

FEIRAS COMO MANIFESTAÇÕES CULTURAIS: ESTUDO SOBRE O TEMA EM MINAS GERAIS

DEBORA REGINA SCHNEIDER LOCATELLI¹

0000-0002-7488-4879

MAGNUS LUIZ EMMENDOERFER²

0000-0002-4264-8644

Recebido em 25.09.2023

Aprovado em 26.03.2024

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 artigos desenvolvidos sobre feiras do estado de Minas Gerais 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 representam a cultura local e regional, sendo assim importantes formas de representação cultural e podem impactar 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. Assim, este estudo apresenta-se como uma tentativa de avanço do conhecimento sobre como se apresentam os estudos acadêmicos nacionais sobre feiras de Minas Gerais, bem como seus inter-relacionamentos com a cultura e possivelmente com o turismo cultural, servindo de base para futuras pesquisas sobre o tema de forma multi ou pluridisciplinar.

Palavras-chave: Feira. Cultura. Turismo. Mineiridade.

¹ Doutora em Administração, pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), com pós-doutorado em Administração Pública pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Professora do magistério superior na Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Brasil. debora.locatelli@uffs.edu.br

² Doutor em Ciências Humanas: Sociologia e Políticas pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) Brasil, com pós-Doutorado em Administração Pública, Turismo e Empreendedorismo pelas Universidades do Minho, Algarve e Évora, Portugal e em Políticas Públicas pelas Universidades de Tilburg e Breda, Holanda. Coordenador Geral da Cátedra Unesco em Economia Criativa e Políticas Públicas. Professor do magistério superior na Universidade Federal de Viçosa (UFV), Brasil. magnus@ufv.br

FAIRS AS CULTURAL MANIFESTATIONS: STUDY ON THE TOPIC IN MINAS GERAIS

Abstract

Fairs as events and, mainly, cultural expression permeate the daily lives of different societies and understanding their peculiarities in their respective territories proves to be a way of promoting their sustainability and resilience. Thus, the objective is to analyze articles developed about fairs in Minas Gerais (Federative Unit of Brazil) through national scientific studies. To this end, a bibliometric study was carried out based on research in the SPELL® electronic library searching for the term fair. Next, articles about 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 carried out. Fairs, regardless of their type, have their particularities, representing local and regional culture, thus being important forms of cultural representation and impacting regional tourism. As possible contributions, studies like this can demonstrate gaps and potential of these aspects so that they can be further explored from an academic point of view, providing a basis for other studies. Additionally, constructing and deepening knowledge on this topic can contribute to a better understanding of economic development and public policies. Thus, this study presents itself as an attempt to advance knowledge about how national academic studies on fairs in Minas Gerais are presented, as well as their interrelationships with culture and possibly with cultural tourism, serving as a basis for future research on the topic in a multi or pluridisciplinary way.

Keywords: Fairs. Culture. Tourism. Mineiridade.

1. INTRODUÇÃO

As feiras enquanto eventos 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 artigos desenvolvidos sobre feiras do estado de Minas Gerais por meio de estudos científicos nacionais.

A escolha do território de Minas Gerais foi devido ao fato de que em pesquisa anterior sobre feiras e desenvolvimento, este estado representou o segundo maior número de pesquisas sobre o tema (LOCATELLI; EMMENDOERFER, 2022). Além disso, é um território que representa boa parte das expressões culturais e regionais do Brasil, devido a posição estratégica do território do estado de Minas Gerais no espaço geográfico do país (EMMENDOERFER; SOARES, 2014).

Em 2022 celebrou-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 e hospitalidade do povo (MINAS GERAIS, 2022). O Ano da Mineiridade visou 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 unem estes dois elementos: turismo e cultura. As feiras são espaços que têm “[...] um universo com cores, sabores, cheiros e sociabilidades, elas sempre tiveram uma importância muito grande, não só no papel comercial das cidades, mas também em questões de espaço, cultura e trocas sociais” (PINHO; ROCHA, 2020, p. 2).

