ÁREA TEMÁTICA: Gestão de Pessoas

A FEIRA LIVRE COMO ESPAÇO DE SOCIABILIDADE

Resumo
Este estudo analisa a feira livre como espaço de sociabilidade, considerando suas dimensões sociais, culturais, econômicas, territoriais e identitárias. A pesquisa foi desenvolvida por meio de revisão bibliográfica qualitativa de artigos publicados entre 2021 e 2026. O corpus foi composto por nove trabalhos e 21 autores, organizados em quatro *clusterss* temáticos: sociabilidade e reciprocidade; espaço público e territorialidade; cultura, memória e identidade; e economia, trabalho e agricultura familiar. Os resultados demonstram que a feira livre ultrapassa sua função comercial ao produzir vínculos sociais, preservar práticas culturais e fortalecer circuitos locais de abastecimento. Conclui-se que a feira constitui um espaço de convivência, trabalho, memória, pertencimento e apropriação coletiva da cidade.
Palavras-chave: Feira Livre, Sociabilidade, Cultura.

Abstract
This study analyzes the open-air market as a space for sociability, considering its sociais, cultural, economic, territorial, and identity-related dimensions. The research was conducted through a qualitative literature review of articles published between 2021 and 2026. The corpus consisted of nine studies by 21 authors, organized into four thematic *clusterss*: sociability and reciprocity; public space and territoriality; culture, memory, and identity; and economy, labor, and family farming. The results demonstrate that open-air markets transcend their commercial function by fostering social bonds, preserving cultural practices, and strengthening local supply chains. It is concluded that the open-air market constitutes a space for social interaction, work, memory, a sense of belonging, and collective appropriation of the city.
Keywords: Open-Air Market, Social Interaction, Culture.

1. Introdução

As feiras livres são espaços de comercialização, abastecimento e circulação de mercadorias que possuem importância econômica e social nas cidades brasileiras (Cruz *et al.*, 2022; Verano, Medina, 2021). Esses espaços aproximam produtores, comerciantes e consumidores por meio de relações diretas de compra, venda, conversa e negociação (Miranda *et al.*, 2024; Silva, Lacerda, 2022). A feira também permite a circulação de saberes, costumes, alimentos e práticas culturais associados aos territórios onde ocorre (Pereira

et al., 2023; Santos, Santos, 2023). Dessa forma, sua existência não pode ser compreendida apenas pela lógica econômica (Pereira *et al.*, 2022).

A sociabilidade presente nas feiras é construída por meio do contato direto entre os sujeitos (Silva, Lacerda, 2022). A conversa, a confiança, a amizade e a reciprocidade fazem parte das relações estabelecidas entre feirantes e consumidores (Cruz *et al.*, 2022). Esses vínculos diferenciam a feira de estabelecimentos comerciais marcados pela impessoalidade e pelo anonimato (Pereira *et al.*, 2022). A feira transforma o ato de comprar em uma experiência de convivência e reconhecimento social (Brennand, 2022).

A pergunta-problema desta pesquisa é: como a produção científica recente compreende a feira livre como local de sociabilidade e quais dimensões sociais, culturais, econômicas e territoriais são associadas a esse espaço? (Souza, 2021; Verano, Medina, 2021). O objetivo geral é analisar, por meio de revisão bibliográfica, os principais significados atribuídos à feira livre pelos estudos publicados entre 2021 e 2026 (Cruz *et al.*, 2022; Pereira *et al.*, 2022). Também se busca identificar os temas recorrentes, os conceitos utilizados e os resultados apresentados pelos pesquisadores (Miranda *et al.*, 2024; Pereira *et al.*, 2023). A pesquisa pretende ainda reconhecer lacunas e desafios presentes na literatura recente (Brennand, 2022; Santos, Santos, 2023).

A justificativa do estudo está relacionada à necessidade de superar a compreensão da feira livre como simples ponto de venda (Cruz *et al.*, 2022). As pesquisas demonstram que esses espaços participam da construção de identidades, da preservação da cultura popular e da manutenção de relações comunitárias (Pereira *et al.*, 2022; Santos, Santos, 2023). As feiras também contribuem para a agricultura familiar, para a geração de renda e para o abastecimento de populações urbanas (Miranda *et al.*, 2024; Verano, Medina, 2021). Portanto, compreender sua dimensão social permite reconhecer sua importância na organização da vida cotidiana (Brennand, 2022; Souza, 2021).

