

A FEIRARTE COMO UM EMPREENDIMENTO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA E POTENCIAL ATRATIVO TURÍSTICO DE BASE COMUNITÁRIA DO MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO-MG

Guilherme Rocha Chagas¹
Luciana Bittencourt Villela²

RESUMO

A Economia Solidária é um modo de produção diferente do modo convencional capitalista; e o Turismo de Base Comunitária pode ser considerado um modelo de desenvolvimento turístico regido pelos princípios desse modo alternativo. Nesse contexto, procurou-se, por meio de uma pesquisa exploratória, analisar em que medida a FeirArte, do município de Patrocínio, atua sob os princípios norteadores da Economia Solidária e a sua possível contribuição para a composição de um produto turístico que tenha o turismo de base comunitária como perspectiva. Para tanto, realizou-se uma revisão bibliográfica e documental, além da aplicação de um questionário e entrevistas com as artesãs responsáveis pela Feira. Como resultados, constatou-se que a FeirArte atua sobre os princípios da Economia Solidária e que, apesar de sua importância em termos de difusão cultural e comercialização de artesanato no município, o empreendimento ainda não pode ser considerado um atrativo turístico de base comunitária.

Palavras-chave: Economia solidária, Atrativo Turístico; FeirArte Patrocínio MG

ABSTRACT

The Solidarity Economy is a mode of production different from the conventional capitalist mode; and Community-Based Tourism can be considered a model of tourism development governed by the principles of this alternative mode. In this context, we sought, through exploratory research, to analyze to what extent FeirArte, in the municipality of Patrocínio, operates under the guiding principles of the Solidarity Economy and its possible contribution to the composition of a tourist product that has tourism in community-based perspective. To this end, a bibliographic and documentary review was carried out, in addition to the application of a questionnaire and interviews with the artisans responsible for the Fair. As a result, it was found that FeirArte operates on the principles of Solidarity Economy and that, despite its importance in terms of cultural dissemination and commercialization of handicrafts in the municipality, the enterprise cannot yet be considered a community-based tourist attraction. Keywords: Solidarity economy, Tourist Attraction; FeirArte Patrocínio MG

Submetido em 27/02/2024. Aprovado em 08/03/2024.

¹ Pós-graduando em Gestão Pública de Turismo e Desenvolvimento Regional pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). E-mail: guilherme25@gmail.com

² Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Mestre em Ciência Ambiental pela Universidade Federal Fluminense. E-mail: luciana.bitencourt@ufjf.br



1 INTRODUÇÃO

O professor Paul Singer (2002) indica que a Economia Solidária começou com os artesãos do início do século XIX, motivados pelo empobrecimento provocado pela revolução industrial, com a sua produção mecanizada e, conseqüente, exploração exacerbada dos trabalhadores, que dependiam dos meios de produção dos proprietários das fábricas.

Com isso, na Inglaterra, começou uma série de movimentos no sentido de buscar melhores condições de trabalho, incluindo o surgimento de organizações solidárias, de administração autogestionária, iniciadas com os movimentos sindicais. Esses movimentos conseguiram formar cooperativas de trabalhadores que, já naquela época, buscavam alternativas melhores ao modo de produção capitalista (Conti e Antunes, 2018).

Com o passar do tempo, apesar das crises, o sistema capitalista prevaleceu, mas sempre foi alvo de inúmeras críticas, especialmente nos tempos atuais, onde se buscam formas mais sustentáveis de produção e consumo.

E a atividade turística não fica fora desse cenário, por ser uma das atividades que mais gera riquezas no mundo, com uma estimativa de US\$ 9,5 trilhões nas economias dos países, representando 9,2% do PIB mundial, somente no ano de 2023, segundo os dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo – WTCC (Brasil, 2023).

Porém, toda essa movimentação econômica também gera efeitos negativos e o turismo, notadamente o de massa, é capaz de provocar uma série de impactos negativos, desde degradação ao meio ambiente à aculturação das comunidades receptoras.

Por isso, também foram criadas formas de turismo que buscam desviar-se da lógica do capital, minimizando os impactos negativos, como o caso do Turismo de Base Comunitária - TBC, cujos princípios se assemelham aos da Economia Solidária – Ecosol.

Em Patrocínio, município do estado de Minas Gerais, um grupo de mulheres se uniu para formar uma associação, a FeirArte, que pretendia viabilizar um espaço para que elas pudessem expor e comercializar os seus produtos artesanais, tendo em vista que a única feira de artesanato da cidade, a Feira de Artesanato e Cultura de Patrocínio, que ocorria aos domingos na Praça Santa Luzia, encerrou suas atividades no ano de 2020, devido à pandemia de COVID-19.



Assim, com o fim dessa tradicional feira, uma lacuna se formou nesse segmento cultural e turístico da cidade, pois não havia um espaço físico específico para a exposição e comercialização desses produtos artesanais.

Portanto, indaga-se aqui, se a FeirArte pode ser considerada um empreendimento de Economia Solidária e se ela também pode ser considerada um atrativo turístico, especialmente, no segmento do Turismo de Base Comunitária?

Isto posto, o objetivo geral do presente estudo é o de analisar em que medida a FeirArte, do município de Patrocínio, atua sob os princípios norteadores da Economia Solidária e a sua possível contribuição para a composição do produto turístico na perspectiva do turismo de base comunitária.

E para esse fim, foram concebidos os seguintes objetivos específicos: construir um referencial teórico que subsidie a análise da Economia Solidária como um instrumento de desenvolvimento para grupos de produção artesanal, especialmente os ligados à atividade turística de base comunitária; apresentar as feiras de artesanato como possíveis empreendimentos da Economia Solidária e atrativos turísticos que tenham como perspectiva o desenvolvimento comunitário e identificar os pontos fortes e fracos e as ameaças e oportunidades da FeirArte como um empreendimento solidário e atrativo turístico de base comunitária.

