uma tem suas particularidades, aromas, músicas, cores e produtos (Gerhard et al., 2019) e podem ser uma atividade de lazer para seus visitantes (Moreira et al., 2012; Penaloza et al., 2015). Além disso, estas feiras representam lugares tradicionais e tradicionalmente populares cheios de atividades com características diversas (Filgueiras, 2006).

Os temas de pesquisa dos artigos que têm mais de uma citação são apresentados na Figura 6. Os temas estudados vão ao encontro dos interesses dos pesquisadores. O tema que mais se destacou foi Estratégia e dentro deste os tópicos: teoria ator-rede (TAR) (1), poder de decisão e fatores que influenciam nas inter-relações (1), desenvolvimento por meio de programa público de apoio a feira (1), construção de identidades (1), manutenção de negócios familiares (1) e institucionalização/teoria institucional (1). Na sequência foi Marketing com os temas: mercado (2) (alimentação e potencial de criação de feiras/margens relativas de comercialização), hábitos de compra (1) e identidade da feira (1). Acredita-se que este assunto tem destaque porque está mais ligada a essência das feiras que é a comercialização e assim o que envolve este assunto acaba atraindo atenção de quem busca saber mais sobre feiras. Os Estudos organizacionais são focados na teoria das representações sociais, diversidade do comportamento das organizações e na metáfora organizacional.

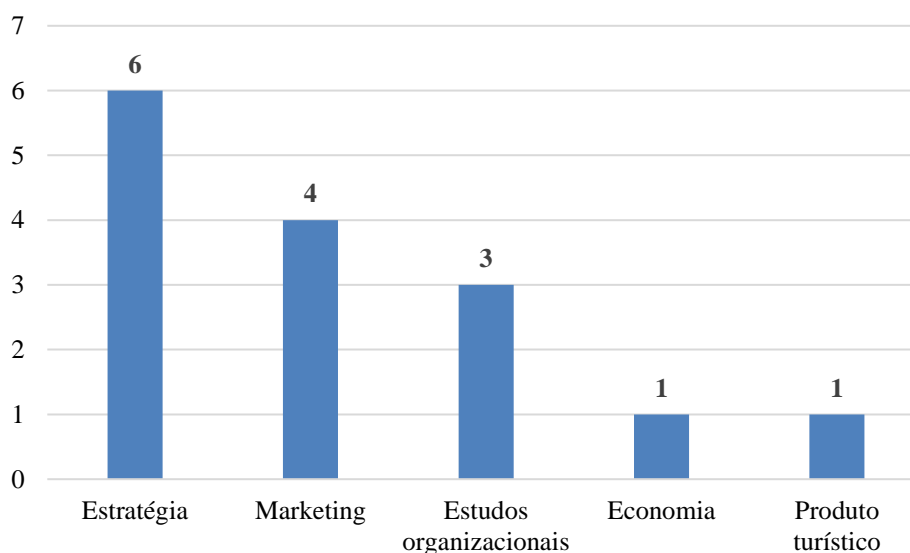


Figura 6. Temas dos artigos estudados

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2022.

Os 3 temas mais pesquisados vão ao encontro da base de dados utilizada para estudo que é a SPEEL, na qual os periódicos são relacionados à área de administração, administração pública, ciências contábeis e turismo.

Os outros dois temas tiveram uma pesquisa cada. No tema Economia a pesquisa focou na importância das feiras para os feirantes economicamente. No produto turístico foi explorado o artesanato, o que neste estudo se mostra interessante porque ele é fruto da cultura de um povo. O tema no seu contexto turístico foi pouco explorado nos estudos em Minas Gerais.

Quanto aos periódicos em que foram realizadas as publicações dos artigos, as informações estão na Tabela 1. Seis artigos foram publicados em revistas mineiras, 4 em revistas de São Paulo e 2 Pernambuco. Os demais foram nos estados do Rio de Janeiro, Paraná e Bahia. Percebe-se que a maior parte das publicações não foram em periódicos de Minas Gerais e que as publicações foram em periódicos de qualificados, sendo 4 Qualis A2 e 9 B2.