2. Fundamentação Teórica

2.1 FEIRA LIVRE E SOCIABILIDADE

A feira livre constitui um espaço de interação social no qual as relações econômicas estão associadas à convivência e à comunicação (Silva, Lacerda, 2022). A sociabilidade ocorre quando os sujeitos compartilham experiências, conversam, negociam e estabelecem formas de reconhecimento mútuo (Souza, 2021). Os frequentadores da feira não são apenas consumidores, pois também participam de práticas de amizade, confiança e pertencimento (Pereira *et al.*, 2022). A feira, portanto, pode ser entendida como uma organização social baseada em relações presenciais (Cruz *et al.*, 2022).

A confiança é um dos principais elementos que estruturam a relação entre feirantes e consumidores (Cruz *et al.*, 2022). A escolha de determinado vendedor pode estar relacionada à qualidade dos produtos, à familiaridade e à experiência acumulada nas compras anteriores (Miranda *et al.*, 2024). A confiança também possibilita práticas como a reserva de produtos, a negociação de preços e a preferência por determinados feirantes (Silva, Lacerda, 2022). Essas relações produzem uma dimensão não econômica nas trocas comerciais realizadas na feira (Pereira *et al.*, 2022).

A reciprocidade também aparece como elemento central da sociabilidade nas feiras (Cruz *et al.*, 2022). Os sujeitos trocam produtos, informações, favores, recomendações e formas de ajuda durante a experiência de compra (Verano, Medina, 2021). A feira estimula relações solidárias entre agricultores, consumidores e outros agentes locais (Verano, Medina, 2021). Essas relações contribuem para a formação de redes sociais e econômicas baseadas na proximidade (Miranda *et al.*, 2024).

A sociabilidade das feiras envolve ainda a presença de diferentes grupos sociais em um mesmo ambiente (Souza, 2021). Agricultores, comerciantes, trabalhadores, consumidores e visitantes compartilham o espaço e participam de uma dinâmica social diversificada (Pereira *et. al., 2023). Essa convivência permite a circulação de saberes, valores e experiências entre campo* e cidade (Cruz *et al.*, 2022). Assim, a feira pode ser compreendida como espaço de encontro e integração social (Brennand, 2022).

2.2 FEIRA LIVRE, ESPAÇO PÚBLICO E TERRITORIALIDADE

As feiras livres representam formas de apropriação temporária e recorrente do espaço público (Souza, 2021). Ruas, praças e avenidas passam a ser utilizadas para comércio, trabalho, circulação, lazer e convivência (Brennand, 2022). Essa ocupação modifica os fluxos e os ritmos urbanos durante o período de funcionamento da feira (Souza, 2021). O espaço público assume novos significados a partir da presença dos feirantes e frequentadores (Pereira *et al.*, 2022).

A territorialidade da feira é produzida pela relação entre os sujeitos, as mercadorias e o espaço ocupado (Souza, 2021). O território não se resume à dimensão física, pois também envolve pertencimento, memória, identidade e relações de poder (Pereira *et al.*, 2023). Os feirantes desenvolvem vínculos com determinados locais porque esses espaços representam trabalho, tradição e continuidade (Cruz *et al.*, 2022). A feira também conecta áreas rurais e urbanas por meio da circulação de produtos e pessoas (Verano, Medina, 2021).

A apropriação do espaço público pode gerar conflitos entre feirantes, consumidores e poder público (Souza, 2021). A organização das barracas

pode interferir no trânsito, na circulação de pedestres e nas políticas de ordenamento urbano (Brennand, 2022). Os interesses dos feirantes podem entrar em tensão com propostas de fiscalização, padronização e reorganização das ruas (Pereira *et al.*, 2022). Essas disputas revelam que o espaço da feira é resultado de negociações e relações de poder (Souza, 2021).

A feira também transforma espaços de passagem em lugares de encontro (Brennand, 2022). A rua deixa de cumprir apenas uma função de circulação e passa a abrigar relações de trabalho, consumo, lazer e comunicação (Souza, 2021). Essa transformação fortalece a dimensão coletiva do espaço público (Pereira *et al.*, 2023). A feira, portanto, produz lugares carregados de significados sociais e culturais (Cruz *et al.*, 2022).

2.3 FEIRA LIVRE, CULTURA E IDENTIDADE

A feira livre constitui espaço de manifestação e preservação da cultura popular (Pereira *et al.*, 2022). Nela circulam alimentos, receitas, costumes, técnicas de produção, modos de negociação e formas de convivência (Cruz *et al.*, 2022). Esses elementos são transmitidos entre gerações e contribuem para a continuidade das identidades coletivas (Pereira *et al.*, 2023). A feira preserva práticas sociais que não podem ser reduzidas à dimensão comercial (Santos, Santos, 2023).