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 podem impactar 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. Como resultados busca-se traçar um panorama dos estudos nacionais sobre as feiras do estado de Minas Gerais, os quais como possíveis contribuições, 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 sobre feiras em Minas Gerais, 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 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.

O artigo está estruturado em cinco 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 1548 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 participam empresas que congregam uma cadeia produtiva. As feiras caracterizam-se por ser um lugar público de comércio e que se instala, realiza-se e desinstala-se (MIRANDA, 2009), estão em constante 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; PENALOZA 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, promovem a aproximação com a cultura popular por meio da criatividade e da transformação de elementos do cotidiano.

Lacerda e Mendes (2017) contribuem mencionando 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 estes valores formam 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” (BRASIL, 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; 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 e empresarial, também podem representar a cultura e/ou os aspectos artísticos da região onde está sendo realizada para seus visitantes e outros participantes (ANSARAH, 2002).

Na sequência serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados no estudo.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

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. A mesma pesquisa foi repetida em 31/12/2022, para atualização dos dados,

na qual foram então acrescentados 7 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 eram analisadas 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, nas duas datas pesquisadas. 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 realizada leitura preliminar dos artigos e foram preparados os resumos para posterior processamento. Os artigos selecionados são apresentados na Quadro 1.

Quadro 1 – Artigos selecionados para o estudo

IN	Título
A1	Calculation, Qualculation, Calculation: 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
-----	--

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2023.

As análises foram realizadas em duas partes, sendo a primeira análise de conteúdo categorial temática, elaborada a partir do desmembramento do texto em unidades, este 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*), que tem interface com o 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 que consegue tratar diferentes características do texto, 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 1 foi identificado 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).

Na sequência são apresentados os dados e realizada a discussão.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Minas Gerais é o segundo estado mais populoso do Brasil, com população estimada 21.411.923 pessoas (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 cada 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 econômicas. Somente mais tarde que o estado começou a se industrializar, com empresas de pequeno e médio portes para dar suporte à 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. Segundo 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 2022 (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 destacar 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).

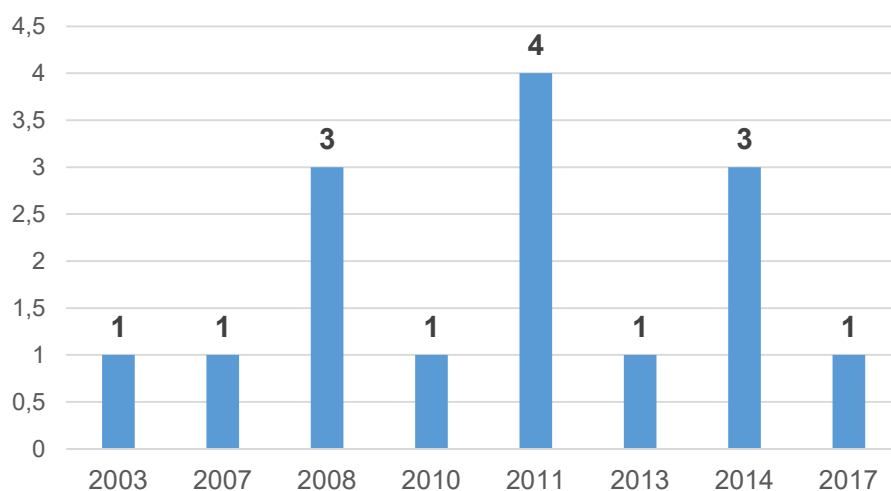
Minas Gerais tem o maior número de Patrimônios Culturais da Humanidade, título concedido pela UNESCO do Brasil, são eles: Cidade Histórica de Ouro Preto; Santuário do Bom Jesus de Matosinhos, em Congonhas; Centro Histórico de Diamantina; e Conjunto Moderno da Pampulha, em Belo Horizonte (MINAS GERAIS,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

Quanto às feiras realizadas no estado não há 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. As feiras se caracterizam entre outras coisas por terem expositores com mostra de seus produtos e serviços, já as festas não precisam ter produtos e/ou serviços em exposição, podem ter música e outras atrações culturais. Ao longo do tempo, algumas festas acabam implantando também feiras.

