

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – DOUTORADO  
LINHA DE PESQUISA GESTÃO ORGANIZACIONAL E REGIONALIDADE**

ISABELA LADEIA SANTOS

[isa.ladeia@hotmail.com](mailto:isa.ladeia@hotmail.com)

(38) 98828-4578

**CONSTRUÇÃO DE SENTIDO E PRÁTICAS ORGANIZATIVAS DE FEIRAS-  
LIVRES: UM ESTUDO DA PERSPECTIVA DA SUSTENTABILIDADE URBANA  
REGIONAL/LOCAL**

Projeto apresentado ao Consórcio Doutoral do ENGEMA, como contribuição para o desenvolvimento de Projeto de Tese.

**Área de Concentração:** Regionalidade e Gestão.

**Linha de Pesquisa:** Gestão Organizacional e Regionalidade

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Jacqueline Florindo Borges

**UBERLÂNDIA – MG  
2025**

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	2
2 REFERENCIAL TEÓRICO .....	5
2.1 Regionalidade: Aspectos Geográficos e Sociais .....	5
2.2 Construção de Sentido das Práticas Organizativas .....	6
2.3 Feiras-livres: Conceito e Práticas Organizativas .....	9
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	13
REFERÊNCIAS .....	15

## 1 INTRODUÇÃO

Esta proposta de tese tem como base dois campos de estudo: a construção de sentido de práticas organizativas e a regionalidade. A partir desses dois temas centrais busca-se refletir sobre as práticas de feirantes em feiras livres de duas regiões do Estado de Minas Gerais. O primeiro tema está fundamentado em estudos do campo da administração e o segundo tema está fundamentado em estudos dos campos: geografia regional e sociologia regional. Os feirantes responsáveis pelas práticas que dão origem às feiras-livres constituem o público pesquisado.

Em relação ao tema construção de sentido de práticas organizativas, esse tema conecta dois conjuntos de estudo: “construção de sentido” (*sensemaking*) e “práticas organizativas”. Nesta pesquisa, utiliza-se os estudos de Schatzki (2001a), filósofo que contribuiu significativamente para os estudos da prática e do conceito de práticas organizativas: o sentido das práticas sociais dos e para os indivíduos. Para esse autor, as práticas podem ser compreendidas como atividades humanas organizadas por dizeres e fazeres corporais, tendo em vista que as práticas são realizadas pelos corpos a partir do sentido que as pessoas constroem dessas práticas. Ainda na presente pesquisa, emprega-se a abordagem de Certeau (1994) sobre as práticas cotidianas; e, o conceito de gestão ordinária de Carrieri, Perdigão e Aguiar (2014).

As práticas de trabalho nem sempre são acessíveis, mensuráveis ou observáveis. Ao mesmo tempo em que são ocultas, muitas vezes exprimem algo ensinável, transferível ou que pode ser reproduzido, os atores realizam suas ações em um cenário histórico-cultural em evolução constante, em que o provisório e o histórico combinam-se com o fazer cotidiano dos atores conforme Corradi, Gherardi e Verzelloni (2010).

Quanto ao conceito de construção de sentido, esse busca identificar uma relação entre a corporificação e as práticas, ou seja, a construção de sentido por meio do *sensemaking*. O conceito de *sensemaking* tem origem no campo da psicologia social, foi introduzido nos estudos de gestão por Weick (1995) para falar sobre um processo de atribuição de significados pelos sujeitos em um contexto socialmente vivenciado. Por meio de proposições identificadas pelo autor, o *sensemaking* é percebido como um processo em curso no qual os atores extraem pistas para identificar a plausibilidade de um contexto, ou seja, quais alternativas podem explicar um fenômeno ou uma prática. A criação de sentido emerge em situações práticas e está conectada com a realidade vivida no cotidiano (Bolt; Tregidat, 2023).

**O tema desta pesquisa** trata das práticas organizativas nas feiras livres, organizadas por feirantes, seus fazeres e dizeres que criam significados. As feiras livres são uma das formas mais antigas de varejo no Brasil (Mascarenhas; Dolzani, 2008). Essas organizações socioeconômicas estão, atualmente, presentes nas cidades do Brasil. Internacionalmente, as feiras livres recebem o nome de *Farmer's Market*, em tradução livre “mercado dos agricultores” ou “mercados agrícolas”. Em Uganda, os mercados dos agricultores são lugares em que os agricultores se reúnem para vender produtos frescos, marcados pela característica de serem provenientes de uma área local definida (Nalubowa *et al.*, 2024). Estes mercados são encontrados normalmente ao ar livre, em parques, estacionamentos ou instalações públicas adjacentes. Em mercados italianos são encontradas estruturas permanentes e incluem a presença dos revendedores de produtos em grandes quantidades ou escala (Vecchio, 2011). Em estudo de feiras livres protagonizadas por comunidades específicas de imigrantes e comunidades de agricultores locais, Schoolman (2020, p. 2) analisa se “a comercialização de alimentos locais está de fato associada a níveis mais elevados de engajamento cívico entre os agricultores” que comercializam os seus produtos em feiras livres, ou seja, se os “agricultores que comercializam alimentos locais se sentem mais responsáveis por suas comunidades”.

No Brasil, as feiras livres são organizações que possuem uma característica peculiar, são organizações fluidas e que exigem processos de montagem e desmontagem a cada novo dia de feira. Durante a semana, os espaços são ocupados pelo trânsito de veículos e uma vez por

semana o espaço se transforma, passa a ser ocupado pelas bancas, produtos, vendedores e compradores (Bernardo, 2014; Sato, 2007, 2012). Assim, compreender as práticas organizativas nas feiras livres se justifica pelas transitoriedades frequentes pela qual elas passam, pois além de existir em um tempo e espaço determinado, essas barracas podem existir também em locais diferentes em outros dias da semana (Silva; Cruz; Vidal, 2022).

A tese que se defende na presente pesquisa é:

A regionalidade produz similaridades e diferenças em práticas organizativas e na construção de sentido das atividades das feiras livres. Além das dimensões econômica, sociocultural e ambiental das feiras livres, a dimensão organizacional das feiras livres pode ser compreendida a partir dos estudos de suas práticas organizativas e do processo de construção de sentidos dessas práticas. A dimensão organizacional, estudada a partir de uma abordagem regional, portanto, amplia a compreensão das feiras livres ao refletir a cultura e as vivências próprias de cada região.

As feiras livres que ocorrem nas diversas cidades brasileiras contribuem com a geração de renda, o fortalecimento da agricultura familiar, bem como identidade cultural. O conceito de região para Sousa, Theis e Barbosa (2020) refere-se a um espaço de conflito e luta social, marcado pelas pessoas e atividades produtivas ali realizadas. A discussão sobre as territorialidades das feiras livres perpassa a formação econômica territorial regional, já que estão presentes nos sistemas de mercado regional e assumem um papel de destaque (Dantas, 2008). É dessa relação regional que parte a inovação deste estudo, identificar as práticas organizativas nos processos comerciais que acontecem nas feiras livres localizadas nas cidades de Uberlândia-MG e Montes Claros-MG. O problema de pesquisa do presente estudo é: **como a regionalidade impacta as práticas organizativas e a construção de sentido dos feirantes sobre as feiras livres que moldam o espaço urbano das cidades?**

O objetivo geral da presente pesquisa é **analisar o papel da regionalidade na construção de sentido de práticas organizativas em feiras-livres das cidades de Uberlândia-MG e Montes Claros-MG localizadas em duas regiões distintas do estado de Minas Gerais.**

Os objetivos específicos são:

- 1) identificar as práticas organizativas nas feiras livres de Uberlândia-MG e Montes Claros-MG;
- 2) pesquisar a construção de sentido (*sensemaking*) que os feirantes criam, mantêm ou transformam acerca de suas práticas no trabalho em feiras-livres de Uberlândia-MG e Montes Claros-MG.
- 3) analisar como a regionalidade modela essas práticas organizativas e a construção de sentido dessas práticas pelos feirantes que atuam nas feiras-livres de Uberlândia-MG e Montes Claros-MG;
- 4) propor uma dimensão organizacional articulada às dimensões sociocultural, econômica e ambiental das feiras livres.