Portanto, parte-se da hipótese que a FeirArte é um empreendimento que atua sob os princípios da Economia Solidária e que pode compor um produto turístico de Patrocínio-MG, notadamente, como um atrativo no segmento de TBC.

Assim, para viabilizar a comprovação da hipótese indicada no estudo, buscou-se seguir os procedimentos metodológicos necessários para responder o problema em tela. Pois, segundo o que preconiza os autores (Prodanov; Freitas, 2013, p. 44), a pesquisa é “um conjunto de ações, propostas para encontrar a solução para um problema, as quais têm por base procedimentos racionais e sistemáticos”. Sendo assim, o pesquisador pode buscar os dados que precisa em fontes diversas, utilizando métodos diversos para obter e processar esses dados.

Com isso, realizou-se uma pesquisa de natureza aplicada; com objetivo exploratório, delineado em um estudo de caso, aplicando os procedimentos metodológicos de levantamento



bibliográfico, observação, entrevistas e aplicação de questionário com os atores diretamente envolvidos no problema de pesquisa.

Isto é, primeiro foi feita uma pesquisa de gabinete buscando obter estudos pertinentes ao problema proposto, obtendo-se os dados secundários e teorias necessárias para construir o referencial teórico. Outra fonte de dados secundários foi o portal da Câmara Municipal de Patrocínio na internet, fonte das leis municipais citadas no estudo.

Já os dados primários foram coletados, por meio de observação direta quando da realização da feira; entrevistas com algumas das participantes da FeirArte, bem como a aplicação de questionário com 12 das 17 artesãs do grupo.

Para compor a análise dos dados obtidos foi usada a metodologia SWOT, para aferir as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da FeirArte, enquanto empreendimento de Ecosol e atrativo para compor o produto turístico de base comunitária.

Dessa forma, foram obtidos dados valiosos no sentido de responder à questão proposta e contribuir para a formação de um referencial teórico sobre empreendimentos de Economia Solidária relacionada à atividade turística. Na sequência, apresenta-se a discussão e os resultados obtidos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ECONOMIA SOLIDÁRIA E SEUS PRINCÍPIOS NORTEADORES

A Economia Solidária – Ecosol é um modo de produzir, comercializar e consumir alternativo ao modelo vigente da economia convencional ou capitalista. Na Ecosol o foco está nos seres humanos envolvidos no processo, notadamente, em suas relações de reciprocidade e solidariedade para desenvolverem determinado produto ou serviço e ofertá-lo de maneira responsável aos seus consumidores (Aleixo, 2015).

Para Leal e De Sá Rodrigues (2018, p. 209), “a Economia Solidária é um movimento social que propõe um modo de produção autogestionário, democrático e cooperativo”. Tendo em vista que esses movimentos sociais realizam ações coletivas organizadas, por meio de associações, cooperativas, entre outras formas de organizações formais ou informais, compostas por atores diversos, que se unem para modificar uma realidade que lhes é adversa.



Os princípios norteadores da Ecosol estruturam o seu modo de ser frente ao mercado e a sociedade de um modo geral. E é ponto pacífico entre seus estudiosos que características, tais como: solidariedade, cooperação, autogestão e democracia são aspectos fundamentais em sua constituição (Leal; De Sá Rodrigues, 2023).

A solidariedade está no cerne do conceito de Economia Solidária, como o próprio termo diz, mas aqui, solidariedade não está atrelada a sinônimos como: caridade, generosidade, etc. o princípio solidário aqui é o da reciprocidade, coparticipação, etc. (Leal; De Sá Rodrigues, 2023). Ou seja, esse é o princípio motivador para outra característica fundamental da Ecosol, a cooperação, que, segundo Porto e Opuska (2015, p. 431), “possui como escopo a contribuição para um processo de interação social dentre aqueles que do projeto participam, [...], pois ao final, o benefício será repartido entre todos”.

Outro princípio fundamental da Ecosol é a autogestão, nela os trabalhadores e trabalhadoras possuem, relativamente, os meios de produção e podem determinar o rumo a ser seguido pelo empreendimento. Segundo Leal e De Sá Rodrigues (2018, p. 212), a autogestão é “um modelo em que os trabalhadores são coproprietários, isso rompe com a sistemática da alienação que o trabalhador apenas cumpre as ordens de superiores, sem qualquer questionamento”.

Já o princípio democrático complementa a autogestão, pois, para que o empreendimento possa ser autogerido por um grupo de pessoas, é necessário que essas pessoas estejam em pé de igualdade nas tomadas de decisões. Pois, como resume Paul Singer (2002, p.18) “a empresa solidária se administra democraticamente, ou seja, pratica a autogestão”.

Na subseção a seguir, serão discutidos os pontos de aderência entre Economia Solidária e Turismo, em especial o Turismo de Base Comunitária - TBC.

2.2 CONTRIBUIÇÃO DA ECONOMIA SOLIDÁRIA PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA

O Turismo e a Economia Solidária convergem para gerar desenvolvimento local no destino turístico. O turismo como uma prática humana que envolve múltiplos aspectos, como o econômico, cultural, social, ambiental, para citar os mais abrangentes, resume-se no



deslocamento de pessoas de um centro emissor para um destino receptor, levando-se em conta as inúmeras interações que decorrem desse processo.