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 1.

Porém, cabe destacar que não houve uma continuidade nas publicações. Nos últimos 5 anos 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.

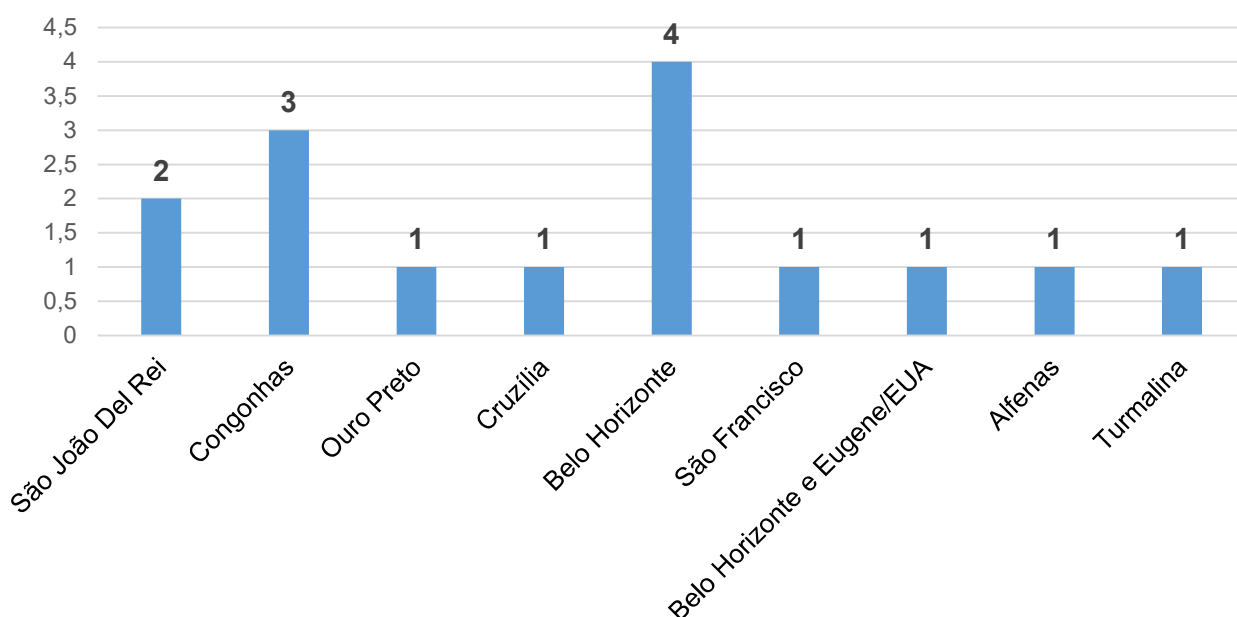
Figura 1 - Ano de publicação dos artigos estudados



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2023.

Foi verificado em quais cidades de Minas Gerais as feiras estudadas foram realizadas e os dados são apresentados na Figura 2.

Figura 2 - Cidades onde as feiras pesquisadas foram realizadas



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2023.

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. Um dos artigos também pesquisou uma cidade dos Estados Unidos, comparando com uma de Belo

Horizonte. Como pode ser visualizado na imagem ilustrativa do estado (Figura 3), a maioria das feiras estudadas fica localizada na região Central e do Quadrilátero Ferrífero, sendo estas também que tem a 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 a Oeste do estado, não foram pesquisadas, o que não foi possível saber o motivo neste estudo.

Na Figura 3 é demonstrado uma possível área de abrangência da Feira, pois os seus impactos são regionais (FERRETTI, 2000; MOTT, 2000; ANSARAH, 2002; PECIAR; ISAIA, 2005; FILGUEIRAS, 2006; OLIVEIRA et al., 2012; MACHADO; FONSECA FILHO, 2014). Ressalta-se que algumas como a Feira Hippie, recebem visitantes de diferentes partes do país.