Este estudo se justifica, no aspecto teórico, ao trazer a perspectiva da regionalidade para os estudos da administração em um contexto de construção de sentido por meio do *sensemaking* e práticas organizativas. Este estudo se justifica empiricamente, devido aos feirantes precisarem das feiras livres, pois constituem fonte de sobrevivência do grupo familiar (Bernardo, 2014; Sato, 2012). Ao discutir e sobre as práticas organizativas nas feiras livres, isto pode trazer aos feirantes a conscientização e construção de sentido das suas ações e práticas que são realizadas e/ou que podem ser modificadas a fim de uma melhor organização e gestão da sua barraca.

Quanto ao seu caráter inovador, este estudo traz o conceito de regionalidade para analisar os sentidos construídos pelos feirantes de Uberlândia-MG e Montes Claros-MG

enquanto identifica as práticas organizativas utilizadas nas feiras livres. Uma segunda contribuição inovadora está na proposta de apresentar a dimensão organizacional das feiras livres com base nos aspectos da regionalidade.

Quanto às contribuições sociais e ambientais para a noção de sustentabilidade urbana, esta pesquisa aborda as feiras livres enquanto empreendimentos urbanos que de acordo com uma agenda de dias e horários passam a existir em determinado bairro e mudam a paisagem urbana das cidades. Conforme Acselrad (1999, p. 79), “a noção de sustentabilidade remete antes à lógica das práticas, em que efeitos práticos considerados desejáveis são levados a acontecer”, portanto a aplicação da noção de sustentabilidade ao espaço urbano, aciona “diversas representações para a gestão das cidades, desde a administração de riscos e incertezas ao incremento da ‘resiliência’ – a capacidade adaptativa – das estruturas urbanas”. Considerando os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS, as feiras livres contribuem com o ODS 2 “Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável” (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada- IPEA, 2019. p. 1) e o ODS 8 “Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos” (IPEA, 2019. p. 1), dando destaque ao objetivo 8.9, que propõe “Até 2030, elaborar e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que gera empregos e promove a cultura e os produtos locais” (IPEA, 2019. p. 1). Um estudo de Barbosa (2008) mostra essa relação entre uma feira de artesanato de Montes Claros como um ponto turístico.

Nessa perspectiva de busca por melhorias sociais e ambientais no espaço das cidades, a sustentabilidade urbana evidencia o papel de agentes que protagonizam práticas de bem-estar para as pessoas em um espaço sustentável; também exige que se considere as especificidades locais das cidades, municípios, regiões para uma definição de políticas públicas que integrem as diferentes dimensões da sustentabilidade: econômica, sociocultural e ambiental.

O presente projeto é composto por este capítulo que introduz a pesquisa. No segundo capítulo é realizada revisão da literatura contemplando o conceito de Regionalidade e seus aspectos geográficos e sociais, e os estudos sobre Construção de Sentido (*Sensemaking*) e Práticas Organizativas. Também são apresentadas as feiras livres em relação aos seguintes aspectos: histórico, econômico, social, cultural e de práticas organizativas e o terceiro capítulo apresenta os procedimentos metodológicos a serem utilizados neste estudo.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Regionalidade: Aspectos Geográficos e Sociais

Nesta seção, busca-se compreender o conceito de regionalidade a partir de conceitos correlatos em estudos do campo da **geografia regional e sociologia regional**. Na **perspectiva geográfica**, o conceito de região foi discutido ao longo dos anos sem que houvesse um consenso (Monasterio; Cavalcante, 2011).

A questão que o conceito de região busca responder diz respeito a uma diferenciação do espaço, seja pela abordagem quantitativa, como as desigualdades socioeconômicas, ou por diferenças qualitativas, que podem ser observadas em aspectos culturais como etnia, língua, religião ou gênero (Haesbaert, 2021). Para Haesbaert (2021), a regionalização refere-se a recortes uniformes ou coesos no espaço com base em um período histórico, representa, portanto, o processo de rearticulação da região.

A regionalidade corresponde à propriedade de ser regional, envolve a identificação da população habitante com sua região, estando os indivíduos dessa população dentro ou fora dessa região. A regionalidade envolve a criação de uma realidade e das representações regionais que alimenta “o imaginário e a construção simbólica, moldando o vivido regional e a vivência e produção concretas da região, por sua vez, alimentando suas configurações simbólicas” (Haesbaert, 2010. p. 8).

Ainda na perspectiva geográfica, o estudo sobre a região ocorre por meio da Geografia Regional. Santos e Alvim (2022) argumentam que a geografia regional é uma subárea do conhecimento da geografia, essencial para a compreensão das regionalizações realizadas por meio dos agentes governamentais. Os autores definem que regionalizar refere-se organizar o território em partes para determinadas finalidades como econômicas, políticas, sanitárias, culturais ou administrativas.

A geografia como área de conhecimento sempre buscou entender a relação do homem e o meio ao seu redor, tendo como objeto de estudo o social e o natural que por vezes podem seguir direções diferentes (Paula; Souza; Anute, 2021). Fabrício, Araújo e Mendes (2023) entendem que o objeto de estudo da geografia é o espaço geográfico e isso se deve ao fato de que o homem ao se relacionar com a natureza pelos meios de vida (território, lugar, paisagem e região) resulta em uma ação transformadora. Em busca de sobrevivência, o homem exerce controle na natureza pela cultura, tendo em vista que a transformação realizada depende da herança instrumental e cultural do homem (Fabrício; Araújo; Mendes, 2023).

O espaço e sua dimensão relacional é visto como um dos pilares da geografia no estudo de questões sociais, mas nem sempre foi assim, pois a visão de espaço geográfico se atrelava exclusivamente às questões naturais (Paula; Souza; Anute, 2021). O espaço passou a ser um objeto da geografia quando os pesquisadores se voltaram para o objeto de estudo da geografia e não apenas estudar a geografia como fim em si própria (Santos, 2004).

Na perspectiva da sociologia, especificamente da sociologia regional, a região é compreendida como um conjunto de elementos que coexistem em um espaço determinado. Esses elementos são: fundamentos fisiográficos, fatores econômicos e culturais relacionados diretamente aos recursos que o próprio meio proporciona. A região é estabelecida pela integração do homem com suas instituições, costumes, atividade econômica, habitação, alimentação e cultura. Ou seja, a região é um conjunto de elementos geográficos, econômicos e culturais (Diégues Júnior, 1952).

A abordagem social possui uma perspectiva que considera o ator ou sujeito territorializado, que reconhece que os sujeitos não apenas estão submetidos ao mundo social e cultural, mas que também possuem vínculos com o território e seus lugares, de modo que cada um possui seus próprios signos e profundidades. Estes atores passam a ter uma relação muito

forte com o território, de modo que as particularidades do território influenciam e deixam marcas nos sujeitos, pela materialização de memórias individuais e/ou coletivas que ajudam na formação de identidade e nos cursos de ação adotados no espaço em questão (Lindón, 2012).

Conforme afirma Lindón (2012, p. 606) “os sociólogos contemporâneos [...] consideram que o social emerge nas práticas concretas dos sujeitos, nas maneiras como elas são realizadas, nos conhecimentos que eles colocam em jogo nas diversas situações que se articulam no mundo da vida cotidiana. A autora elenca que a rotinização, habituação e institucionalização são processos sociais que acontecem na construção de práticas cotidianas dos atores. As práticas implicam uma condição de encontro entre outros atores externos que fazem parte de sua performance. Estes encontros são chamados de “situações” e ocorrem em fragmentos espaço-temporais, em meio a construções sociais espacializadas (Lindón, 2012).