Logo, dentro desse universo de possibilidades, podemos destacar o Turismo de Base Comunitária – TBC, como a prática turística que melhor se articula com os princípios da Ecosol. Esse argumento é corroborado por Conti e Antunes, que destacam que o Turismo de Base Comunitária é:

[...] uma forma de organização do turismo que propõe o protagonismo da população local na gestão dessa atividade econômica, por meio de mecanismos de autogestão, da manutenção da propriedade do território e da democratização de oportunidades e benefícios. [...] que entende o turismo como fenômeno social, buscando ir além dos resultados econômicos e incorporar a valorização dos saberes tradicionais e da cultura local, o fortalecimento das relações sociais, a melhoria da qualidade de vida dos agentes envolvidos no processo e a conservação dos recursos naturais (Conti; Antunes, 2020, p. 107).

Assim, o TBC dialoga com os princípios da Economia Solidária, por meio da autogestão e democracia, principalmente, na exploração sustentável dos recursos naturais e culturais de uma comunidade. Além de entender que apesar dessa prática ser uma atividade econômica, ela também é um movimento social, que visa o uso sustentável de tais recursos, de modo a garantir a sua preservação para gerações futuras e garantir o desenvolvimento local.

O conceito de desenvolvimento envolve não só a questão do crescimento econômico, mas também a melhoria da qualidade de vida da população de um determinado território. O modelo de desenvolvimento pensado a partir da economia solidária dialoga perfeitamente com o TBC, considerando os aspectos já abordados, tendo em vista que ele promove novas relações de produção para viabilizar um crescimento econômico sustentável, que preserve os recursos da localidade e redistribua os dividendos entre os excluídos do modelo econômico tradicional (Singer, 2004).

Tal visão também se relaciona bem com o modelo de desenvolvimento local, levando-se em conta que esse tipo de desenvolvimento, segundo Coriolano (2012, p.64) “é aquele realizado em pequenos lugares de forma participativa, levando às mudanças socioestruturais, com caráter endógeno”. Assim, esse desenvolvimento depende da capacidade de organização local, com relativa autonomia da comunidade para explorar os seus próprios recursos em benefício próprio.



Um tipo de estratégia possível para catalisar o desenvolvimento local é a formação de redes de cooperação solidária. Essas redes são compostas por empreendimentos e demais atores da Ecosol, que se interligam para desenvolver a produção, comercialização, financiamento e consumos solidários de produtos e serviços, tornando-se um movimento que se retroalimenta, buscando o crescimento de maneira sustentável. (Mance, 2002; Brasil, 2015).

Desse modo, na próxima subseção, serão abordados os aspectos da Economia Solidária e do Turismo em relação à comercialização de produtos artesanais nas feiras livres.

2.3 AS FEIRAS DE ARTESANATO COMO EMPREENDIMENTOS DA ECONOMIA SOLIDÁRIA E ATRATIVO TURÍSTICO DE BASE COMUNITÁRIA

As feiras são espaços de comercialização de produtos diversos, tais como: hortifrutis e produtos artesanais, sejam alimentos, utensílios, peças de decoração, vestuário, etc. Essas feiras ocorrem, geralmente, ao ar livre, em pontos centrais onde existe um movimento maior de pessoas, como próximos a pontos turísticos, praças, orlas, etc.

Esse tipo de comércio de rua está presente no mundo todo e resiste ao tempo e às diversas formas de comércio que foram criadas, especialmente as criadas nas últimas décadas, como: plataformas de vendas online, “hipermercados” e sacolões. Para Magalhães (2017, p.8) as feiras são “adaptáveis à população daquela região ou criando tradições tão fortes que o público consumidor se locomove até elas ou esses espaços em busca dos melhores negócios” e, por que não, para também viver experiências únicas.

As feiras são importantes meios de materialização dos princípios da Ecosol, pois, nelas podem ocorrer relações de comercialização e consumo de bens produzidos de maneira responsável. Isto é, nas feiras, geralmente, são expostos produtos da agricultura familiar, orgânicos, artesanais, etc., que respeitam o meio-ambiente e a cultura local.

Outro fator importante é que, frequentemente, esses produtos são feitos por trabalhadores e trabalhadoras que não se encaixaram na economia convencional e, que sem essa atividade, ficariam ainda mais à margem do sistema, como ratificado por Ricci e Sant’Ana (2009, p.7) “muitos deles fazem desta atividade um meio de sobrevivência”.



E como evidenciado por Santos (2022, p.31), “a arte de produzir artesanato evita que muitas mulheres sejam dominadas, subjugadas ou sofram violência por parte de seus parceiros, uma vez que possuem renda própria”. Lembrando que as mulheres são importantes agentes da Ecosol, mas continuam cumprindo dupla jornada, executando muitas tarefas domésticas em seu dia a dia (Laporte et.al., 2017).

As autoras Rodrigues e De Aguiar (2021, p.3) destacam a importância das Feiras para a Ecosol, “a economia solidária se faz presente em muitas partes do país por meio de feiras, caracterizadas por reuniões socioeconômicas ao ar livre”. Ou seja, esses comerciantes têm a oportunidade de ter um contato direto com os seus consumidores e, em contrapartida, esses consumidores têm a oportunidade de encontrar produtos únicos, mais frescos, sem agrotóxicos e com melhores preços.

Como supracitado, o artesanato está inserido no contexto das feiras e, por conseguinte, na Ecosol. Pois, como destaca Ricci e Sant’Ana (2009), as feiras e as exposições são oportunidades para comercialização das peças de artesanato e conexões com outros atores envolvidos nessa atividade.

Desse modo, as feiras de artesanato também podem ser consideradas redes ou arranjos produtivos, onde os artesãos e artesãs podem se ajudar mutuamente, com a possibilidade de aprender uns com os outros e fortalecer laços interpessoais e comerciais, bem como interagir com outros atores locais.

O que vai ao encontro do conceito de Arranjos Produtivos Locais – APL’s estabelecido pelo Governo Federal, por meio do Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior, que são considerados um conjunto de empreendimentos “localizados em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva, algum tipo de governança e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais” (Brasil, 2023).