Destaca-se que os autores que mais pesquisaram sobre feiras são profissionais predominantemente de universidades federais de Minas Gerais ou que estudaram nestas universidades.

Tabela 1
Periódicos onde foram publicados os artigos pesquisados.

Periódico	Quant.	Qualis – ADM, CCO e TUR*	IES Vinculada	Estado
Organizações Rurais & Agroindustriais	4	B2	UFLA	MG
GESTÃO.Org	2	B2	UFPE	PE
Cadernos EBAPE.BR	1	A2	FGV	SP
Marketing & Tourism Review	1	B5	UFMG	MG
Organizações & Sociedade	1	A2	UFBA	BA
RAUSP Management Journal	1	A2	USP	SP
Revista Acad. Observ. Inov. do Turismo	1	B2	UNIGRANRIO	RJ
Revista da Micro e Pequena Empresa	1	B2	UNIFACCAMP	SP
Revista de Administração Pública	1	A2	FGV EBAPE	SP
Revista Economia & Gestão	1	B2	PUC Minas	MG
Revista Interdisciplinar de Marketing	1	B4	UEM	PR

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2022.

* Sistema CAPES-Qualis vigente à época da pesquisa no caso (2013-2016) na área de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo.

Outro fato relevante é que os principais autores têm alta qualificação, sendo dos 8 com 3 ou mais artigos publicados, 7 têm doutorado, 2 são bolsistas produtividade do CNPq e 3 citam que têm pós-doutorado. Quanto às áreas de formação na graduação a maioria é administrador/a, mas 3 tem formação diversa: zootecnia, turismo e engenharia química. Dos 8 autores 7 têm mestrado na área de administração. Verifica-se assim há predominância da área de formação em administração em algum momento de sua formação.

Com relação às estratégias metodológicas utilizadas nos artigos estudados, verifica-se que quanto à classificação da pesquisa, 10 se descrevem como qualitativas, 3 quali quantitativas e 2 não citaram. Nas qualitativas algumas complementam esta classificação, 3 com estudo de caso, 3 com estudo multicase e 1 exploratória/descritiva. Quanto à coleta de dados dos 15 artigos, utilizaram 14 entrevistas (6 semiestruturada e 2 em profundidade), 8 utilizaram observação e 6 documentos. Uma citou história de vida como complemento e 1 como única forma de coleta de dados. Na análise dos dados em 8 pesquisas foi utilizada a análise de discurso, 3 análise de conteúdo e 1 análise de conglomerados. Duas pesquisas citaram a forma de amostragem e em ambas foi utilizada a amostragem não-probabilística intencional por meio da técnica de bola de neve.

As pesquisas realizadas nas feiras de Minas Gerais aplicam técnicas de pesquisa na maioria dos casos qualitativas que contemplam vivência do pesquisador com o tema e o objeto de estudo podendo assim explorar o campo estudado. A pesquisa qualitativa busca conhecer um

universo de significados, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes (MINAYO, 2014), sendo que os pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos conforme as pessoas os entendem (Denzin e Lincoln 2006). Creswel (2007) acrescenta que na pesquisa qualitativa os dados são coletados diretamente do ambiente natural e o pesquisador tem interesse em estudar como um determinado problema se manifesta nos procedimentos e nas interações cotidianas. Assim os estudos realizados nas feiras mineiras são realizados com estas características, com o pesquisador diretamente no ambiente da feira, vivenciando os fatos e as pessoas, podendo compreender como os problemas de pesquisa de manifestam.

Após estas análises foi realizada a análise léxica com auxílio do Iramuteq. Neste processo foram analisados os resumos dos artigos que identificaram um corpus do texto com 15 resumos/textos, que foram divididos em 66 segmentos, com ocorrência de 2314 ocorrências de palavras e 933 formas, das quais 681 eram ativas (adjetivo, advérbio, substantivo, verbos, formas não comuns) e 59 eram complementares.