A questão regional vista sob uma perspectiva sociológica discute também sobre regionalização, regionalismo e regionalidade. A regionalização, para Perrotta e Porcelli (2018) refere-se a um processo que acompanha o aumento das atividades e interações dentro de uma região. O regionalismo pode ser entendido como o uso político da identidade regional que grupos de pessoas desenvolvem com o espaço regional por meio de identificação consciente, política, cultural e sentimental.

Por meio da regionalidade, pode ocorrer a transmissão de um conjunto de características que possibilitam a identificação de um determinado grupo de indivíduos que serão a base de formação de uma região. São, portanto, as relações formadas pelos indivíduos, sua extensão e a mentalidade que compartilham que são bases para definir uma região e algumas regiões existem apenas em um sentido simbólico que é construído por um conjunto de significados (Pozenato, 2003).

Cabe destacar que a construção de regionalismo pode ser carregada de características estigmatizadas, que não refletem a realidade das pessoas, costumes e cultura de uma região. No livro “A invenção do Nordeste e outras artes”, Albuquerque Junior (2017) argumenta que a região Nordeste do Brasil foi construída de forma pejorativa, pelas vozes externas a região, vista como um lugar do atraso, do rural, da pobreza. Uma oposição ao Sudeste, visto como um lugar de riqueza e avanços.

Outra invenção regional é encontrada no livro “Imagem de Minas” de Fernando Correia Dias (1971), que retrata a história do estado de Minas Gerais. A percepção que se criou do mineiro é de alguém “caladão e desconfiado, introvertido e austero, mas hospitaleiro, inteligente e bom: ele foi e continua sendo figura de primeiro plano na vida política e cultural do País” (Dias, 1971, p. 27). São invenções por meio de discursos disseminados que acabam por caracterizar uma região de forma limitante, desconsiderando as multiplicidades existentes ali dentro. Na presente pesquisa, busca-se dar vozes para que seja o próprio sujeito aquele que define o que considera como sua região.

## **2.2 Construção de Sentido das Práticas Organizativas**

Os termos “organizar” e “organização” emergem nos estudos de gestão e nos estudos organizacionais a partir de Fayol (1918), por serem pensados como uma função do administrador e uma etapa do processo administrativo, respectivamente. O autor propôs cinco funções gerenciais (ou cinco etapas do processo administrativo): planejar (planejamento), organizar (organização), coordenar (coordenação), comandar (comando) e controlar (controle). Essa concepção se disseminou no ensino de administração e novos estudos surgiram sobre as funções do administrador, dentre eles, o estudo de Jucius e Schelender (1972) que propuseram que as funções administrativas são: planejamento, organização, direção (que reúne as funções de coordenar e comandar) e controle.

Em um estudo dos anos 1970, Mintzberg (1973, 1990) apresenta uma outra concepção do trabalho de gestores e contesta a linearidade do processo administrativo proposto por Fayol (1918). Ao invés de 5 funções gerenciais, o autor define 10 papéis gerenciais que podem ser praticados isoladamente e/ou de forma interdependente e caracterizados pela não linearidade. Na abordagem do autor, o trabalho dos gestores se relaciona com a prática cotidiana nas organizações: (1) papéis interpessoais – representante da empresa (*figurehead*), líder, contato; (2) papéis informacionais: monitor, disseminador, porta-voz; (3) papéis decisórios: empreendedor, resolvidor de conflitos, alocador de recursos e negociador. Neste estudo, a função “organizar” (Fayol, 2018) está diluída ou distribuída em diferentes papéis gerenciais: líder, contato, monitor, alocador de recursos, disseminador, negociador (Lamond, 2004). Em outro estudo, Mintzberg (2010) analisa as variedades pouco conhecidas da gestão, ressaltando o trabalho de um gestor de um campo de refugiados da Cruz Vermelha, o regente de uma orquestra, o diretor de uma ONG e, ainda, um presidente de um banco com várias agências.

Mintzberg (1973) analisa o que gestores fazem e como fazem. Essa concepção transfere o foco para a prática gerencial, para as pessoas e suas habilidades, as informações que gestores utilizam na tomada de decisão, as ações que resultam dessas decisões e as pressões do dia a dia que levam esses a buscarem/adotarem práticas que geram mais previsibilidade e reduzem a incerteza e que podem tornar sistemas e instituições melhores.

O autor também analisou o uso de práticas por gestores cujas ações são afetadas por excepcionalidades: quando outros padrões de comportamento gerencial emergem. Mintzberg (2001) analisou o trabalho de dois gerentes de abrigos da Cruz Vermelha em condições caóticas ou temporariamente caóticas em que as formas convencionais de gestão não criariam sistemas melhores ou não permitiram a sobrevivência do sistema. Nestes casos de gestão da excepcionalidade, o controle é menos eficiente que o convencimento, a conexão ou vínculo das pessoas com o sistema é mais eficiente do que reforço da liderança.

Para Lamond (2004), o debate sobre quem estava certo: Fayol ou Mintzberg, que permeou o século XX, deve dar origem a outra análise: de reconciliação, visto que Fayol abordou o que a gestão deveria ser e Mintzberg abordou o que a gestão é. Para além desse debate, nos anos 1970 emergiu também uma outra concepção sobre organizar, fundamentada na psicologia social: *organizing*, conforme propôs Weick (1979). Um processo contínuo que lida com fluxo de ações, eventos e informações incompletas e distorcidas que implicam o esforço de gestores para “estabilizar significados”. Assim, a construção de sentido – *sensemaking* – torna-se uma característica permanente do trabalho de gestores.

O *sensemaking* caracteriza-se pela produção de significados e processos de interpretação que são gerados por meio da reflexão dos fenômenos realizada por indivíduos ou grupos (Bolt; Tregidga, 2023). O conceito de *sensemaking* organizacional foi desenvolvido por Weick (1995) em seu livro *Sensemaking in organizations*. Todavia a conexão entre *organizing* e *sensemaking* já estava presente em seu estudo “*The social psychology of organizing*” (Weick, 1979).

Weick (1995) identificou que o *sensemaking* implica em um processo composto por sete características complementares que distingue o *sensemaking* de outros processos explicativos, interpretativos e de atribuição. As sete características são: 1) fundamentado na construção de identidade; 2) retrospectivo; 3) promulgado em ambientes sensíveis; 4) social; 5) em curso; 6) focado em pistas extraídas e 7) impulsionado pela plausibilidade em vez de precisão. As sete proposições do que se refere o *sensemaking* não significam que irão seguir necessariamente esta ordem ou que sejam verdades absolutas, Weick (1995) enfatiza que estas proposições são diretrizes aproximadas para compreender a criação de sentido, seu funcionamento e possíveis falhas.

Os processos de criação de sentido organizacional surgem de situações práticas vivenciadas no cotidiano dos atores. Estes processos vão além da interpretação a medida em

que as pessoas conseguem desempenhar um papel de construção de suas próprias realidades ao mesmo tempo em que buscam compreendê-la (Bolt; Tregidga, 2023). Metz, Van Rensburg e Davis (2024) argumentaram que a teoria do *sensemaking* se relaciona intimamente com os estudos de estratégia como prática. Para elas, o *sensemaking* está centrado no contexto social em que o significado é construído em processos colaborativos de ambientes relacionais, além disso, a criação de sentido é realizada com base nas experiências significativas vividas pelos atores sociais.