Os produtos comercializados nas feiras possuem significados relacionados à memória e à identidade alimentar (Cruz *et al.*, 2022). Alimentos como frutas, verduras, farinhas, doces e produtos artesanais podem representar histórias familiares e tradições regionais (Pereira *et al.*, 2023). O gosto dos consumidores é construído a partir de experiências, hábitos e referências culturais (Cruz *et al.*, 2022). Dessa forma, a feira participa da produção de identidades alimentares e territoriais (Miranda *et al.*, 2024).

A identidade dos feirantes também está relacionada à tradição familiar e à continuidade do trabalho (Silva, Lacerda, 2022). Muitos trabalhadores aprenderam o ofício com pais, parentes ou membros da comunidade (Pereira *et al.*, 2023). A atividade pode representar sustento, autonomia, dignidade e pertencimento social (Santos, Santos, 2023). O trabalho na feira, portanto, possui dimensões econômicas, familiares e simbólicas (Cruz *et al.*, 2022).

As feiras também contribuem para a construção da identidade dos lugares onde são realizadas (Souza, 2021). Os dias de funcionamento, os produtos, os sons, os cheiros e os encontros passam a fazer parte da memória coletiva (Brennand, 2022). A permanência da feira produz referências espaciais para moradores e frequentadores (Pereira *et al.*, 2022). Assim, a feira articula cultura, memória, território, alimentação e identidade social (Santos, Santos, 2023).

3. Metodologia

Esta pesquisa caracteriza-se como bibliográfica, exploratória, descritiva e qualitativa (Gil, 2002). A revisão bibliográfica foi escolhida porque permite analisar diferentes interpretações científicas sobre a feira livre (Marconi; Lakatos, 204). A abordagem qualitativa possibilita compreender significados, relações sociais, experiências culturais e formas de pertencimento (Gil, 2002).

Foram selecionados artigos publicados entre 2021 e 2026 em língua portuguesa. A busca considerou os descritores “feira livre”, “sociabilidade”, “espaço público”, “territorialidade”, “cultura”, “identidade”, “agricultura familiar” e “relações sociais”. Foram consultadas bases acadêmicas como *SciELO,* Portal CAPES, *Google Scholar*, *Scopus* e *Web Of Science*. Os termos foram combinados por meio dos operadores booleanos *AND* e *OR* (Azoubel, 2019).

Foram incluídos artigos científicos publicados em periódicos classificados entre A1 e B1, conforme a área de avaliação da instituição. Também foram incluídos trabalhos que discutissem relações sociais, cultura, território, trabalho, abastecimento ou identidade nas feiras. Foram excluídos textos anteriores a 2021, trabalhos em outros idiomas, resumos de eventos, capítulos de livros, teses e dissertações. A classificação Qualis foi conferida na plataforma Qualis periódicos.

O corpus final foi composto por nove artigos (Brennand, 2022; Cruz *et al.*, 2022; Miranda *et al.*, 2024; Pereira *et al.*, 2022; Pereira *et al.*, 2023; Santos, Santos, 2023; Silva, Lacerda, 2022; Souza, 2021; Verano, Medina, 2021). Os estudos foram organizados em uma matriz contendo autoria, ano, objetivo, método e resultados. A análise foi realizada por meio de leitura temática e comparação dos resultados apresentados nos artigos. A partir dessa leitura, foram identificados quatro *clusterss* temáticos qualitativos.

4. Análise e Discussão dos Resultados

A análise do corpus revelou que a feira livre é compreendida como um fenômeno social complexo (Cruz *et al.*, 2022). Os estudos não tratam a feira somente como local de venda, mas como espaço de relações, cultura, trabalho e identidade (Pereira *et al.*, 2023; Silva, Lacerda, 2022). Os resultados foram organizados em quatro *clusters* temáticos principais. Cada *clusters* reúne trabalhos que apresentam aproximações conceituais e resultados semelhantes conforme o Quadro 1 e Quadro 2.