O cruzamento de matrizes de segmentos de textos e palavras, que forma a CHD, reteve 52 segmentos dos 66, ou seja, 78,79%. Percentual considerado bom, há indicação de Pèlissier (2017) que este valor deve ser maior que 60% de retenção e Camargo & Justo (2013) apontam que o ideal é que seja acima de 75% de retenção.

Foram geradas 6 classes como apresentado na Figura 7, organizadas em 3 grupos, sendo o primeiro formado pelas classes 2 e 6, o segundo pelas classes 5 e 1 e o terceiro pelas classes 4 e 3. Sendo que os grupos 1 e 2 se interconectam. No dendrograma foram apresentadas as 10 primeiras palavras de cada classe, exceto na classe 1 que tinham somente 7 palavras. Todas as palavras apresentadas têm significância estatística e estão ordenadas pelo X^2 decrescente.

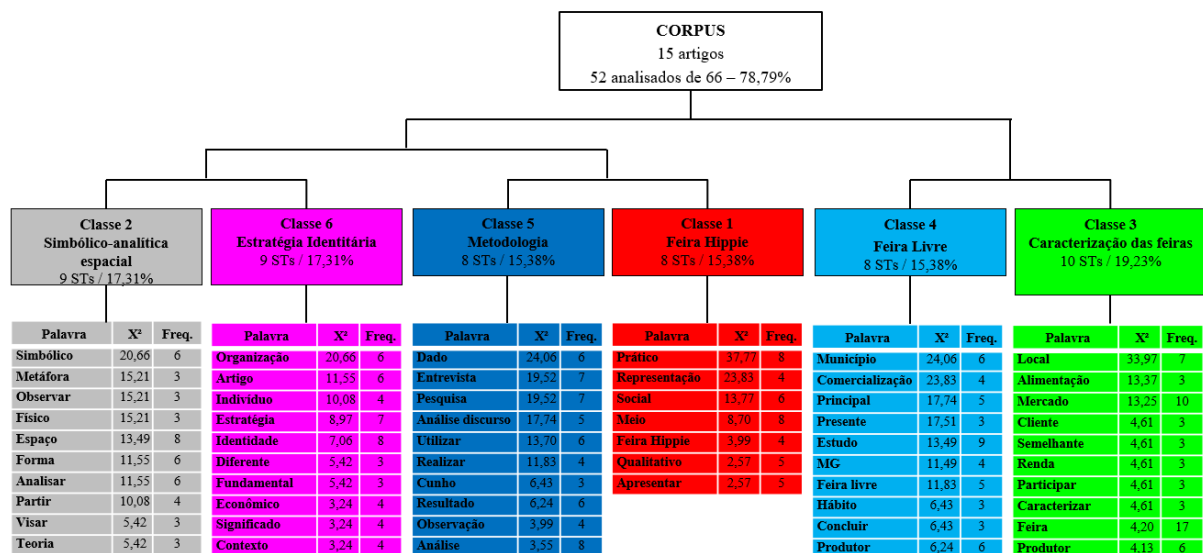


Figura 7. Dendrograma

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa processados no Iramuteq, 2022.

O grupo 1 tem as classes com o mesmo percentual de representatividade de 17,31%. A **classe 2** de cor cinza foi denominada de **Simbólico-analítica espacial**, porque congrega os trechos relacionados ao simbólico, ao espaço físico das feiras. Os segmentos de trechos desta classe estão nos artigos: A2, A3, A9 (3), A13 (2) e A14 (2). Alguns trechos que representam esta classe:

“[...] **partindo** da agenda de pesquisa em **metáfora** organizacional defendida por Cornelissen e outros 2008, este trabalho **visa** explorar a relação entre a elaboração de **metáforas** e a **identidade** dos **espaços físico e simbólico** a **partir** das propostas de análise da **identidade** do **espaço** [...]” (A9, score 82,76).

“[...] **analisando** período de 36 anos que perfaz sua história se pode **observar** as mudanças envolvidas tanto na **identidade** desse evento considerando como 1 instituição mineira quanto na ocupação dos **espaços físicos e simbólicos**” (A14, score 78,81).