Uma crítica foi realizada por Sandberg e Tsoukas (2015) a respeito da abordagem originalmente desenvolvida por Weick (1995). Para eles, Weick (1995) propõe o *sensemaking* com um processo em curso, sendo essa uma das proposições da abordagem teórica, porém o que eles perceberam é que comumente o *sensemaking* é analisado com base em episódios distintos em rápido movimento que foram interrompidos e precisam ser restaurados. Neste estudo, os autores introduzem o conceito de *sensemaking* imanente, como um processo realmente contínuo, caracterizado pelas ações rotineiras que as pessoas realizam sem pensar deliberadamente sobre a forma como são feitas (Sandberg; Tsoukas, 2015).

O *sensemaking* imanente é uma perspectiva da teoria que tem a prática como um elemento fundamental. Há um destaque nas práticas cotidianas por meio da interação entre os atores, bem como suas interpretações e explicações da realidade vivenciada. O sentido é construído por meio do engajamento absorvido (Niemi *et al.*, 2022).

Na década de 1990, ocorreu um movimento que ficou conhecido como “virada prática” da teoria social. Esta virada foi sustentada por estudos de filósofos e sociólogos, dentre eles, Bourdieu, Foucault e Wittgenstein, entre outros que têm em comum a consideração das práticas como um elemento constitutivo da vida social (Loscher; Splitter; Seidl, 2019). Esta virada impactou também os estudos organizacionais, que passaram a dar uma atenção especial para a prática no ambiente organizacional. Desta forma, a organização como um todo é estudada por meio de suas práticas, preocupando não apenas com as práticas puramente ditas, como também as motivações e o modo como as atividades eram realizadas (Costa Junior; Oliveira, 2023).

Um dos autores de destaque nesse movimento é Theodore Schatzki. Ao caracterizar as práticas, Schatzki (2001b) considera que elas são um conjunto aberto de ações que são organizadas por entendimentos, regras, bem como um espectro de finalidades, projetos e emoções normatizados. O autor defende uma ontologia social centrada na prática. Para Schatzki (2003), o corpo humano é fundamental nesta ontologia, de modo que ele é um componente onipresente da vida social que media as práticas humanas, bem como a ação humana é que molda as propriedades físicas dos artefatos projetados.

Outro aspecto tratado pelo autor é a organização das práticas. Schatzki (2024) explica que as organizações de práticas se referem ao que organiza ou ordena as práticas individuais, ou seja, é o que organiza as atividades *como* prática. Rufino e colaboradores (2017, p. 58) entendem a prática “como um conjunto de atividades organizadas, executado por diferentes pessoas e em constante evolução”. Esse conjunto é composto por ditos e feitos que estão dispersos no espaço-tempo.

Tendo as feiras-livres como objeto de estudo, é nesta perspectiva que este estudo aqui se ancora. Há uma busca em identificar as práticas organizativas presentes nas feiras-livres em Uberlândia e Montes Claros. O espaço da feira é transitório, mutável e informal, é um ambiente que em um curto período da semana é um lugar de comércio, de trocas e negociações, mas que no restante da semana possui outra finalidade (Morais; Araújo, 2006; Mascarenhas; Dolzani, 2018).

As feiras livres não entram nos padrões do que as Teorias de Gestão/Administração consideram uma organização, pois são espaços de passagem, onde pessoas comuns empreendem seus negócios (Carrieri; Perdigão; Aguiar, 2014) e vendem produtos que muitas vezes foram produzidos por eles mesmos (Pereira *et al.*, 2023). Logo, é possível que estes

feirantes não tenham uma base teórica para adotar ferramentas de gestão em suas rotinas, mas, no cotidiano, adotam práticas organizativas, que os ajudam a manter a produção e as vendas nas feiras. com base nos estudos do historiador e filósofo Michel de Certeau (1994) sobre práticas cotidianas, Carrieri, Perdigão e Aguiar (2014) propõem o conceito de “gestão ordinária” em administração. A gestão ordinária privilegia o pequeno negócio, do vendedor ambulante, do lojista, do artesão, do feirante. Dá ênfase a espaços da cidade que são específicos, como passagens entre as ruas que “revelam as ambiguidades de espaços públicos: ora cheios, no aperto dos corpos e na multidão que faz compra, olha, passeia; ora usados por tribos, grupos específicos; ora vazios, abandonados, esquecidos” (Carrieri; Perdigão; Aguiar, 2014. p. 701).

Na presente pesquisa entende-se que as práticas organizativas possuem forte relação com as práticas cotidianas, conforme Certeau (1994), e com a gestão ordinária, conforme Carrieri, Perdigão e Aguiar (2014) e Santos *et al.* (2021). **As práticas organizativas são entendidas, aqui, como as práticas que são realizadas pelos pequenos negociantes para organizar seu negócio.** São táticas realizadas para resolver questões imediatas em busca de sobrevivência. São práticas cotidianas que ordenam as atividades, pessoas e objetos, que dão sentido às ações realizadas e que permitem que conhecimentos sejam compartilhados.

Conforme defende Silva e Santos (2022), é possível identificar a produção de significados nas ações dos sujeitos enquanto a prática é estudada. Eles argumentam ainda, que nesses significados há relações de poder que perpassa toda prática. Para Correia, Costanzi e Carrieri (2020), os significados são compartilhados socialmente no espaço construído e ressignificado que se relaciona com o cotidiano. **A prática permite que os processos de conhecimento inerentes ao trabalho e à organização sejam articulados a aspectos históricos e materiais.** O conhecimento é uma aquisição social em curso que constrói e reconstrói a forma como os atores se relacionam com o mundo (Rufino *et al.*, 2017). **Esta relação também pode ser entendida por meio da construção de sentido do *sensemaking*, que passa do processo cognitivo de assimilar um conhecimento para colocá-lo em prática.**

### 2.3 Feiras-livres: Conceito e Práticas Organizativas

Neste estudo, a forma organizativa pesquisada são as feiras-livres e os feirantes que precisam construir sentidos de suas práticas cotidianas. Em “*farmers’ markets*” em Uganda, África, as feiras livres promovem o senso de comunidade e a atividade social (Nalubowa *et al.*, 2024). Uma análise das similaridades e das diferenças entre “*farmers’ markets*”, na Itália e nos Estados Unidos, mostra que, nestes espaços, acontecem interações marcadas pela simpatia e a capacidade que os consumidores têm de conhecerem outras pessoas que também partilham do espaço da feira (Vecchio, 2011).

No Brasil, as feiras livres se organizam em redes sociais de relacionamento que mesclam as relações de trabalho com os familiares, de amizade e vizinhança, nas quais as barracas operam entre relações de cooperação e competição (Sato, 2007). A cultura local é observada na beleza das vitrines de frutas, nas cores, texturas e formas exploradas pelos feirantes em suas bancas, pelos sons, conversas e símbolos próprios de cada lugar.

Sato (2012) e Bernardo (2014) investigaram a rotina de feiras livres urbanas no Brasil. A Figura 1 apresenta as práticas dos feirantes citadas nesses dois estudos. Estas mesmas práticas podem fazer parte da rotina dos feirantes pesquisados neste estudo, ou pode ser que formas diferentes de realizar suas atividades cotidianas sejam encontradas.