Figura 3 – Imagem ilustrativa com as cidades onde as feiras pesquisadas foram realizadas



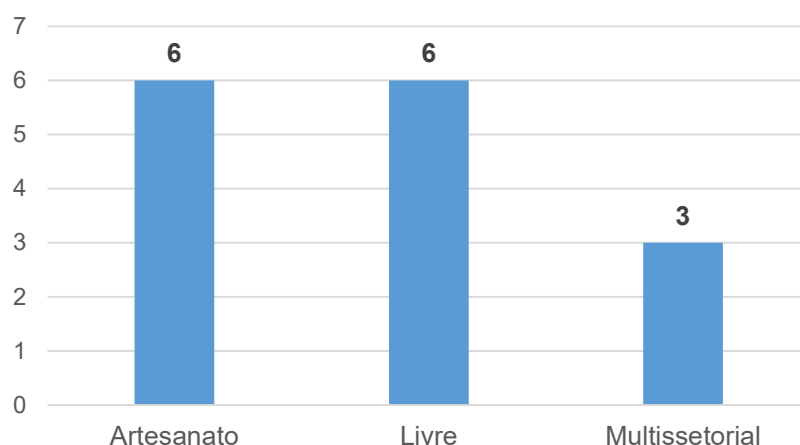
Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2023.

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 4 mostra a quantidade de cada tipo de feira estudada nos artigos pesquisados.

Figura 4 - Tipos de feiras pesquisadas



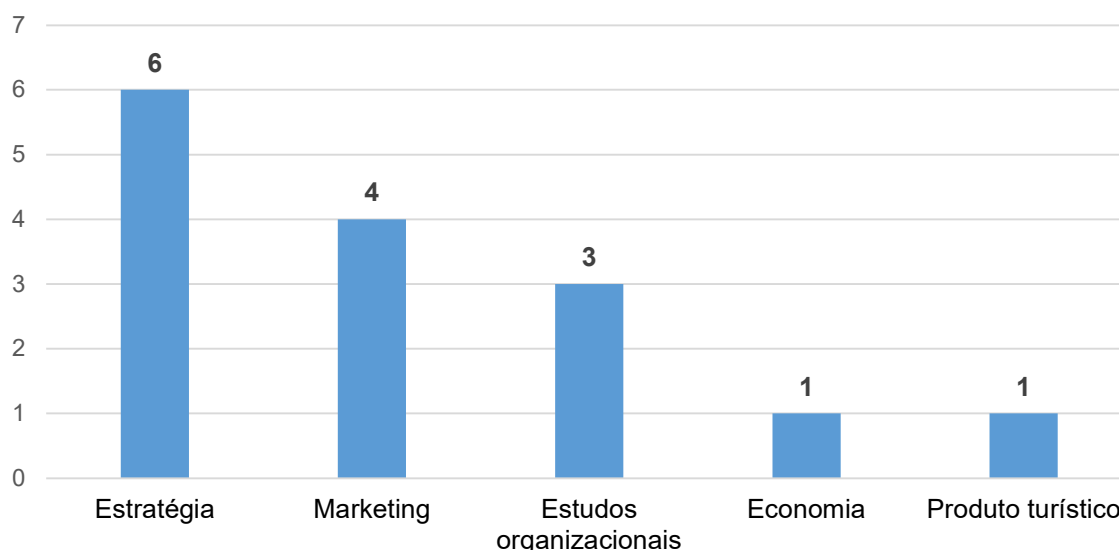
Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2023.

As feiras livres e de artesanato tiveram a mesma quantidade de artigos publicados. 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 5. 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 (1), diversidade do comportamento das organizações (1) e na metáfora organizacional (1).

Figura 5 - Temas dos artigos estudados



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2023.

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 econômica da feira para os feirantes. 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.