Sob o ponto de vista da peça artesanal produzida em uma determinada localidade, ela é mais que um produto, pois pode guardar em si a identidade cultural daquela comunidade, tanto pelo ambiente e matérias primas encontradas naquele território, quanto pela formação histórica do povo que vive ali e os conhecimentos passados de uma geração para outra.

Melo (2022, p. 16) indica que uma peça de artesanato “construída pelas mãos de um artesão, seja ela meticulosamente planejada ou totalmente intuitiva, carrega consigo, além do



seu valor material, um conjunto de crenças e valores, que por vezes não estão explícitos na peça”.

Com isso, o artesanato pode se tornar um bem valioso na composição de um produto turístico. Para Machado e Fonseca Filho (2014), o artesanato pode se tornar um importante produto turístico, desde que guarde em si a identidade cultural da comunidade local.

Dessa forma, o artesanato aliado à sua comercialização em feiras compõe sobremaneira o produto turístico de um destino. Pois, como destaca as autoras Coutinho e Horodyski (2020):

As compras de artesanato são parte importante do consumo e da experiência dos turistas, o que pode ser notado pela presença de lojas e feiras de artesanato em quaisquer destinos turísticos do mundo. As feiras de artesanato, em diversos destinos, são um dos principais espaços onde os turistas tem a possibilidade de conhecer e adquirir o artesanato local (COUTINHO; HORODYSKI, 2020, p. 704).

Logo, os princípios da Ecosol podem nortear a formação de uma feira de artesanato, que por suas características intrínsecas poderá se tornar um importante produto turístico para o destino e que, por fim, gerará renda para a comunidade e boas experiências para os turistas. Essa cadeia de acontecimentos precisa ser bem planejada e articulada entre os atores, especialmente, a comunidade envolvida, para que se obtenham os benefícios almejados e de maneira sustentável.

3 A FEIRARTE DE PATROCÍNIO-MG

A FeirArte é uma feira de artesanato realizada exclusivamente por artesãs de Patrocínio-MG. O Município, que fica na região do Alto Paranaíba, é lar de cerca de 90 mil habitantes e encontra-se a 400 km da capital mineira. Destaca-se economicamente pela robustez da atividade agropecuária, notadamente pelo prestigiado Café do Cerrado Mineiro, uma especialidade que conquista reconhecimento global.

Conforme dados do IBGE referentes a 2020, o PIB per capita do município alcançou aproximadamente R\$ 36 mil, e o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de 0,729 em 2010, indicando um nível considerado alto.



Não obstante, a esses indicadores positivos. Patrocínio ainda enfrenta desafios notáveis, destacando-se entre eles as desigualdades sociais, a igualdade de gênero e a necessidade de práticas sustentáveis.

Patrocínio é a sede da IGR Caminhos do Cerrado, formada por oito municípios da região. Assim, o turismo local é muito influenciado pelo agronegócio, com eventos como: FENACAFÉ, Seminário do Café e Festival de Cultura e Cozinha Mineira do Cerrado. O município também possui manifestações culturais tradicionais, como: grupos de congada e folias, além de atrativos naturais, como: a Serra do Cruzeiro, a Represa de Nova Ponte e belíssimas cachoeiras.

Também foi lançada, no final de 2023, a Rota do Café do Cerrado Mineiro, importante iniciativa das entidades comerciais, cafeeiras e do poder público, com a assessoria e apoio do SEBRAE-MG. Propiciando a experiência ao turista de poder apreciar um dos melhores cafés do mundo.

Nesse cenário a FeirArte, começou realizando suas atividades nos primeiros sábados do mês subsequente ao quinto dia útil, tipicamente na esplanada em frente ao Museu Histórico Municipal “Casa da Cultura”, embora também pudesse ocorrer, em ocasiões específicas, em outros espaços culturais da cidade e em dias alternativos.

A instauração da FeirArte representou uma iniciativa significativa para reavivar a prática artesanal no município. Esse esforço adquiriu relevância ao considerar o conceito enriquecedor da prática artesanal, que não apenas preserva tradições culturais, mas também fomenta a expressão criativa individual e coletiva.

A feira ganhou destaque, especialmente à luz do encerramento das atividades da tradicional Feira de Artesanato e Cultura de Patrocínio, da Praça Santa Luzia, em decorrência da pandemia de COVID-19, ressaltando a resiliência e adaptação necessária para a continuidade dessas práticas em tempos desafiadores.

O grupo criado no ano de 2021, por oito artesãs que se reuniram com o intuito de, segundo o relato delas mesmas em seu perfil do Instagram:

Somos um grupo de mulheres batalhadoras, que nos unimos em prol da divulgação de nossos artesanatos e da cultura de nossa região. Pretendemos realizar uma feira/exposição por mês, para que possamos nos encontrar, vender, divulgar, trocar experiências, fazer amizades e também contar com apresentações culturais da nossa cidade (FeirArte, 2023).



Nesse caminho elas enfrentaram muitas adversidades até a formalização. E uma dessas dificuldades foi imposta pelo próprio poder público local, pois há no município a lei nº 4.790 de 2015, que dispõe sobre a instalação de Feiras Itinerantes e Temporárias.

Essa lei praticamente inviabilizava a realização da FeirArte, pois impunha uma série de condições para que elas conseguissem o alvará de funcionamento. Por exemplo, requerer o alvará com antecedência mínima de 30 dias úteis, necessitando o pagamento de taxas e autorização dos demais órgãos pertinentes a cada realização. Além da proibição de realização da feira, nos 30 dias que antecediam as seguintes datas comemorativas: do dia das mães, dos namorados, dos pais, das crianças e do natal.

Porém, havia algumas exceções na lei de 2015, que permitia a realização de alguns tipos de feiras. No entanto, a FeirArte não estava entre essas exceções.