Figura 1 – Práticas de feirantes

Práticas de feirantes	
Sato (2012)	Bernardo (2014)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descarregar tabuleiros, toldos, caixas com mercadorias e todos os instrumentos de trabalho dos caminhões;</li> <li>• Encontrar o lugar indicado para cada barraca;</li> <li>• Os tabuleiros e caixas são escondidos para embelezar a barraca;</li> <li>• Camas são improvisadas para que as crianças, filhos dos feirantes, possam brincar;</li> <li>• Para manter a vitrine bonita, é preciso reorganizar, limpar, conservar;</li> <li>• Veste o avental e espera a freguesia;</li> <li>• Comercialização;</li> <li>• Ao decorrer da feira, os arranjos de mercadorias vão se modificando, o que possibilita novas estratégias e táticas de venda;</li> <li>• O olhar atento identifica os diferentes atores presentes na feira: vendedor, comprador, devedor, cobrador, delinquente e flâneur;</li> <li>• Organizam os processos;</li> <li>• O trabalho itinerante demanda que infinitas adaptações ocorram;</li> <li>• Desmontagem da banca;</li> <li>• Entregas em domicílio;</li> <li>• Compras para as chácaras,</li> <li>• Deslocamento para a residência;</li> <li>• Recebimento de mercadoria;</li> <li>• Preparação da mercadoria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antes da rotina da feira, é necessário conseguir uma licença da prefeitura;</li> <li>• Descarregar caixas de frutas;</li> <li>• Montagem da barraca;</li> <li>• Retirar os caminhões da rua;</li> <li>• Limpeza dos peixes e das carnes;</li> <li>• Usam técnicas para manter os alimentos frescos pelo maior período possível;</li> <li>• Montam os balcões e arrumam as frutas e verduras nas bancadas;</li> <li>• Corte de frutas para degustação;</li> <li>• Convencer o freguês a levar seu produto;</li> <li>• Perto da hora de finalizar, é hora de abaixar os preços;</li> <li>• Desmontagem das barracas;</li> <li>• Descarregar as sobras para tentar a venda em outra feira;</li> <li>• O peixeiro tem que acordar cedo para comprar peixe fresco;</li> <li>• O verdureiro que tem horta própria precisa cuidar da produção;</li> <li>• O pasteleiro precisa preparar a maior parte do salgado em casa;</li> </ul>

Fonte: elaborado pela autora com base em Sato (2012) e Bernardo (2014).

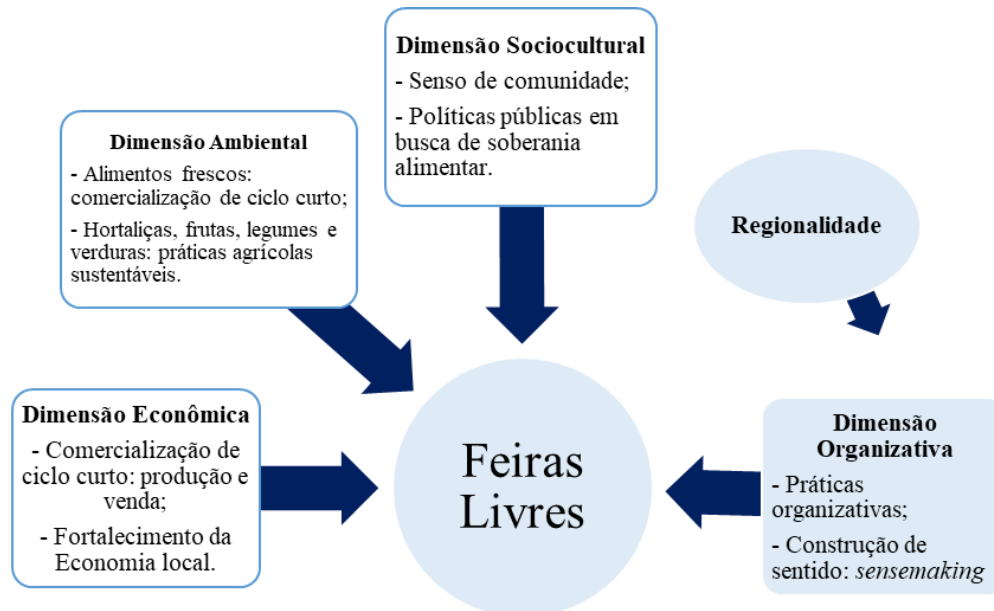
A Figura 2 sintetiza as dimensões já conhecidas das feiras livres – econômica, sociocultural e ambiental – apresentadas na seção anterior. A dimensão organizativa é uma contribuição deste estudo. A regionalidade se faz presente em meio ao ambiente das feiras de cada cidade, de modo que as práticas realizadas em cada uma delas pode sofrer influências de aspectos regionais.

Enquanto **espaço econômico**, as feiras livres são locais de geração de renda para uma parcela grande da população que utiliza da comercialização como sustento da família, bem como ocupação e qualidade de vida (Dorneles *et al.*, 2019). Fazendo frente às grandes concentrações de renda, a feira livre permite uma homogeneização dos espaços e a liberdade de ocupar espaços públicos como ruas, praças ou mercados municipais, locais com grande circulação de pessoas na figura do feirante, dos consumidores, frequentadores, vendedores ambulantes ou mesmo transeuntes que estão apenas de passagem (Pereira; Brito; Pereira, 2022; Pereira *et al.*, 2023).

As feiras livres são responsáveis por promover a união entre o território e o abastecimento necessário de forma regular em um sistema territorializado e soberano (Pereira *et al.*, 2023). A presença das feiras livres é de grande benefício tanto para os compradores como para os vendedores. Sendo as feiras livres espaços de comercialização direta de produtos alimentícios realizada pelos próprios produtores, há um ganho de ambas as partes: o produtor ganha ao garantir a comercialização dos produtos e os clientes ganham ao garantir um abastecimento com regularidade e qualidade (Siqueira; Melchior, 2023). Há também um ganho

na economia local, pois os feirantes ao finalizar a feira irão adquirir outros bens de consumo no comércio local (Carvalho; Resende; Resende, 2010).

Figura 2 – Dimensões das feiras livres



Fonte: elaborado pela autora.

Enquanto **espaço ambiental** e de desenvolvimento, a criação dos mercados dos agricultores por grupo de produtores tem por trás um esforço de encorajar as práticas agrícolas sustentáveis e lucrativas nos ambientes urbanos. De modo que geram emprego local, incentivam e apoiam os pequenos produtores e a economia local, contribuindo para a vida social e comunitária (Crawford *et al.*, 2018). Nos Estados Unidos, as feiras são incentivadas pela própria comunidade por meio da *Community Supported Agriculture* (CSA), um mecanismo de investimento no qual os consumidores tornam-se acionistas dos produtos agrícolas, e permitindo que este acionista compre os produtos antes da temporada (Vecchio, 2011). Um CSA é um programa de agricultura comunitária que representou um crescimento em mais de 450% do número de *farmers' markets* nos Estados Unidos, movimentando a economia local (Farmer *et al.*, 2014).

O espaço das feiras livres é relevante e procurado pelos consumidores, que conseguem encontrar em um só lugar produtos de boa qualidade e bons preços. Por outro lado, os produtores conseguem realizar boas vendas por apresentarem preços baixos e produtos frescos adquiridos diretos da fonte, sem a participação de atravessadores que ficam com parte do lucro (Carvalho; Resende; Resende, 2010; Pereira *et al.*, 2023).

Enquanto **espaço sociocultural**, as feiras livres representam um importante papel social, cultural e econômico, de modo que quando são percebidas como negócios que praticam a comercialização, podem ser um forte instrumento de políticas públicas e gerador de ocupação, emprego e renda para o município e região. Além disso, o espaço das feiras permite uma grande interação entre os atores, representando a socialização com narrativas diversas carregadas de símbolos sociais (Dorneles *et al.*, 2019).