Verificou-se que aspectos culturais e turísticos das feiras não foram explorados nos estudos, muito embora as feiras estudadas tenham importância cultural e turística para Minas Gerais e para as cidades onde estão localizadas. Como visualizado anteriormente 6 artigos foram desenvolvidos em feiras de artesanato e 5 em feiras livres, ambas os tipos têm apelo cultural e turístico, como ressaltado por Machado e Fonseca Filho (2014), Oliveira, Cavedon e Figueiredo (2012), Peciar e Isaia (2005), Ferretti (2000 e Mott (2000).

Quanto aos periódicos em que foram realizadas as publicações dos artigos, as informações estão na Quadro 2. Obteve-se como resultado 6 artigos foram publicados em revistas mineiras, 4 em revistas de São Paulo e 2 de Pernambuco. Os demais foram nos estados do Rio de Janeiro, Paraná e Bahia. Verificou-se que a maior parte das publicações não foram em periódicos de Minas Gerais, classificados em termos de qualidade no sistema CAPES-Qualis entre os estratos mais elevados como A2 e B2, estrato menos elevado identificado na pesquisa.

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

Quadro 2 - Periódicos onde foram publicados os artigos pesquisados

Periódico	Quant.	Qualis – ADM, CCO e TUR*	IES Vinculada	Estado
Organizações Rurais & Agroindustriais	4	B1	UFLA	MG
GESTÃO.Org	2	A4	UFPE	PE
Cadernos EBAPE.BR	1	A2	FGV	SP
Marketing & Tourism Review	1	B1	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	A4	UNIFACCAMP	SP
Revista de Administração Pública	1	A2	FGV EBAPE	SP
Revista Economia & Gestão	1	A4	PUC Minas	MG
Revista Interdisciplinar de Marketing	1	B1	UEM	PR

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa, 2023.

*Sistema CAPES-Qualis vigente à época da pesquisa no caso (2017-2020) 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 que há predominância da área de formação em administração em algum momento da formação dos pesquisadores.

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, 8 utilizaram entrevistas (6 semiestruturada e 2 em profundidade), 8 utilizaram observação e 6 utilizaram-se de documentos. Uma citou história de vida como complemento para coleta dos dados e 1 teve esta opção como única forma de coleta de dados. Na análise dos dados em 8 pesquisas foi utilizada a análise do discurso, 3 análises 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.

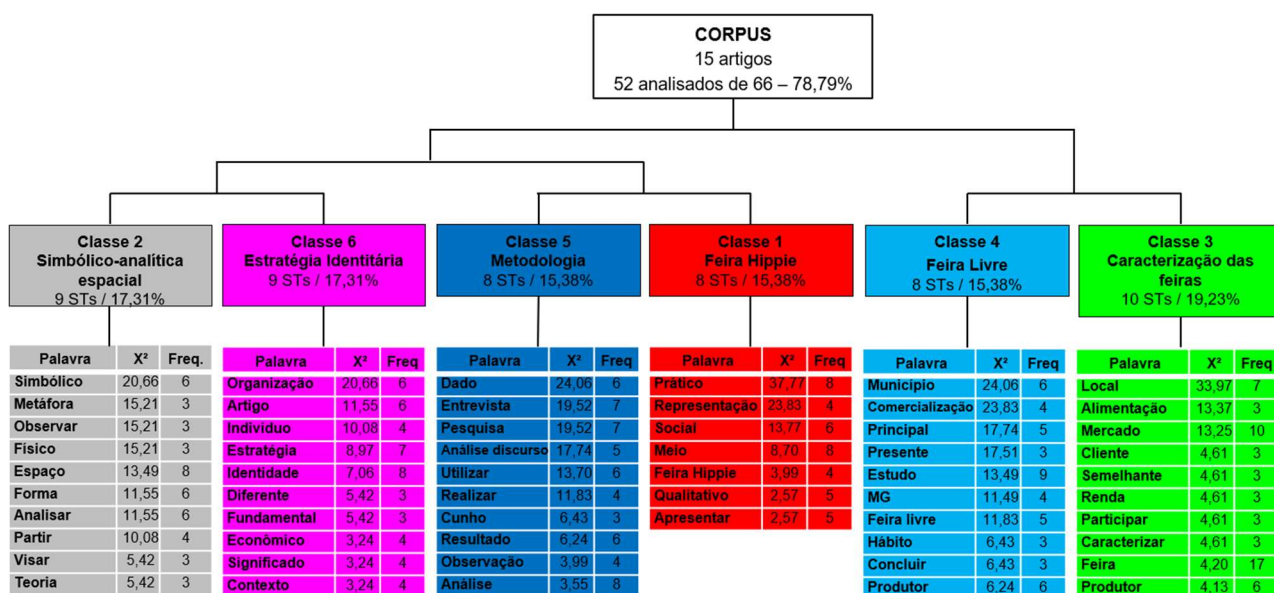
As pesquisas realizadas nas feiras de Minas Gerais aplicam técnicas de pesquisa na maioria dos casos qualitativas que contemplam vivência do pesquisador com o tema e o objeto de estudo podendo assim explorar o campo estudado. A pesquisa qualitativa busca conhecer um universo de significados, motivações, 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; Lincoln 2006). Creswel (2007) acrescenta que na pesquisa qualitativa os dados são coletados diretamente no ambiente onde os fatos ocorrem 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 se 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 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 e Justo (2013) apontam que o ideal é que seja acima de 75% de retenção.