Quadro 1 – Corpus bibliográfico analisado

Estudo	Citação	Foco principal	Procedimento
Dinâmica socioespacial das feiras	(Souza, 2021)	Espaço urbano e sociabilidade	Pesquisa bibliográfica

Feiras que promovem a inclusão	(Verano; Medina, 2021)	Agricultura familiar e confiança	Entrevistas qualitativas
Comprando qualidade	(Cruz et al., 2022)	Reciprocidade, gosto e identidade alimentar	Entrevistas e análise de dados
Fazer a feira e conversar	(Silva; Lacerda, 2022)	Representações sociais e interação	Questionários e revisão bibliográfica
Feira-livre como experiência de Bem Viver	(Pereira et al., 2022)	Convivência, resistência e cultura	Ensaio teórico
A feira e o viaduto	(Brennand, 2022)	Consumo, afeto e espaço público	Pesquisa bibliográfica e etnografia
Expressões econômicas da feira-livre	(Pereira et al., 2023)	Renda, trabalho e agricultura familiar	Entrevistas com feirantes
Espaço e gênero	(Santos; Santos, 2023)	Trabalho e autonomia das mulheres	Pesquisa bibliográfica e exploratória
Comercialização nas feiras	(Miranda et al., 2024)	Circuitos curtos e comercialização	Estudo de caso

Fonte: Elaborado com base no corpus bibliográfico de Souza (2021), Verano e Medina (2021), Cruz *et al.* (2022), Silva e Lacerda (2022), Pereira *et al.* (2022), Brennand (2022), Pereira *et al.* (2023), Santos e Santos (2023) e Miranda *et al.* (2024).

Quadro 2 – *Clusterss* temáticos identificados

Clusters	Tema central	Principais dimensões	Estudos associados
Clusters 1	Sociabilidade, confiança e reciprocidade	Conversa, amizade, reconhecimento, negociação e vínculos sociais	(Cruz *et al.*, 2022; Pereira *et al.*, 2022; Silva, Lacerda, 2022; Verano, Medina, 2021)
Clusters 2	Espaço público e territorialidade	Apropriação das ruas, conflitos urbanos, pertencimento e uso do território	(Brennand, 2022; Pereira *et al.*, 2023; Souza, 2021)
Clusters 3	Cultura, memória e identidade	Saberes, alimentos, tradições, identidade alimentar e memória coletiva	(Cruz *et al.*, 2022; Pereira *et al.*, 2022; Pereira *et al.*, 2023; Santos, Santos, 2023)
Clusters 4	Economia, trabalho e agricultura familiar	Renda, comercialização, circuitos curtos, autonomia e abastecimento	(Miranda *et al.*, 2024; Pereira *et al.*, 2023; Santos, Santos, 2023; Verano, Medina, 2021)

Fonte: Elaborado com bases no corpus bibliográfico de Souza (2021), Verano e Medina (2021), Cruz *et al.* (2022), Silva e Lacerda (2022), Pereira *et al.* (2022), Brennand (2022), Pereira *et al.* (2023), Santos e Santos (2023) e Miranda *et al.* (2024).

O primeiro *clusters* demonstra que a sociabilidade constitui uma dimensão central da feira livre (Silva, Lacerda, 2022). As relações entre feirantes e consumidores são construídas por meio da conversa, da confiança e da reciprocidade (Cruz *et al.*, 2022). A feira promove relações solidárias entre agricultores, consumidores e outros agentes locais (Verano, Medina, 2021). Essas relações diferenciam a feira de formas comerciais baseadas exclusivamente na impessoalidade (Pereira *et al.*, 2022).

O segundo *clusters* evidencia a relação entre feira, espaço público e territorialidade (Souza, 2021). As ruas e praças são transformadas em espaços de comércio, encontro, trabalho e circulação (Brennand, 2022). A feira também produz conflitos relacionados à fiscalização, ao trânsito e à organização urbana (Souza, 2021). Esses conflitos demonstram que o território é construído por diferentes interesses e formas de apropriação (Pereira *et al.*, 2023).

O terceiro *clusters* reúne estudos que destacam a cultura, a memória e a identidade (Cruz *et al.*, 2022). Os alimentos comercializados carregam significados relacionados aos costumes e às histórias das comunidades (Pereira *et al.*, 2023). A feira também preserva saberes tradicionais e formas de trabalho transmitidas entre gerações (Santos, Santos, 2023). A cultura da feira é produzida pela combinação entre produtos, pessoas, práticas e memórias (Pereira *et al.*, 2022).

O quarto *clusters* está relacionado à economia, ao trabalho e à agricultura familiar (Verano, Medina, 2021). As feiras funcionam como canais de comercialização direta e como alternativas aos mercados convencionais (Miranda *et al.*, 2024). A renda obtida pelos feirantes pode ser fundamental para a manutenção das famílias (Pereira *et al.*, 2023). Além disso, as feiras fortalecem o abastecimento local e aproximam produtores e consumidores (Cruz *et al.*, 2022).