As feiras são espaços de sociabilidades no Brasil, conforme estudo de Bernardo (2014) e Sato (2007, 2012), também estudos de feiras que ocorrem em outros países. Schoolman (2020) estudou comportamentos de ativismo e laços sociais em feiras de comunidades específicas de

imigrantes e mesmo de agricultores locais, os quais comercializam os produtos que produzem; tais feiras têm como objetivo ser um ponto de encontro entre os produtos comercializados e os consumidores. Desse modo, as feiras vão além da comercialização e permitem a materialização de elementos culturais, sendo assim, uma alternativa aos supermercados. A feira livre tem o poder de interligar os espaços públicos, na figura dos frequentadores de diferentes classes sociais, etnias, culturas regionais por meio das trocas comunicacionais na interação da clientela com os feirantes, que pode ocorrer no espaço de convivência de comunidades de nacionalidades específicas, grupos de imigrantes, e classe de produtores rurais.

As feiras livres contêm uma forte presença cultural, bem como um papel fundamental na construção de identidade social que influencia a forma como as pessoas percebem a si mesmo e o ambiente vivenciado, algo presente nos cheiros, sons, cores e artesanatos próprios de cada lugar. Os cestos e balaios são exemplos de produtos comercializados nas feiras e que guardam a tradição e a vitalidade da comunidade (Nunes, 2023).

As feiras livres são canais de comercialização que possuem função cultural e econômica importantes ao viabilizar à população um acesso direto aos produtos locais e regionais com boa qualidade e preços acessíveis. As feiras livres são consideradas organizações que praticam a comercialização de Circuitos Curtos de Comercialização (CCC), mercados locais em que se comercializa a produção local (Pereira *et al.*, 2023).

A **dimensão organizativa** é uma contribuição deste estudo. A regionalidade se faz presente em meio ao ambiente das feiras de cada cidade, de modo que as práticas realizadas em cada uma delas pode sofrer influências de aspectos regionais. O cenário das feiras livres é montado e desmontado a cada novo dia de feira (Bernardo, 2014; Sato 2007, 2012). A feira reflete valores diversos que são característicos da sociedade em que se encontra localizada, de modo que o costume e as relações criadas entre os consumidores e os feirantes são partes de um valor cultural estabelecido que se tornam fatores motivadores para realização da feira semanalmente (Santos; Machado; Cleps, 2011).

Nas feiras pesquisadas em Uganda, essas se constituem em importantes espaços de produção de saberes e de conservação da história local (Nalubowa et al., 2024). Em pesquisas em feiras que ocorrem no sudeste dos Estados Unidos, Rossi e Woods (2024) analisam a relação dos produtores-comerciantes com a comunidade local. Conforme os autores houve crescimento naquele país da agricultura apoiada pela comunidade (AAC) – *Community supported agriculture* (CSA): a estrutura experiencial da AAC oferece oportunidades para os agricultores desenvolverem relacionamentos com os consumidores e fortalecerem seus sistemas alimentares locais (SALs) – *Local Food Systems* (LFSs), à medida que esses agricultores separam parte maior de sua colheita para comercialização no mercado direto para a sua comunidade ou em lojas locais especializadas.

No Brasil, a feira representa fluxos de significados na racionalidade singular e interna presentes nos métodos criados, praticados e partilhados pelos envolvidos nas realidades organizadas (Sato, 2007). Na perspectiva do desenvolvimento econômico regional, a história vivenciada no cotidiano das cidades é resultado material e simbólico de movimentos que revelam os sentidos do pensar e agir dos atores em meio a suas relações sociais que são tecidas em lugares distintos (Souza, 2015). Esse saber cultural desperta o interesse turístico levando os visitantes às feiras livres para conhecerem, apreciarem, comprarem e consumirem produtos e serviços baseados em práticas e saberes enraizados naquela região ou municipalidade relacionados à alimentação, ao artesanato e às tradições e crenças locais (Barbosa, 2008).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Considerando os paradigmas propostos por Burrell e Morgan (1979), este estudo adota uma abordagem interpretativa. Os autores destacam que o paradigma interpretativo tem uma preocupação em entender o mundo como ele é por meio da experiência subjetiva (Burrell; Morgan, 1979). Vergara (1991) analisa que este paradigma abrange questões ligadas ao pensamento filosófico e sociológico que busca entender e explicar o mundo social pela perspectiva dos sujeitos envolvidos no processo social.

A presente pesquisa se fundamenta no construcionismo social. A perspectiva epistemológica que se aproxima do construcionismo social não vê a realidade como algo objetivo e singular, mas sim como subjetivo e múltiplo. A construção do conhecimento assume uma visão ontológica de que “o mundo e seus objetos são entendidos como construções sociais, ao invés de serem apenas obras da natureza, podendo ser conhecidos a partir do foco nos diferentes processos de interação social” (Souza; Costa; Pereira, 2015, p. 730).

Ao propor o *sensemaking* organizacional, Weick (1995) sugere que as organizações são socialmente construídas à medida em que os membros da organização criam/dão sentido e ordenam aquilo que está a sua volta por meio de mapas, pistas ou imagens cognitivas em nível individual e social. Os atores promulgam realidades organizacionais ao ordenar e falar sobre os sentidos construídos para que existam.

Na presente pesquisa, o construcionismo contribui ao fazer o feirante refletir sobre as práticas realizadas em sua rotina e de que forma elas constroem a realidade que vivenciam, ou mesmo como a realidade e práticas são capazes que modificá-los neste processo. As práticas são um reflexo também da regionalidade, e o sentido de região é também um processo de construção que pode ser percebido pelos símbolos, características específicas, linguagem e a forma como cada sujeito, que ali vive, se relaciona com o lugar, o espaço e como a identidade regional é construída.

Do ponto de vista de procedimentos metodológicos, este estudo busca compreender a subjetividade presente na construção de sentido das práticas organizativas dos feirantes; e, para isso, adota-se uma abordagem qualitativa na presente pesquisa. Segundo Rosenthal (2014), a pesquisa qualitativa utiliza procedimentos que buscam investigar as práticas da ação social no cotidiano com toda sua complexidade a partir do ponto de vista dos próprios agentes. A autora afirma que por meio do levantamento e análise qualitativos, essa abordagem permite identificar o modo de interpretação dos indivíduos e as formas como eles produzem em seus mundos em processos interativos.

O método de pesquisa e de análise do material empírico é a pesquisa narrativa. Para Riessman (2008.p.3) “na narrativa oral cotidiana, um falante conecta eventos em uma sequência que é conseqüente para a ação posterior e para os significados que o falante quer que os ouvintes tirem da história”. Neste processo, o falante identifica os eventos percebidos, os organiza, conecta e avalia de que forma que seja significativa para um público específico.

Em seu livro sobre pesquisa narrativa, Riessman (2008. p.53) fala de dois tipos de análise que serão utilizados nesta pesquisa: análise temática e análise visual. Na análise temática, o conteúdo é o foco exclusivo. “Os estudiosos da narrativa mantêm uma história “intacta” teorizando a partir do caso em vez de temas componentes (categorias) entre os casos”. A principal atenção neste tipo de estudo é escavar práticas ou dados narrativos que entendam o que é dito, para quem e/ou para quais propósitos.

A análise visual se torna uma alternativa para as pesquisas que não utilizam a comunicação oral como forma de coleta de informações. Por meio deste tipo de análise, há pesquisadores que contam uma história com as imagens, outros que contam histórias sobre imagens, e essas imagens por sua vez contam uma história. As imagens são representações visuais da experiência e permitem que os outros vejam e compreendam como um participante

enxerga o mundo e como ele se sente, de modo que é possível vivenciar a perspectiva daquela pessoa (Riessman, 2008). Na presente pesquisa, a proposta é a utilização da pesquisa narrativa como método de pesquisa e as análises temática narrativa e análise visual narrativa como métodos de análise de dados. A utilização destes métodos permitirá um melhor entendimento sobre a realidade vivenciada pelos feirantes.