Foram geradas 6 classes como apresentado na Figura 6, 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 X² decrescente.

Figura 6 – Dendrograma



Fonte: Elaborado com base nos dados da pesquisa processados no Iramuteq, 2023.

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 observações. 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 **cunho** 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 norteadas 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 Hippie 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 um **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. Vale destacar que um aspecto comum observado nestes artigos é relacionado ao tipo de feira, em que os artigos A3 e A5 tratam do tipo Feira Livre, enquanto os demais tratam da Feira Hippie, considerado para fins deste artigo como do tipo Feira de Artesanato. Essa evidência, reitera a proposição de uma tipologia para se pesquisar e ensinar sobre o tema em termos analíticos e didáticos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As feiras, cada uma com suas particularidades, podem representar a cultura local e regional, e assim podem impactar o turismo de uma região e sua economia. O intuito deste artigo foi analisar artigos desenvolvidos sobre feiras do estado de Minas Gerais por meio de estudos científicos nacionais.

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, 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. O ano de 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.

Verificou-se uma lacuna de estudos sobre o impacto dos aspectos de disseminação da cultura e da mineiridade das feiras do estado de Minas Gerais. Nenhum dos artigos pesquisados abordou a questão da economia criativa, a qual está diretamente relacionada as questões culturais e suas manifestações. Também é negligenciada a importância das feiras para o turismo, tanto no aspecto econômico como do desenvolvimento da atividade.

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 Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo. Embora esteja diretamente relacionada ao Turismo. Além disso,

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 outros Estados e no Brasil como um todo, para verificar como é a realidade nestes outros territórios.

AGRADECIMENTOS

À rede da Cátedra UNESCO em Economia Criativa e Políticas Públicas (UNESCO Chair in Creative Economy & Public Policies) por estimular a realização desta pesquisa. Adicionalmente, agradecemos a equipe editorial e avaliadores anônimos da Revista CULTUR pelas valiosas sugestões de melhoria que compuseram a presente versão do artigo.

REFERÊNCIAS

ANSARAH, M. G. dos R. **Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil.** São Paulo: Aleph, 2000.

ARAÚJO, G. de A. F. 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**. 2013. Disponível em: https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548874919_c4d47f82da36cc0fc73044c42686116a.pdf Acesso em: 01 jun. 2022

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Edição rev ed. São Paulo: Edições 70, 2016.

BELO HORIZONTE. **Feira de Artes, Artesanato e Produtores de Variedades de Belo Horizonte**. 2016. Disponível em: <https://mapaculturalbh.pbh.gov.br/evento/1091/>

BRASIL. **Decreto Nº 3.551, de 4 de agosto de 2000**. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. 2000. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3551.htm. Acesso em: 14 maio 2022.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, v. 21, n. 2, p. 513–518, 2013. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v21n2/v21n2a16.pdf> Acesso em: 23 mar. 2022.