Assim, em junho de 2022, foi publicada a Lei 5.465, de autoria da vereadora e ex-secretária de cultura e turismo, Eliane Nunes, incluindo a realização de feiras similares a FeirArte entre essas exceções, dispondo conforme o texto a seguir:

V – Que tenham por finalidade o fomento da cultura e do artesanal local por meio da venda de produtos artesanais, tais como: culinária artesanal, costura criativa, cosméticos artesanais, saboaria artesanal, crochê, brinquedos artesanais, bebidas artesanais, artigos de cerâmica, pinturas, assessorios artesanais, vestiários artesanais, cultura indígena, cultura afro, artesanato em feltro, artesanato em EVA, e quaisquer outros produtos de artefato local. (Patrocínio, 2022)

Solucionada a questão, em julho do mesmo ano, elas já foram convidadas para participar do então 6º Festival de Cultura e Gastronomia do Cerrado, promovido pela Associação Comercial e Industrial de Patrocínio e Câmara de Dirigentes Lojistas – ACIP/CDL, importante evento da cidade, que teve um público de mais de 18 mil pessoas, em três dias de festival.

Esse convite foi importante, pois foi a partir dele que elas decidiram dar início ao processo de constituição da associação, juntando a documentação necessária e formando a primeira diretoria. As fundadoras arcaram com os custos do processo que se prolongou até o ano seguinte, segundo relato de uma das fundadoras da associação.

Enfim, em junho de 2023, elas formalizaram a sua associação, com a abertura do seu CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, com a denominação de Associação FeirArte. Sendo a sua atividade principal a organizações associativas ligadas à cultura e à arte.



Somando-se a esta, as atividades secundárias, como: *design* de produto; serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas; ensino de arte e cultura não especificado anteriormente; atividades de associações de defesa de direitos sociais; entre outras, segundo os dados da Receita Federal.

No entanto, elas já estavam participando dos principais eventos da cidade, concomitante ao processo de formalização da associação. Deste modo, em abril de 2023, elas participaram da 21ª Feira Comercial e Industrial, também promovida pela ACIP/CDL, com apoio da Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – SMCT. Esse evento ocorreu dentro da Festa Nacional do Café - FENACAFÉ, evento de exposição agropecuária, com seis dias de duração, que acontece junto ao aniversário da cidade, e que teve um público estimado em 150 mil pessoas.

No mês seguinte, maio de 2023, elas realizaram a sua primeira feira, na Esplanada do Museu Histórico de Patrocínio, com o apoio da SMCT e da Fundação Casa da Cultura de Patrocínio.

Em seguida, elas continuaram as suas exposições mensais em frente ao museu, além de participações nos grandes eventos da cidade, tais como: ArraiôPatrô, Semana da Criança e Natal Encantado, organizados pela SMCT. E também do 7º Festival da Cultura e Cozinha Mineira do Cerrado, o mesmo evento que elas haviam participado pela primeira vez em 2022, agora com novo nome e duração maior, com quatro dias.

Assim, elas vêm conquistando espaço e busca da realização de um sonho, compartilhado em seu perfil do Instagram, em uma de suas primeiras postagens:

Apesar da criação da Associação ser recente, já temos uma história de muitas lutas, que teve início há pouco mais de um ano. O desejo da realização de uma feira de artesanatos em espaços públicos da cidade é um anseio e um sonho de muitas pessoas que desejam divulgar os seus trabalhos, suas artes e que aspiram para que todos tenham a garantia do direito à cidade e de seus espaços (FeirArte, 2023)

Atualmente, elas contam com 17 artesãs associadas, que pagam uma mensalidade para arcar com os custos operacionais da associação. E continuam realizando a sua feira, habitualmente, só que agora na Praça Santa Luzia, bem no centro da cidade, onde é o principal espaço de encontro dos patrocínenses e visitantes. Além de ser o ponto tradicional de exposição dos artesãos da cidade, desde a extinta Feira de Artesanato e Cultura de Patrocínio, que funcionou ali por cerca de 20 anos.



Com isso, na próxima seção, serão apresentados e discutidos os dados coletados junto às integrantes da FeirArte, para compreender a sua percepção sobre o empreendimento e correlacionar essa percepção com a revisão teórica levantada.

4 ANÁLISE DA FEIRARTE COMO UM EMPREENDIMENTO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA E SEUS IMPACTOS NO TURISMO LOCAL

4.1 PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa de campo iniciou-se com uma visita à Feira, que estava sendo realizada na Praça Santa Luzia, no período da Festa de Santa Luzia, em dezembro. O evento natalino do município também já havia começado nesse mesmo período. As observações referentes a essa visita foram registradas em um diário de campo.

Na oportunidade, pode-se conversar com mais profundidade com a presidente da associação e uma das fundadoras. Porém, outras integrantes também participaram da conversa em meio à montagem da Feira.

Nessa conversa obtiveram-se algumas informações importantes, como o relato da experiência da realização da Feira na Esplanada do Museu em comparação com o novo espaço. Elas disseram que o movimento na Praça Santa Luzia era bem maior, pois o fluxo do outro local era formado basicamente pelas mães que buscavam os filhos no Colégio Berlaar, no final da tarde.

Na observação *in loco*, foi constatado que elas montaram a Feira em uma pequena parte de uma das faixas da Av. Rui Barbosa, contígua à praça, que havia sido fechada pela Prefeitura Municipal para a realização da Festa de Santa Luzia e festividades de Natal. Elas compartilhavam esse mesmo espaço, com os trailers de lanche que são fixos na praça, bem como os brinquedos infláveis montados aos finais de semana e feriados.

Nesse dia, a feira contou com oito expositoras, uma ao lado da outra. E cada uma das artesãs comercializava as suas peças em uma banca padronizada, composta por uma pequena mesa de madeira, sem nenhuma cobertura.