Para atingir o objetivo proposto, esta pesquisa será aplicada em feiras-livres de agricultura das cidades de Uberlândia-MG e Montes Claros-MG. A escolha por duas cidades é importante para que seja possível identificar diferenças culturais que são próprias de cada cidade destas que estão localizadas em diferentes regiões do estado de Minas Gerais.

A prefeitura de Uberlândia mantém um controle sobre as feiras da cidade. São mais de 60 feiras espalhadas por diversos bairros da cidade, em todos os dias da semana, ocorrendo de forma diurna ou noturna (Prefeitura de Uberlândia, 2025). Em Montes Claros-MG, a prefeitura já não mantém controle semelhante. Ao solicitar uma relação das feiras da cidade à Prefeitura Municipal de Montes Claros, o memorando cita 7 feiras e fala quais são as duas mais antigas. Em uma busca pessoal identificou-se a existência de pelo menos outras 6 feiras livres na cidade.

Para atingir o objetivo proposto de analisar o papel da regionalidade na construção de sentido de práticas organizativas em feiras livres nas cidades de Uberlândia-MG e Montes Claros-MG, este estudo utilizará as técnicas de coleta de entrevista semiestruturada, registro fotográfico e caderno de campo. A entrevista semiestruturada é um instrumento que coleta informações relevantes, pois combinam perguntas abertas fechadas, permitindo que o informante discorra sobre o tema que é proposto (Boni; Quaresma, 2005).

Para a realização desta pesquisa serão necessárias visitas nas feiras para conhecer e analisar as rotinas dos feirantes. O critério adotado para a seleção dos participantes, é que sejam feirantes que produzam o produto que é vendido na feira. A produção pode ser de produtos agrícolas e extrativistas, artesanato, alimentos de consumo imediato entre outras possibilidades que obedeçam a este critério. A quantidade de entrevistas será definida por meio de saturação de dados (Bauer; Gaskell, 2017). A entrevista semiestruturada será realizada utilizando o roteiro de coleta de dados, em um horário e local que seja melhor para o entrevistado, seja presencial ou *online*. Os registros fotográficos serão utilizados para representar estas rotinas e características identificadas nas entrevistas.

O caderno de campo será um instrumento utilizado para anotações de situações relevantes percebidas ao longo das visitas às feiras-livres. Nesta pesquisa, o caderno de campo será utilizado para registrar as práticas organizativas percebidas durante as visitas às feiras. Ao estar presente em diferentes feiras, em cidades de regiões diferentes, é possível que encontre semelhanças e diferenças nestas práticas. O caderno de campo é um instrumento onde serão anotadas estas percepções. Espera-se que com esta pesquisa, a regionalidade seja construída pelas vozes das pessoas que ali vivem e constroem sentido de suas práticas.

Espera-se com esta pesquisa alcançar o objetivo de analisar o papel da regionalidade na construção de sentido de práticas organizativas em feiras-livres de agricultura das cidades de Uberlândia-MG e Montes Claros-MG localizadas em duas regiões distintas. Espera-se também identificar as práticas organizativas nas feiras livres de Uberlândia-MG e Montes Claros-MG, bem como a construção de sentido dos feirantes pela forma como mantém ou transformam o trabalho nas feiras. Espera-se ainda identificar como a regionalidade influencia nestas práticas.

## REFERÊNCIAS

- ACSELRAD, H. Discursos da sustentabilidade urbana. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais (RBEUR)**, Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional (ANPUR), n. 1, maio, p. 79-1999.
- ALBUQUERQUE JÚNIOR, D. M. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 5 ed. São Paulo: Cortez editora, 2017.
- BARBOSA, C. C. A Feira e o Turismo: Pontencialidades e Atrativos. **Caminhos de Geografia (UFU)**, v. 9, p. 53-63, 2008.
- BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Editora Vozes Limitada, 2017.
- BERNARDO, J. **Dias de feira**. São Paulo, SP: Editora Companhia das Letras, 2014.
- BOLT, R.; TREGIDGA, H. Methodological Insights “Materiality is...”: sensemaking and sensegiving through storytelling. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 36, n. 1, p. 403-427, 2023.
- BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em tese**, v. 2, n. 1, p. 68-80, 2005.
- BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organisational analysis: Elements of the sociology of corporate life**. London, UK: Heinemann Educational Books. 1979
- CARRIERI, A. P.; PERDIGÃO, D. A.; AGUIAR, A. R. C. A gestão ordinária dos pequenos negócios: outro olhar sobre a gestão em estudos organizacionais. **Revista de Administração (São Paulo)**, v. 49, n. 4, p. 698-713, 2014.
- CARVALHO, F. G.; REZENDE, E. G.; REZENDE, M. L. Hábitos de compra dos clientes da feira livre de Alfenas-MG. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, v. 12, n. 1, p. 131-141, 2010.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Editora Vozes, 1994.
- CORRADI, G.; GHERARDI, S.; VERZELLONI, L. Through the practice lens: where is the bandwagon of practice-based studies heading? **Management learning**, v. 41, n. 3, p. 265-283, 2010.
- CORREIA, G. F. A.; COSTANZI, C. G.; CARRIERI, A. P. Práticas cotidianas na criação e manutenção de pequenos negócios em Matozinhos/MG. **Diálogos Interdisciplinares**, v. 9, n. 1, p. 48-68, 2020.
- COSTA JUNIOR, V.; OLIVEIRA, J. S. Práticas organizativas e emoções: etnografando uma organização social sem fins lucrativos. **Revista Organizações em Contexto**, v. 19, n. 37, 2023.
- CRAWFORD, B. et al. Seeking fresh food and supporting local producers: Perceptions and motivations of farmers’ market customers. **Australian Planner**, v. 55, n. 1, p. 28-35, 2018.

DANTAS, G. P. G. Feiras no Nordeste. **Mercator-Revista de Geografia da UFC**, v. 7, n. 13, p. 87-101, 2008.

DIAS, F. C. A **Imagem de Minas**: Ensaio de Sociologia Regional. Belo Horizonte: Imprensa Oficial de Belo Horizonte, 1971.

DIÉGUES JÚNIOR, M. **Introducción a la sociología regional**. Instituto de Investigaciones Sociales Universidad Nacional: México D. F. 1952.

DORNELES, F. M. *et al.* “Hoje é dia de feira!”: análise das estratégias de comercialização em uma feira livre brasileira. **Desafio Online**, v. 7, n. 3, 2019.

FABRÍCIO, A. R.; ARAÚJO, F. J. S.; MENDES, J. A. Contribuições teórico-metodológicas de Paul Vidal de la Blache para a geografia. **Revista da Casa da Geografia de Sobral (RCGS)**, v. 25, n. 1, p. 17-35, 2023.

FAYOL, H. Administração Industrial e Geral. 9 ed. São Paulo, SP: Atlas, 1977. Traduzido de: **Administration industrielle et générale**: prévoyance, organisation, commandement, coordination, contrôle. H. Dunod et e. Pinat, 1918.

FARMER, J. R. et al. Agrileisure: Farmers' markets, CSAs, and the privilege in eating local. **Journal of Leisure Research**, v. 46, n. 3, p. 313-328, 2014.

HAESBAERT, R. Região, regionalização e regionalidade: questões contemporâneas. **Antares: Letras e Humanidades**, n. 3, p. 02-24, 2010.

HAESBAERT, R. Região. In: GRIEBELER, M. P. D. **Dicionário de Desenvolvimento Regional e Temas Correlatos** [p. 782-785]. 2021.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA. 2019. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em < <https://www.ipea.gov.br/ods/index.html>>. Acesso em 08 de setembro de 2024.

JUCIUS, M. J.; SCHLENDER, W. E. **Introdução à administração**: elementos de ação administrativa. São Paulo: Atlas, 1972.

LAMOND, D. A matter of style: reconciling Henri and Henry. **Management Decision**, v. 42, n. 2, pp.330-356, 2004.