CONGONHAS. **Jubileu de Congonhas terá programação online**. 20 set. 2020. Disponível em: <https://www.congonhas.mg.gov.br/index.php/jubileu-de-congonhas-tera-programacao-online/>

CRESWEL, J. W. **Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. 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, 2006. p. 15-41.

EMMENDOERFER, M.L.; SOARES, É.B.S. Análise do desenvolvimento turístico e da denominação designada pelo governo para qualificar cidades como destinos indutores do turismo em Minas Gerais, Brasil. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, 2014. 3(21/22), 139-151. Disponível em: <https://doi.org/10.34624/rtd.v3i21/22.12011> Acesso em: 14 maio 2022.

FERRETTI, M. Feiras nordestinas: estudos e problemas. In: FERRETTI, S. (Ed.) **Reeducando o olhar: estudo sobre feiras e mercados**. São Luiz: Universidade Federal do Maranhão, 2000. p. 36–66.

FILGUEIRAS, B. S. C. **Do mercado popular ao espaço de vitalidade: o Mercado Central de Belo Horizonte**. Dissertação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2006, Disponível em: <https://www.yumpu.com/pt/document/read/12476507/beatriz-silveira-castro-filgueiras-do-mercado-popular-ao-ufri> Acesso em: 21 out. 2021.

GERHARD, F.; PEÑALOZA, V.; MATOS, F. R. N. Resiliência em feiras livres: uma análise sob a ótica sistêmica. **Organizações Em Contexto**, 2019. 15(29), 69–96. Disponível em: <https://doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v15n29p69-96> Acesso em: 14 out. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Minas Gerais. 2021. Disponível em: <https://Cidades.Ibge.Gov.Br/Brasil/Mg/Panorama> Acesso em: 14 maio 2022.

JUSTO, A. M.; CAMARGO, B. V. Estudos qualitativos e o uso de softwares para análises lexicais. Em: NOVIKOFF, C.; SANTOS, S. R. M.; MITHIDIERI, O. B. (Eds.). **Caderno de artigos: XSIAT & II Serpro**. Duque de Caxias, RJ: Universidade do Grande Rio “Professor José de Souza Herdy”, 2014. p. 37–54. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/318567734/Estudos-qualitativos-e-o-uso-de-software-pdf> Acesso em: 21 out. 2021.

LACERDA, F. R.; MENDES, G. F. A feira como lugar de memória: imagem, patrimônio e tradição na produção do espaço geográfico. **ENANGEPE**, 2017. 1886–1897. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/229298343.pdf> Acesso em: 14 out. 2021.

LAHLOU, S. L’analyse lexicale. **Variances**, v. 3, p. 13–24, 1994. Disponível em: http://eprints.lse.ac.uk/32941/1/L%27analyse_lexicale_%28Isero%29.pdf Acesso em: 03 nov. 2021

LOCATELLI, D. R. S.; EMMENDOERFER, M. L. Feira e Desenvolvimento: Um Meta-Estudo. IX EnAPG, 2022. Disponível em: <http://anpad.com.br/uploads/articles/119/approved/c0e19ce0dbabbc0d17a4f8d4324cc8e3.pdf> Acesso em: 14 maio 2022.

LOUBÈRE, L.; RATINAUD, P. **Documentation IRaMuTeQ Avertissements Table des matières**. [s.l.] Iramuteq, 2014.

MACHADO, S. F.; FONSECA FILHO, R. E. A Feira de Artesanato em Pedra Sabão, como produto turístico, na perspectiva dos artesãos, Ouro Preto-MG. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, 2014. VII(1), 39–65. Disponível em: www.ebape.fgv.br/revistaoit Acesso em: 21 out. 2021

MINAS GERAIS. Nossa Gente. 2022. Disponível em: <https://www.mg.gov.br/pagina/nossa-gente> Acesso em: 14 maio 2022.

MINAS GERAIS. Turismo. 2020. Disponível em: <https://www.mg.gov.br/pagina/turismo>. Acesso em: 14 maio 2022.