Havia muito público no local, devido à Festa de Santa Luzia, com sua praça de alimentação e bingo beneficente. E, também, por toda a atmosfera natalina criada pelas luzes



de natal; a casinha do Papai Noel que, já estava montada a poucos metros dali e o comércio no entorno da praça.

Após esse primeiro contato coletivo, foi elaborado e aplicado um questionário individual, que obteve a participação de 12 das 17 artesãs, que fazem parte da FeirArte atualmente, cobrindo 70% da população pesquisada.

Cinco dos questionários foram aplicados presencialmente, permitindo um contato mais direto com as respondentes. Momento que propiciou a realização de algumas perguntas não contempladas no questionário, nos moldes de uma entrevista semiestruturada.

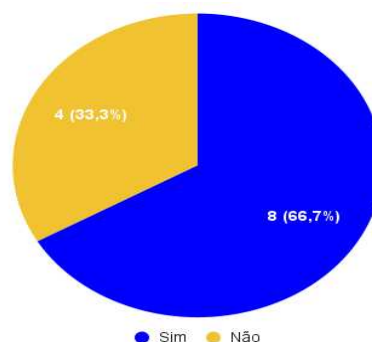
As demais respondentes, somando um total de sete, responderam aos formulários via *google forms*. Isso ocorreu, devido à dificuldade em encontrar presencialmente as artesãs, pois a pesquisa de campo foi realizada entre o Natal e o Carnaval, dois eventos que, entre outras atividades, também geram muitas encomendas para elas.

O questionário foi composto por 25 perguntas, entre questões fechadas e abertas, que tinham o objetivo de identificar a percepção das participantes sobre a FeirArte e a sua possível relação com os empreendimentos de Ecosol e enquanto produto turístico.

4.2 A FEIRARTE ENQUANTO EMPREENDIMENTO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

Procurou-se, através das questões aplicadas, buscar o conhecimento das integrantes da FeirArte sobre o conceito de Economia Solidária. Assim, os resultados apresentados no (Gráfico 1) sugerem que o grupo conhece o termo. Pois oito das 12 participantes disseram conhecer o termo Economia Solidária.

Gráfico 1 – Se a artesã conhecia o termo Economia Solidária

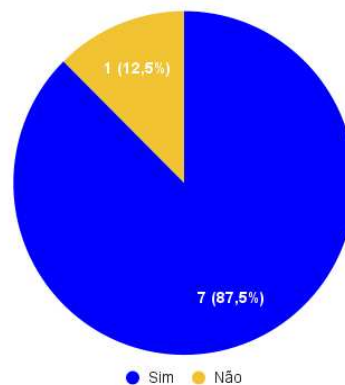


Fonte: Elaborado pelo autor (2024)



Em seguida, foi perguntado para estas oito respondentes que afirmaram conhecer o termo, se elas consideravam a FeirArte um empreendimento de Economia Solidária, dado apresentado no (Gráfico 2) a seguir.

Gráfico 2 – Se a artesã considerava que FeirArte era um empreendimento de Economia Solidária



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Apenas uma delas disse que não considerava que a FeirArte fosse um empreendimento de Ecosol, apesar de conhecer o conceito de Ecosol. Pois para ela a associação “ainda não chegou nesse ponto, pois ainda falta o conhecimento do tema por parte das participantes do grupo”. As demais artesãs pesquisadas informaram que não conheciam o termo Economia Solidária.

Deste modo, para as respondentes que disseram que a FeirArte era um empreendimento de Ecosol, foi perguntado o motivo delas acharem isso, em uma pergunta aberta.

Assim, as respostas obtidas, confirmaram que as participantes possuem certo conhecimento sobre Ecosol, inclusive, citando alguns de seus princípios norteadores, apresentadas nas respostas do (Quadro 1) a seguir. Para preservar a identidade das respondentes, cada uma delas foi identificada pelo termo Artesã, seguido de um número.



Quadro 1 - Pergunta: Por que você considera que a FeirArte é um empreendimento de Economia Solidária?

Respondente	Resposta
Artesã 10	Dentro do nosso grupo possui os principais valores de autogestão, cooperação, solidariedade e ação econômica.
Artesã 03	Por que Envolvermos práticas como, associações, redes de troca e outras formas de organização para buscarmos distribuir formas equitativa para os benefícios econômicos e promovermos o desenvolvimento sustentável.
Artesã 06	Pois não visa apenas o lucro, e trabalha com a parte social também.
Artesã 11	Porque unidas aprendemos, crescemos, nos unimos e nos ajudamos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Depois, buscou-se verificar a ocorrência dos quatro princípios fundamentais da Economia Solidária (solidariedade, cooperação, autogestão e democracia), segundo as autoras Leal e De Sá Rodrigues (2018), no contexto da Feira/Associação e na perspectiva das artesãs.

Para isso, procurou-se utilizar uma linguagem mais acessível, com perguntas fechadas ou dicotômicas, com as opções sim e não.

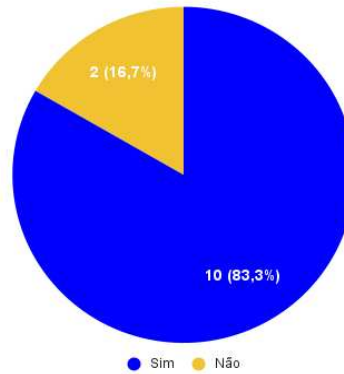
De modo que a primeira pergunta nesse sentido foi no intuito de indagar se havia uma relação de igualdade entre as participantes da FeirArte, ou seja, se todas possuíam os mesmos direitos e deveres perante o grupo?

Todas as participantes da pesquisa responderam que existe uma relação de igualdade entre as participantes da FeirArte, ou seja, todas possuem os mesmos direitos e deveres perante o grupo.