LINDÓN, A. La concurrencia de lo espacial y lo social. **Tratado de metodología de las ciencias sociales: perspectivas actuales**, p. 585-622, 2012.

LOSCHER, G.; SPLITTER, V.; SEIDL, D. Theodore Schatzki's practice theory and its implications for organization studies. In: **Management, organizations and contemporary social theory**. Routledge, p. 115-134. 2019.

MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M. CS. Feira livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Ateliê Geográfico**, v. 2, n. 2, p. 72-87, 2008.

METZ, N.; VAN RENSBURG, M. J.; DAVIS, A. Shared sensemaking during a strategic change process: a non-managerial perspective. **Journal of Strategy and Management**, 2024.

MINTZBERG, H. **The Nature of Managerial Work**. New York, NY: Harper & Row, 1973.

MINTZBERG, H. The Manager's Job: Folklore and Fact. **Harvard Business Review**, March/April, pp. 163-176, 1990.

MINTZBERG, H. Managing Exceptionally. **Organization Science**, v. 12, n. 6, pp. 759-77, 2001.

MINTZBERG, H. **Managing: desvendando o dia a dia da gestão**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

MONASTERIO, L. CAVALCANTE. L. R. Fundamentos do pensamento econômico regional. In: CRUZ, Bruno de Oliveira et al. **Economia regional e urbana: teorias e métodos com ênfase no Brasil**. 2011. p. 43-78.

MORAIS, I. R. D.; ARAÚJO, M. A. A. Territorialidades e sociabilidades na feira livre da cidade de Caicó (RN). **Caminhos de Geografia**, v. 23, n. 17, p. 244-249, 2006.

NALUBOWA, W. *et al.* The potential of farmers' markets: the Uganda case. **Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies**, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. 2024.

NIEMI, L. *et al.* Immanent sensemaking by entrepreneurs and the interpretation of consumer context. **International Small Business Journal**, v. 40, n. 8, p. 966-990, 2022.

NUNES, I. C. M. A feira livre de carpina: a trajetória de uma feira onde as lonas e os bancos de madeira continuam sendo montados. **Colóquio de história da UNICAP**, v. 17, p. 307-316, 2023.

PAULA, I. S.; SOUZA, M. C. M.; ANUTE, P. F. M. O Espaço Geográfico ao Longo das Correntes da Geografia: Uma Abordagem Epistemológica. **UAQUIRI-Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Acre**, v. 3, n. 1, p. 14-14, 2021.

PEREIRA, V. G. *et al.* Expressões econômicas da feira-livre: perfil e perspectiva dos feirantes. **Revista NUPEM**, v. 15, n. 35, p. 205-225, 2023.

PEREIRA, S. B.; BRITO, T. P.; PEREIRA, V. G. Feira-livre como experiência de Bem Viver: uma expressão pulsante das resistências cotidianas. **PerCursos**, v. 23, n. 53, p. 180-210, 2022.

PERROTTA, D.; PORCELLI, E. El regionalismo es lo que la academia hace de él. **Revista Uruguaya de Ciencia Política**, v. 28, n. 1, p. 183-218, 2019.

POZENATO, J. C. **Processos culturais: reflexões sobre a dinâmica cultural**. Caxias do Sul: Educs, 2003.

PREFEITURA DE UBERLANDIA. **Feiras**. 2025. Disponível em

<https://www.uberlandia.mg.gov.br/feiras/>. Acesso em 24 de fevereiro de 2025.

RIESSMAN, C. K. **Narrative methods for the human sciences**. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2008.

ROSENTHAL, G. **Pesquisa social interpretativa: uma introdução**. Porto Alegre, RS: Edipucrs, 2014.

ROSS, J.; WOODS, T. Placing community supported agriculture in local food systems, **International Journal of Agricultural Sustainability**, v. 22, n. 1, 2318936, 2024. DOI: 10.1080/14735903.2024.2318936

RUFINO, K. R. *et al.* Práticas Organizativas de uma Quadrilha Junina Competitiva. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 6, n. 1, 2017.

SANDBERG, J.; TSOUKAS, H. Making sense of the sensemaking perspective: Its constituents, limitations, and opportunities for further development. **Journal of organizational behavior**, v. 36, n. S1, p. S6-S32, 2015.

SANTOS, M. **Pensando o espaço do homem**. Edusp, 2004.

SANTOS, E. C. *et al.* Saberes e práticas organizativas das culturas populares na cidade de Caruaru, Pernambuco, Brasil. **Organizações & Sociedade**, v. 28, p. 475-494, 2021.

SANTOS, M. G. A.; ALVIM, A. M. M. Comparação entre as regionalizações de 1990 e 2017 do IBGE Minas Gerais: breves discussões. **Geografia em Atos (Online)**, v. 6, n. 2, p. 200-224, 2022.

SANTOS, E. T.; MACHADO, L. C.; CLEPS, G. D. G. Feiras Livres Em Uberlândia (Mg): Uma Abordagem Histórica, Espacial E Cultural. **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, n. 47E, 2011.

SATO, L. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. **Psicologia & sociedade**, v. 19, p. 95-102, 2007.

SATO, L. **Feira Livre: organização, trabalho e sociabilidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

SCHATZKI, T. R. Subject, body, place. **Annals of the Association of American Geographers**, 91:4, 698-702. 2001a.

SCHATZKI, T. R. On sociocultural evolution by social selection. **Journal for the theory of social behaviour**, v. 31, n. 4, p. 341-364, 2001b.

SCHATZKI, T. R. Nature and technology in history. **History and Theory**, v. 42, n. 4, p. 82-93, 2003.

SCHATZKI, T. R. On structural change: practice organizations and institutional logics. **Österreichische Zeitschrift für Soziologie**, v. 49, n. 1, p. 47-66, 2024.

SCHOOLMAN, E. D. Local food and civic engagement: do farmers who market local food feel more responsible for their communities? **Rural Sociology**, v. 85, n. 3, p. 806-839, 2020.

SILVA, V. R.; CRUZ, A. P.; VIDAL, F. A. A feira livre como lugar de conhecimento matemático sociocultural: um estudo de caso sobre a feira livre de São José de Piranhas – PB. **Revista de História da Educação Matemática**, v. 8, p. 1-18, 2022.

SILVA, I. H.; SANTOS, E. C. Organizações enquanto práticas: uma análise narrativa no contexto da economia criativa local. **Revista de Ciências da Administração**, v. 24, n. 62, p. 65-82, 2022.

SIQUEIRA, L. L.; MELCHIOR, L. A territorialidade e os circuitos da economia a partir da feira livre. **Revista Continentes (UFRRJ)**. ano 11, n.23, 2023.

SOUSA, C. M.; THEIS, I. M.; BARBOSA, J. L. A. (eds.). **Celso Furtado: a esperança militante (Desafios):** vol. [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2020, 462 p. Projeto editorial 100 anos de Celso Furtado collection, vol. 3. <https://doi.org/10.7476/9786586221688>

SOUZA, E. M.; COSTA, A. S. M.; PEREIRA, S. J. N. A organização (in) corporada: Ontologia organizacional, poder e corpo em evidência. **Cadernos Ebape. BR**, v. 13, p. 727-742, 2015.

VECCHIO, R. Italian and United States farmers' markets: Similarities, differences and potential developments. **Journal of Food Products Marketing**, v. 17, n. 2-3, p. 386-406, 2011.

VERGARA, S. C. **Paradigmas sociológicos e análise organizacional, segundo Burrell e Morgan**. PUC: Rio de Janeiro, 1991.

WEICK, K. E. **The social psychology of organizing**. New York: McGraw-Hill, 1979.

WEICK, K. E. **Sensemaking in organizations**. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc., 1995.