MINAS GERAIS. Conheça a história do Estado de Minas Gerais. (n.d.) Disponível em: <https://www.mg.gov.br/Pagina/Historia>. Acesso em: 14 maio 2022.

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

MIRANDA, G. M. S. **A feira na cidade: limites e potencialidades de uma interface urbana nas feiras de Caruaru (PE) e de Campina Grande (PB)**. Dissertação. Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Urbano. Universidade Federal de Pernambuco. 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3220> Acesso em: 21 out. 2021.

MOREIRA, G. et al. Perfil dos compradores de hortaliças na feira livre de Bom Jesus – PI. **Enciclopédia Biosfera**, 2012. 8(15), 2518–2527. Disponível em: <https://conhecer.org.br/ojs/index.php/biosfera/article/view/3810> Acesso em: 21 out. 2021.

MOREL, A. P. S.; REZENDE, L. T.; SETTE, R. de S. Negócio feira livre: análise e discussão sob a perspectiva do feirante. **Extensão Rural**, 2015. 22(4), 43–57. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/2318179616781> Acesso em:

MOTT, L. R. B. Feira e mercados: pistas para pesquisa de campo. In: FERRETTI, S. (Ed.), **Reeducando o olhar**: estudos sobre feiras e mercados. São Luiz: Universidade Federal do Maranhão, 2000. p. 13–34.

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. Disponível em: www.rigs.ufba.br/Palavras-chave Acesso em: 14 maio 2022.

OLIVEIRA, L. Ano da Mineiridade é destaque em reunião Conselho Estadual do Turismo de Minas Gerais. 14 dez. 2021. Disponível em: <https://jornaloespeto.com.br/2021/12/22/ano-da-mineiridade-e-destaque-em-reuniao-conselho-estadual-do-turismo-de-minas-gerais/> Acesso em: 14 maio 2022

PECIAR, P. L. R.; ISAIA, L. 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**, 2005. 4(1), 79–96. Disponível em: Acesso em: 12 ago. 2021.

PÉLISSIER, D. **Initiation à la lexicométrie: Approche pédagogique à partir de l'étude d'un corpus avec le logiciel Iramuteq (No. 6)**. Toulouse: [s.n.], 2017. Disponível em: https://presnumorg.hypotheses.org/files/2016/04/Initiation_lexico_Iramuteq_Mars2017_v6.pdf. Acesso em:

PENALOZA, V. et al. Consumo em mercados alternativos para baja renta: un estudio de la Feria de Parangaba-Brasil. **Polis**, 2015, 14(41), 481–497. Disponível em: <https://doi.org/10.4067/S0718-65682015000200028> Acesso em: 02 out. 2021.

PIERRE, M. C. P.; VALENTE, A. L. E. F. A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar. **Congresso Sober**, 2010. Disponível em: <http://www.sober.org.br/%0Apalestra/15/234.pdf> Acesso em: 02 out. 2021.

Pinho, R. B. de, & Rocha, E. Feira das pulgas na contemporaneidade: cartografia nas cidades de Buenos Aires, Montevidéu e Curitiba. **Oculum Ensaios**, 17, 1–21. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.24220/2318-0919v17e2020a4370>. Acesso em: 05 nov. 2023.

REINERT, M. Alceste une méthodologie d'analyse des données textuelles et une application: Aurelia de Gerard de Nerval. **Bulletin of Sociological Methodology**, v. 26, n. 1, p. 24–54, 1990. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/075910639002600103> Acesso em: 12 ago. 2021.

SILVA, R. N. DE S. Minas Gerais: além das commodities. **O Tempo**, 15 abr. 2022. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/opiniao/artigos/minas-gerais-alem-das-commodities-1.2654197> Acesso em: 14 maio 2022.

VERGÈS, P. **L'analyse des données par les graphes de similitude**. [s.l.] Sciences Humaines, 2001. Disponível em: <https://www.scienceshumaines.com/textesInedits/Bouriche.pdf> Acesso em: 21 out. 2021.