Em seguida, buscou-se averiguar se elas cooperavam para chegar a um determinado objetivo em comum, com as respostas obtidas, sendo apresentadas no (Gráfico 3). Essa questão não obteve unanimidade como na questão anterior, mas obteve uma maioria absoluta, com 83,3% das respostas positivas.



Gráfico 3 – Se artesã considerava que havia cooperação entre as integrantes do grupo, para melhor produzir e comercializar os seus produtos.



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Outra questão levantada foi o caráter democrático do grupo, com a seguinte pergunta: Em sua opinião, as decisões do grupo são tomadas de maneira democrática levando-se em consideração a opinião de todas as integrantes?

Também com todas as participantes pesquisadas considerando que as decisões do grupo são tomadas de maneira democrática, levando-se em consideração a opinião de todas as integrantes.

A última questão neste quesito buscou identificar como era feita a remuneração do grupo, tendo em vista que o fator distribuição igualitária da renda obtida pode significar um aspecto solidário relevante.

Para isso, foi utilizada uma pergunta de múltipla escolha, autoexplicativa, conforme segue: Opção A: Por peça produzida individualmente (cada integrante recebe pelo que produz e comercializa); (2) Opção B: Por produção coletiva do grupo (divide-se em partes iguais o resultado de tudo que é produzido e comercializado na FeirArte); (3) Opção C: Outros.

Porém, todas foram unânimes em afirmar que a remuneração das participantes do grupo era feita individualmente, ou seja, cada integrante recebia pelo que produzia e comercializava. E uma delas ainda destacou que a “FeirArte não remunera ninguém”.

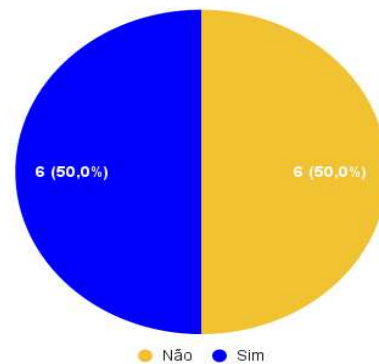
Também procurou saber há quanto tempo elas participam da FeirArte, para aferir o grau de experiência que a participante tem com o movimento e até que ponto o grupo está expandindo ou decaindo.



Assim, a maioria delas, composta por sete respondentes, indicou que participam da feira há dois anos, enquanto cinco respondentes indicaram que participam da feira há menos de um ano.

Tal fato é corroborado nas entrevistas presenciais e na pesquisa de campo feita em dezembro, quando elas disseram que contavam com 15 participantes e em menos de dois meses já tiveram o acréscimo de duas participantes. Lembrando que a FeirArte foi fundada por oito artesãs, o que é um crescimento significativo desde a sua fundação.

Gráfico 4 – Se a artesã foi uma das fundadoras da FeirArte



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

No (Gráfico 4), vemos que metade das artesãs que colaboraram com a pesquisa, foram responsáveis pela fundação da associação. Cabendo aqui, uma correlação com a pergunta sobre o conhecimento do termo Economia Solidária.

Pois, quatro das seis fundadoras participantes da pesquisa, afirmaram conhecer o conceito perguntado. Ou seja, aqui temos mais um dado que pode indicar que o empreendimento já possuía características da Ecosol desde o seu início.

Em seguida, foi feita uma pergunta específica sobre a motivação que elas tiveram para criar a FeirArte?

As respostas obtidas corroboram a auto definição do grupo em seu perfil do Instagram (2023), resumida pela resposta da Artesã 03 à questão: “A principal motivação para a criação da FeirArte foi promover o trabalho de artistas locais, proporcionar um espaço de exposição e venda de suas obras, e estimular o desenvolvimento cultural e econômico da comunidade”.



Aqui podemos destacar que a Ecosol tem seu enfoque no ser humano e não no lucro e na competição entre os concorrentes, como no modo de produzir capitalista. E a resposta das participantes, bem como a definição feita por elas em seu perfil do Instagram transparece isso, pois elas disseram que não pretendem apenas comercializar seus produtos, mas também, “trocar experiências, fazer amigas” e “estimular o desenvolvimento cultural e econômico da comunidade”.

Outro fator abordado foi a real necessidade do artesanato para compor a renda das respondentes e a importância da FeirArte nesse contexto. Assim, sobre o artesanato ser a principal fonte de renda das mulheres pesquisadas, metade delas disse que sim, que a atividade é sua principal fonte de renda.

Por outro lado, todas as participantes disseram que não dependem exclusivamente da FeirArte para comercializar seus produtos. E, segundo informações levantadas nas entrevistas, elas indicaram que a comercialização online é uma das formas mais comuns de comercializar seus produtos.

Por último, buscou-se identificar a formação de uma rede solidária em torno do grupo e o papel do Poder Público em termos de ações e omissões em relação ao empreendimento.

Quando perguntadas quais as entidades e/ou pessoas que são as principais parceiras da FeirArte, sete entrevistadas citaram a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo - SMCT; três citaram o Armário Beija Flor, com o apoio promocional da Feira.

Aqui cabe uma observação, pois a proprietária do armário passou de fornecedora de matéria-prima para integrante do grupo, já que também produzia artesanato. Outras duas citaram a vereadora e ex-secretária municipal de cultura e turismo, Eliane Nunes; e outra citou o apoio da Prefeitura Municipal como um todo.

O notável aqui é que nenhuma delas tenha citado a ACIP/CDL, importante entidade local, que agrega boa parte dos comerciantes da cidade. E propiciou as primeiras oportunidades para elas exporem em eventos grandes.

Tal fato talvez possa ser explicado pela mediação que é feita pela SMCT entre as duas entidades, pois, geralmente, a secretaria é responsável por ampliar o raio cultural desses eventos, levando atrações musicais, dança e demais movimentos culturais do município.