Quadro 3 – Síntese dos resultados por *clusters*

Clusters	Resultado principal	Evidências recorrentes	Limitações identificadas
Sociabilidade	A feira cria vínculos sociais e relações de confiança	Conversas, amizade, reciprocidade e reconhecimento (Cruz *et al.*, 2022; Silva, Lacerda, 2022)	Predomínio de estudos qualitativos localizados (Verano, Medina, 2021)

Espaço e território	A feira transforma ruas e praças em lugares de encontro	Apropriação urbana, circulação e conflitos (Brennand, 2022; Souza, 2021)	Poucos estudos comparativos entre cidades (Pereira *et al.*, 2022)
Cultura e identidade	A feira preserva memórias, saberes e identidades alimentares	Produtos tradicionais, costumes e transmissão geracional (Cruz *et al.*, 2022; Pereira *et al.*, 2023)	Necessidade de maior atenção às diferenças regionais (Santos, Santos, 2023)
Economia e trabalho	A feira gera renda e fortalece circuitos curtos	Agricultura familiar, abastecimento e autonomia (Miranda *et al.*, 2024; Verano, Medina, 2021)	Persistência de problemas de infraestrutura e comercialização (Pereira *et al.*, 2023)

Fonte: Elaborado com base no corpus bibliográfico de Souza (2021), Verano e Medina (2021), Cruz *et al.* (2022), Silva e Lacerda (2022), Pereira *et al.* (2022), Brennand (2022), Pereira *et al.* (2023), Santos e Santos (2023) e Miranda *et al.* (2024).

A organização dos estudos em *clusterss* demonstra que as dimensões social e econômica não aparecem separadas (Cruz *et al.*, 2022). A sociabilidade favorece a confiança, enquanto a confiança fortalece as relações comerciais (Verano, Medina, 2021). A cultura influencia os gostos, e os gostos interferem na escolha dos produtos e dos feirantes (Pereira *et al.*, 2023). O território, por sua vez, articula circulação de mercadorias, pessoas, memórias e identidades (Souza, 2021).

5. Conclusão e Contribuições

A pesquisa demonstrou que a feira livre é um espaço de sociabilidade, trabalho, cultura e apropriação territorial (Silva, Lacerda, 2022; Souza, 2021). Os estudos analisados identificaram relações de confiança, reciprocidade e reconhecimento entre feirantes e consumidores (Cruz *et al.*, 2022; Verano, Medina, 2021). Essas relações mostram que a feira não pode ser interpretada apenas como um estabelecimento comercial (Pereira *et al.*, 2022). Sua importância está relacionada à capacidade de articular dimensões econômicas e sociais (Miranda *et al.*, 2024).

Os *clusterss* temáticos indicaram que a sociabilidade, o espaço público, a cultura, a identidade, o trabalho e a agricultura familiar são dimensões interdependentes (Pereira *et al.*, 2023). A conversa e a confiança influenciam as relações de compra (Silva, Lacerda, 2022). A ocupação das ruas produz territorialidades e conflitos urbanos (Souza, 2021). Os alimentos e os costumes comercializados contribuem para a preservação da memória e da identidade coletiva (Cruz *et al.*, 2022).

Os resultados também demonstraram que as feiras são importantes para a agricultura familiar e para os circuitos curtos de comercialização (Miranda *et al.*, 2024; Verano, Medina, 2021). A venda direta aproxima produtores e consumidores e pode fortalecer a economia local (Pereira *et al.*, 2023). A atividade dos feirantes também contribui para a autonomia econômica de muitas famílias (Santos, Santos, 2023). Entretanto, persistem dificuldades relacionadas à infraestrutura, à organização coletiva e ao apoio do poder público (Pereira *et al.*, 2023).