“[...] assim a **partir** de estudo no contexto da igreja católica se **visou** trazer novos insights ao campo dos estudos organizacionais que tratam da esfera **simbólica** de **forma** geral se optou por estudo de caso qualitativo de cunho exploratório descritivo usando entrevistas e observações registradas em diário de campo” (A2, score 47,71).

A **classe 6** de cor rosa – **Estratégia Identitária**, por representar um grupo de estudos relacionados as estratégias identitárias das organizações, sendo que a feira é uma organização e os feirantes/expositores também o são. Os segmentos de texto desta classe estão presentes

nos artigos: A2, A8 (2), A11 (2), A12 (2), A13 e A15. O score menor de um segmento ficou nesta classe com 68,51. Alguns trechos que caracterizam esta classe:

“Os percursos identificados neste **artigo** levam a **compreender** a **construção** de **estratégias** sob instâncias de regulação para lidar com dilemas cotidianos os **indivíduos** constroem e reconstroem suas **estratégias** que emergem nas **organizações** da **feira** como mecanismos de interação entre os micro e macro **contextos**” (A12, score 68,51).

“Este **artigo** objetiva investigar as possíveis relações existentes entre as **identidades** aferidas e a **construção** de **estratégias** em **organizações** informais atuantes na Feira do Jubileu em Congonhas do Campo Minas Gerais, se destaca a relevância **econômica** e mais recentemente turística” (A11, score 54,72).

“O objetivo neste **artigo** é apresentar investigação das interrelações entre as práticas religiosas **econômicas** e políticas cunhadas pela Igreja Católica na ocasião da Festa do Jubileu do Bom Jesus na cidade mineira de Congonhas do Campo pretende-se **compreender** melhor **como** ocorrem manipulações simbólicas entre o sagrado e o profano no interior das **organizações**” (A2, score 43,63).

No grupo 2 as duas classes também têm o mesmo percentual de trechos analisados 8, com 15,38% do total. A **classe 5** de cor azul escuro foi denominada de **Metodologia**, por apresentar termos diretamente relacionados aos procedimentos metodológicos adotados nos artigos analisados, como: dado, entrevista, análise de discurso, observação e análise. Além de outros termos correlatos relacionados a esta seção dos artigos: pesquisa, utilizar, realizar e resultado. Como destacado anteriormente, 14 dos 15 artigos utilizaram entrevistas e 6 observação. Os resultados desta classe vão ao encontro do que também foi verificado na análise realizada anteriormente referente aos procedimentos metodológicos.

Os artigos A1, A2, A4, A7, A9, A11 e A13 (2) estão representados nesta classe, que ficou com o maior número de artigos e o maior score de um segmento, com 108,32. Destaca-se alguns trechos desta classe:

“[...] conferida à feira desde a institucionalização da Estrada real os métodos **utilizados** foram **observações** assistemáticas e **entrevistas** semi estruturadas utilizando-se a **análise do discurso** como ferramenta de **análise** dos **dados** os **resultados** da **pesquisa** possibilitaram a compreensão de temas relativos à manutenção organização e gestão de organizações informais” (A11, score 108,32).

“As **entrevistas** foram feitas com moradores da cidade, comerciantes e com o padre responsável pela paróquia para interpretação dos **dados** se **utilizou** a **análise do**

discurso situando o discurso como manifestação objetiva de arcabouço histórico e ideológico” (A2, score 75,02).

“A metodologia **utilizada** foi de **unho** quantitativo e **qualitativo realizando** a coleta de **dados** por meio de questionários semiestruturados e observação não participante os **resultados** indicam que predomina a presença de mulheres feirantes [...]” (A7, score 64,83).

A **classe 1** de cor vermelha, por sua vez, recebeu o nome de **Feira Hippie**, pois os 3 artigos que se destacam nos segmentos de texto tiveram como objeto de estudo a Feira Hippie de Belo Horizonte. Nesta classe foram representados o menor número de artigos, sendo eles: A6 (4), A8 e A12 (3). Trechos representativos desta classe:

“[...] numa abordagem **qualitativa** desenvolvida em base empírica norteada por contribuições da Teoria das Representações Sociais (Moscovici, 2003) inicialmente se **apresenta** referencial sobre **representações** e sobre as **práticas sociais** em seguida se destacam os aspectos metodológicos que conduziram esta investigação com dados coletados por **meio** de entrevistas semiestruturadas e analisados pela análise do discurso (Fiorin, 2003)” (A6, score 89,14).

“[...] por **meio** de caminhos **qualitativos** estas **práticas** subversivas foram mostradas para melhor compreensão do fazer estratégico o que é uma abordagem interessante sob o ponto de vista dos estudos organizacionais” (A12, score 49,04).

“[...] para responder à institucionalização a chamada **Feira Hippie** de Belo Horizonte expõe seus membros a conflitos entre suas **práticas** cotidianas de sobrevivência e as regras construídas durante o processo de sua constituição” (A12, score 41,76).

A Feira Hippie, como é conhecida a Feira de Artes, Artesanato e Produtores de Variedades de Belo Horizonte, surgiu em 1969, na Praça da Liberdade. Atualmente, a feira é realizada na Avenida Afonso Pena, no centro de Belo Horizonte. Com mais de 50 anos, pode ser considerada um patrimônio da capital mineira e é a maior feira a céu aberto da América Latina. Os mais de 2 mil expositores são organizados em 16 setores: alimentação, arranjos e complementos, artes plásticas/esculturas, artes plásticas/pinturas, bijuteria, calçados, cama/ mesa/banho, cestaria, cintos/bolsas e acessórios, decoração e utilidades, flores e arranjos, mobiliário, infantil, tapeçaria, vestuário e vestuário infantil. O público estimado a cada domingo é de 70 mil pessoas, podendo chegar até a 100 mil antes de datas comemorativas (Belo Horizonte, 2016).

As duas classes estão interligadas porque na classe 5 são apresentados termos relacionados aos procedimentos metodológicos e na classe 1 há o termo qualitativa que se relaciona aos termos citados na outra classe. Além de que as pesquisas realizadas na Feira Híppie tinham em comum este formato de pesquisa. Quanto à análise dos dados 8 pesquisas realizaram análise do discurso. Dados que são aqui reforçados na análise léxica da predominância de pesquisas qualitativas, com emprego de técnicas características a esta abordagem de pesquisa.

No terceiro grupo estão as **classes 4**, de cor azul claro, denominada de **Feira Livre** e a **classe 3**, de cor verde, **Caracterização das Feiras**. A classe 4 recebeu este nome porque seus termos e trechos selecionados estão relacionado às feiras livres. Além dos termos presentes na Figura 6, há ainda: familiar, ponto e mercado. O artigo A5 (4) é o mais representativo desta classe, além dele estão representados: A3, A4, A10 e A15. Os trechos selecionados para representar esta classe foram:

“O **presente estudo** foi realizado com o objetivo central de avaliar o potencial de **mercado** sua estrutura e a viabilidade econômica na **comercialização** de hortifrutigranjeiros por agricultores **familiares** no **município** de Cruzília-**MG** visando à implantação de uma **feira livre**” (A5, score 105,20).

“Este **estudo** foi desenvolvido na feira livre do produtor no **município** de São João del Rei, Minas Gerais, o objetivo foi descrever a configuração da feira apontando os **principais** enquadramentos e transbordamentos **presentes** no **mercado** [...]” (A3, score 74,83).

“Estas feiras são o **principal** vínculo comercial que o **produtor** tem com a sociedade dos centros urbanos e que lhe permitem a obtenção de renda para sua família assim este trabalho analisa a dinâmica da feira dos agricultores **familiares** do **município** de Turmalina Alto Jequitinhonha-**MG**” (A15, score 63,86).

A classe 3, Caracterização das feiras, recebeu este nome porque os termos principais elencados estão relacionados a fatores que caracterizam as feiras, como: local, alimentação, mercado, cliente, renda, entre outros. Os artigos A1, A3 (2), A7 (2), A10 (3), A14 e A15 são representados nesta classe. Destaca-se alguns trechos desta classe:

“As **feiras** são usadas para promover o **mercado de alimentação local** este estudo foi desenvolvido na feira livre do produtor em São João del Rei, **Minas Gerais** [...]” (A1, score 68,92).