A análise do corpus bibliográfico evidência que as feiras livres enfrentam desafios em diferentes dimensões sociais, culturais, econômicas e territoriais. No âmbito da sociabilidade, observa-se a redução da feira à sua função estritamente comercial, o que compromete seu papel como espaço de convivência e interação social (Silva; Lacerda, 2022). Como alternativa, recomenda-se o reconhecimento da feira como patrimônio cultural e comunitário, valorizando suas múltiplas funções sociais (Pereira *et al.*, 2022). Na dimensão territorial, destacam-se conflitos relacionados ao trânsito, à ocupação do espaço urbano e à fiscalização (Souza, 2021), indicando a necessidade de políticas públicas participativas para a organização desses espaços (Brennand, 2022). Em relação à cultura, verifica-se o risco de perda de saberes, tradições e práticas locais (Cruz *et al.*, 2022), o que reforça a importância de ações voltadas à valorização da memória coletiva e dos produtos tradicionais (Pereira *et al.*, 2023). Sob a perspectiva econômica, a literatura aponta a instabilidade da renda e as dificuldades de comercialização enfrentadas pelos feirantes (Miranda *et al.*, 2024), evidenciando a necessidade de fortalecer os circuitos curtos de comercialização e ampliar as políticas de apoio à agricultura familiar (Verano; Medina, 2021). Por fim, na dimensão de gênero, destaca-se a invisibilidade do trabalho feminino nas feiras livres (Santos; Santos, 2023), tornando essencial o reconhecimento e a valorização da participação e da autonomia das mulheres feirantes (Santos; Santos, 2023).

Conclui-se que a feira livre é um espaço social complexo, no qual se articulam comércio, cultura, memória, território, trabalho e identidade (Cruz *et al.*, 2022). A sociabilidade constitui uma de suas principais características, pois permite a formação de vínculos que ultrapassam o ato de compra e venda (Silva, Lacerda, 2022). As feiras também preservam práticas culturais e fortalecem relações entre campo e cidade (Pereira *et al.*, 2023). Portanto, sua manutenção depende de políticas públicas que reconheçam simultaneamente suas funções econômicas, sociais e culturais (Souza, 2021).

Referências

AZOUBEL, M. S. Como planejar e executar buscas na literatura científica?. **Perspectivas em análise do Comportamento**, v. 10, n. 2, p. 256-266, 2019.

BRENNAND, J. M. de A. A feira e o viaduto: espaços de consumo após a reconfiguração da principal via de acesso a Madureira. **Diálogo com a Economia Criativa**, v. 7, n. 20, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.22398/2525-2828.7208399. Acesso em: 03 jul. 2026.

CRUZ, M. S. da; RIBEIRO, E. M.; PERONDI, M. A.; ARAÚJO, A. M.; MALTEZ, M. A. P. da F. Comprando qualidade: costume, gosto e reciprocidade nas feiras livres do Vale do Jequitinhonha. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 60, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.245926. Acesso em: 18 jun. 2026.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2004.

MIRANDA, S. P.; WEGNER, R. C.; DIAS, A. Comercialização nas feiras da agricultura familiar: um estudo de caso sobre a estrutura desses canais**. Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 62, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1806-9479.2023.270700pt. Acesso em: 10 jul. 2026.

PEREIRA, S. B.; BRITO, T. P.; PEREIRA, V. G. Feira-livre como experiência de Bem Viver: uma expressão pulsante das resistências cotidianas. **PerCursos**, Florianópolis, v. 23, n. 53, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.5965/1984724623532022180. Acesso em: 07 jun. 2026.

PEREIRA, V. G.; PEREIRA, M. de S.; BRITO, T. P.; GOULART, A. L. D. J.; PEREIRA, S. B. Expressões econômicas da feira-livre: perfil e perspectiva dos feirantes**. Revista NUPEM**, v. 15, n. 35, p. 205-225, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.33871/nupem.2023.15.35.205-225. Acesso em: 29 jun. 2026.

SANTOS, M.; SANTOS, J. C. dos. Espaço e gênero. **Brazilian Geographical Journal**, v. 14, n. 2, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.14393/bgj-v14n2-a2023-63018. Acesso em: 14 jul. 2026.

SILVA, P. L. B. da; LACERDA, R. Fazer a feira e conversar. **Estudos de Sociologia**, v. 27, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.52780/res.v27i00.15758. Acesso em: 01 jun. 2026.

SOUZA, J. V. da S. Dinâmica socioespacial das feiras livres em Boa Vista-Roraima-Brasil: a feira do Garimpeiro e a feira do Pintolândia. **Revista Geotemas**, v. 11, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.33237/2236-255x.2021.2796. Acesso em: 24 jun. 2026.

VERANO, T. de C.; MEDINA, G. Feiras que promovem a inclusão de agricultores familiares em cadeias curtas de comercialização. **Estudos**

Sociedade e Agricultura, v. 29, p. 197-218, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.36920/ESA-V29N1-11. Acesso em: 12 jul. 2026.