“[...] analisar a problemática dos **produtores** feirantes e seu relacionamento com outros atores sociais se procura compreender os alcances da **feira** em termos

econômicos, ou seja, a força de trabalho utilizada e as formas de **construção de renda** para este **mercado local**” (A15, score 68,56).

“[...] se constatou que o costume de ir à **feira** para comprar essencialmente frutas legumes e verduras independe da capacidade financeira do **cliente** e está relacionado com a ideia de 1 **local** propício à obtenção de alimentos que proporcionam **alimentação** saudável além de ser um ambiente para lazer” (A10, score 56,15).

O artigo que mais contribui para a formação das classes foi o A12, com 5 trechos em duas classes (1 e 6). Os artigos A3 e o A13 contribuíram com 4 trechos em 3 classes diferentes. Os artigos A5 e A6 contribuíram com 4 trechos para uma única classe.

5. Considerações Finais

As feiras, independentemente de sua tipologia, têm suas particularidades, que indicam expressões da cultura local e regional, por isso são importantes formas de representação cultural e impactam o turismo de uma região. Embora as feiras, a cultura e o turismo possam ser pontos relevantes na economia, estes assuntos são ainda pouco estudados. Assim, surgiu o tema deste estudo que é estudar as feiras como manifestações culturais das feiras em Minas Gerais-MG.

Verificou-se que os estudos das feiras de Minas Gerais concentram-se principalmente em Belo Horizonte, na Feira Hippie, e em Congonhas, na Feira do Jubileu. Duas feiras tradicionais do Estado. A primeira, Feira Hippie, além do artesanato típico mineiro, há demonstração de outras manifestações artísticas, comércio tradicional e alimentação, que também é uma demonstração forte da mineiridade. A Feira do Jubileu, por sua vez, ela é executada juntamente com o Jubileu de Bom Jesus de Matosinhos, realizada há mais de 240 anos, sendo uma das mais antigas festas religiosas do Estado. A Basílica do Senhor Bom Jesus de Congonhas guarda as principais obras de Antônio Francisco Lisboa, o Aleijadinho, isto fez com que a cidade tenha recebido o título de Patrimônio Mundial, concedido pela UNESCO (Congonhas, 2020). Embora os temas pesquisados na maioria não tenham relação direta com cultura, turismo e a mineiridade, estes assuntos servem de pano de fundo para os estudos, como percebido na análise léxica nas classes 1 – Feira Hippie, classe 4 – Feira Livre e classe 3 – Caracterização das feiras.

Os estudos foram na maioria realizados com abordagem qualitativa, com coleta de dados por meio de entrevistas e observação, analisadas por análise de conteúdo. O que condiz com os

temas estudados e o tipo de objeto que são as feiras, porque assim podem conhecer melhor o objeto de estudo e suas peculiaridades.

Assim, estudar o tema feiras em contextos culturais que congregam uma carga simbólica e material significativa como o estado de Minas Gerais no Brasil, pode revelar um campo ávido e profícuo de estudos sobre diferentes tipos de economia (capitalista, solidária, circular, social etc), em que artefatos materiais e imateriais que compõe a Mineiridade, servem como traços identitários tanto dos produtos quanto das próprias feiras, que aproxima e une determinadas populações dentro e fora de seu território legal. Este ano, 2022, foi eleito o Ano da Mineiridade pelo Governo de Minas Gerais para intensificar a transversalidade dos temas turismo e cultura.

A cultura por meio de aspectos simbólico-analítico espaciais, somado àqueles identitários, inclusive enquanto estratégia deliberada, seriam componentes de atração e comercialização de produtos da feira, e evidenciar como e em que tipos de feiras ela é mais empregada, é um dos principais destaques gerados a partir deste estudo.

A limitação deste estudo é o fato de a pesquisa ter utilizado somente uma base de dados, a qual inclusive não está diretamente relacionada ao tema cultura e sim a área de Administração de Empresas e Pública, Contábeis e Turismo.

Este estudo contribuiu para demonstrar lacunas e potencialidades de estudos acadêmicos sobre as feiras, principalmente relacionados a cultura e ao turismo. Além disso, a construção e o aprofundamento do conhecimento sobre este tema podem contribuir para sua melhor compreensão para o desenvolvimento econômico e políticas públicas de fomento ao empreendedorismo.

Sugere-se que sejam desenvolvidos outros estudos que complementem este, pesquisando outras bases de artigos e também pesquisando o tema em outros Estados e no Brasil como um todo, para verificar como é a realidade nestes outros territórios.

Referências

Ansarah, M. G. dos R. (2002). *Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil*. Aleph.

- Araújo, G. de A. F. (2013). Trajetória histórica conceitual sobre patrimônio imaterial e cultural no Brasil e em Portugal tendo as feiras como lugar de investigação. *Anais Do Simpósio Nacional de História*.
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo* (Edição rev). Edições 70.
- Belo Horizonte (2016). Feira de Artes, Artesanato e Produtores de Variedades de Belo Horizonte. <https://mapaculturalbh.pbh.gov.br/evento/1091/>
- Camargo, B. v., & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas Em Psicologia*, 21(2), 513–518. <https://doi.org/10.9788/tp2013.2-16>
- Congonhas (2020). Jubileu de Congonhas terá programação online. 20 set. <https://www.congonhas.mg.gov.br/index.php/jubileu-de-congonhas-tera-programacao-online/>
- Creswel, J. W. (2007) *Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed.
- Denzin, N. K. e Lincoln, Y. S. (2006) Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In Denzin, N. K. e Lincoln, Y. S (Orgs.). *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed. p. 15-41.
- Ferretti, M. (2000). Feiras nordestinas: estudos e problemas. In S. Ferretti (Ed.), *Reeducando o olhar: estudo sobre feiras e mercados* (pp. 36–66). Universidade Federal do Maranhão.
- Filgueiras, B. S. C. (2006). *Do mercado popular ao espaço de vitalidade: o Mercado Central de Belo Horizonte* [Dissertação, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. <https://www.yumpu.com/pt/document/read/12476507/beatriz-silveira-castro-filgueiras-do-mercado-popular-ao-ufrj>
- Gerhard, F., Peñaloza, V., & Matos, F. R. N. (2019). Resiliência em feiras livres: uma análise sob a ótica sistêmica. *Organizações Em Contexto*, 15(29), 69–96. <https://doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v15n29p69-96>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2021). *Minas Gerais*. <https://Cidades.Ibge.Gov.Br/Brasil/Mg/Panorama>
- Decreto nº 3551, (2000) (testimony of Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN).
- Justo, A. M., & Camargo, B. V. (2014). Estudos qualitativos e o uso de softwares para análises lexicais. In C. Novikoff, S. R. M. Santos, & O. B. Mithidieri (Eds.), *Caderno de artigos: XSIAT & II Serpro* (pp. 37–54). Universidade do Grande Rio “Professor José de Souza Herdy.”

https://www.academia.edu/11753344/Estudos_qualitativos_e_o_uso_de_softwares_para_análises_lexicais

Lacerda, F. R., & Mendes, G. F. (2017). A feira como lugar de memória: imagem, patrimônio e tradição na produção do espaço geográfico. *ENANGEPE*, 1886–1897.

Lahlou, S. (1994). L'analyse lexicale. *Variances*, 3, 13–24.
[http://eprints.lse.ac.uk/32941/1/L'analyse_lexicale_\(lsero\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/32941/1/L'analyse_lexicale_(lsero).pdf)

Loubère, L., & Ratinaud, P. (2014). *Documentation IRaMuTeQ Avertissements Table des matières*. Iramuteq.
http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/documentation_19_02_2014.pdf

Machado, S. F., & Fonseca Filho, R. E. (2014). A Feira de Artesanato em Pedra Sabão, como produto turístico, na perspectiva dos artesãos, Ouro Preto-MG. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação Do Turismo*, VII(1), 39–65. www.ebape.fgv.br/revistaoit

Minas Gerais. (n.d.). *Conheça a história do Estado de Minas Gerais*.
<https://www.mg.gov.br/pagina/historia>.

Minas Gerais. (2020). *Turismo*. <https://www.mg.gov.br/pagina/turismo>.

Minas Gerais. (2022). *Nossa Gente*. <https://www.mg.gov.br/pagina/nossa-gente>

Minayo, M. C. de S. (Org.). (2014) *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 14. ed. Rio de Janeiro: Hucitec. 408 p.

Miranda, G. M. S. (2009). *A feira na cidade: limites e potencialidades de uma interface urbana nas feiras de Caruaru (PE) e de Campina Grande (PB)* [Dissertação]. Universidade Federal de Pernambuco.

Moreira, G., Cruz, P., Ferreira, F., & Rodrigues, M. (2012). Perfil dos compradores de hortaliças na feira livre de Bom Jesus – PI. *Enciclopédia Biosfera*, 8(15), 2518–2527.
<https://conhecer.org.br/ojs/index.php/biosfera/article/view/3810>

Morel, A. P. S., Rezende, L. T., & Sette, R. de S. (2015). Negócio feira livre: análise e discussão sob a perspectiva do feirante. *Extensão Rural*, 22(4), 43–57.
<https://doi.org/10.5902/2318179616781>

Mott, L. R. B. (2000). Feira e mercados: pistas para pesquisa de campo. In S. Ferretti (Ed.), *Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados*. (pp. 13–34). Universidade Federal do Maranhão. <https://www.worldcat.org/title/reeducando-o-olhar-estudos-sobre-feiras-e-mercados/oclc/56192332>

Oliveira, J. S. de, Cavedon, N. R., & Figueiredo, M. D. de. (2012). O Artesanato na Ótica de Quem o Produz: Com a Palavra os Artesãos do Brique da Redenção em Porto Alegre.

- Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, 1(3), 141–162. www.rigs.ufba.br **Palavras-chave**
- Oliveira, L. (2021, December 17). *Ano da Mineiridade é destaque em reunião Conselho Estadual do Turismo de Minas Gerais*.
- Peciar, P. L. R., & Isaia, L. (2005). Turismo cultural: um olhar sobre as manifestações de atratividades encontradas nas feiras populares do Brique da Redenção em Porto Alegre-RS, Brasil, e da feira da Praça Matriz em Montevidéu no Uruguai 1. *RACE*, 4(1), 79–96.
- Pèlissier, D. (2017). *Pèlissier, D. (2017). Initiation à la lexicométrie: Approche pédagogique à partir de l'étude d'un corpus avec le logiciel Iramuteq (No. 6). Toulouse. Retrieved from*
https://presnumorg.hypotheses.org/files/2016/04/Initiation_lexico_Iramuteq_Mars2017_v6.pdf (No. 6).
https://presnumorg.hypotheses.org/files/2016/04/Initiation_lexico_Iramuteq_Mars2017_v6.pdf
- Penaloza, V., Coria, M. D., Souza, L. L. F. de, & Sousa, F. G. P. (2015). Consumo em mercados alternativos para baixa renda: un estudio de la Feria de Parangaba-Brasil. *Polis*, 14(41), 481–497. <https://doi.org/10.4067/S0718-65682015000200028>
- Pierre, M. C. P., & Valente, A. L. E. F. (2010). A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar. *Congresso Sober*.
<http://www.sober.org.br/%0Apalestra/15/234.pdf>
- Reinert, M. (1990). Alceste une méthodologie d'analyse des données textuelles et une application: Aurelia de Gerard de Nerval. *Bulletin of Sociological Methodology*, 26(1), 24–54. <https://doi.org/10.1177/075910639002600103>
- Silva, R. N. de S. (2022, April 15). Minas Gerais: além das commodities. *O Tempo*.
- Vergès, P. (2001). *L'analyse des données par les graphes de similitude*. Sciences Humaines.
<https://www.scienceshumaines.com/textesInedits/Bouriche.pdf>