Com isso, podemos enxergar uma rede incipiente de colaboração entre o poder público, iniciativa privada e terceiro setor que ainda pode render bons frutos além dos já



citados. Talvez não no modo genuíno da Ecosol, mas talvez num caminho mais igualitário e participativo dentro do próprio sistema convencional de produção.

Com relação à pergunta o que o Poder Público poderia fazer em prol da FeirArte, apenas uma das participantes não soube responder. Segue um compilado das sugestões mais recorrentes e uma crítica ao poder público local no (Quadro 2):

Quadro 2 - O que o Poder Público poderia fazer em prol da FeirArte?

Respondente	Resposta
Artesã 01	Apoio e convites para participação da feira nos diversos eventos públicos e privados dentro da cidade. Ajuda na divulgação da feira em seus meios oficiais.
Artesã 02	Poderia disponibilizar tendas para todas; e mesas para as artesãs que ainda não possuem.
Artesã 03	O Poder Público poderia implementar políticas de apoio à FeirArte, como fornecer espaços públicos adequados para a realização do evento, promover campanhas de divulgação para aumentar a visibilidade dos artesãos participantes, oferecer capacitação e suporte técnico para os artistas melhorarem suas habilidades e gestão de negócios, e facilitar o acesso a linhas de crédito ou financiamento para investimento em materiais e infraestrutura [...].
Artesã 06	Dar mais abertura para a participação delas nos eventos da própria Prefeitura. Usar a Feira como atrativo para atrair mais turistas. E dar apoio para que elas participem de feiras de fora do município.
Artesã 12	Poderia fazer muito, pois em poucas cidades do Brasil é tão difícil realizar feiras de artesanato como em Patrocínio, o que expõe a cultura coronelista da cidade. Não há um incentivo do poder público (tirando a secretaria de cultura) em para a realização de feiras artesanais no município. É tudo muito burocrático e dispendioso.

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

O poder público é um importante elo em uma possível rede de empreendimentos de economia solidária ou num arranjo produtivo local. Porém, na pesquisa documental, não foram encontrados marcos legais ou políticas planejadas nesse sentido no município.

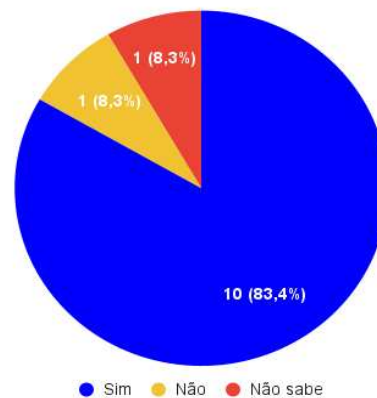
O que ocorre são ajudas localizadas dependendo da boa vontade do representante do poder público e do recurso disponível. Por isso, é importante que se pense em uma política pública a médio e longo prazo, que busque o apoio perene desses segmentos para que eles não dependam dos humores políticos da vez.



4.3 A FEIRARTE ENQUANTO ATRATIVO TURÍSTICO PARA COMPOSIÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO LOCAL

Primeiramente, pretendeu-se identificar qual a percepção das artesãs sobre a Feira em termos turísticos, perguntado se elas consideram que a FeirArte era um atrativo turístico. Assim, a pergunta obteve o seguinte resultado apresentado no (Gráfico 5), logo abaixo. Para 84,4% das artesãs, a FeirArte é sim um atrativo turístico, enquanto 8,3% disseram não e 8,3% responderam não saber.

Gráfico 5 – Se a FeirArte é um atrativo turístico na percepção das artesãs



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Ou seja, para a grande maioria das artesãs a FeirArte pode ser considerada um atrativo turístico do município. Porém, quando perguntadas qual a origem principal do público da FeirArte, todas as participantes indicaram que o seu público principal é oriundo do próprio município.

Em seguida, buscou-se estabelecer uma relação do artesanato produzido pelas artesãs da FeirArte com a cultura local. Tendo em vista que essa identidade é fator importante na composição de um produto turístico a partir dos produtos artesanais.

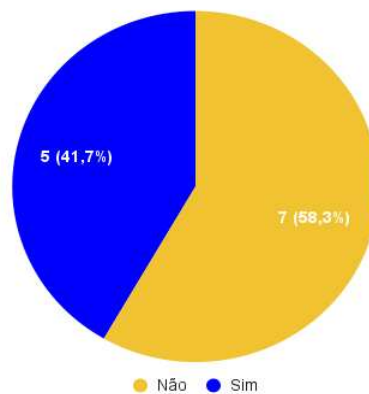
Assim, identificar se as participantes são naturais de Patrocínio poderia ser um indicador importante para essa correlação. E, segundo os dados, menos da metade das artesãs pesquisadas são naturais do município, conforme exposto no (Gráfico 6).

No entanto, há artesãs nascidas nas cidades vizinhas, como Serra do Salitre, Guimarães e Uberlândia. O que pode significar uma relação com o local, devido às



afinidades culturais, econômicas e sociais dos municípios que compõem a região do Alto Paranaíba e Triângulo Mineiro, que tiveram formações parecidas, inclusive, com ex-distritos de Patrocínio, como Serra do Salitre, que foi elevado à categoria de município apenas em 1953 (IBGE, 1959).

Gráfico 6 – Naturalidade da artesã, se ela nasceu em Patrocínio



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

As demais participantes nasceram em outros estados, contemplando quase todas as regiões do Brasil, sendo uma de São Paulo, uma do Paraná, uma de Brasília e outra de Belém do Pará. O que demonstrou certa diversidade geográfica em termos da naturalidade e, conseqüentemente, da cultura de cada participante.

Ainda sobre a identidade do artesanato produzido aqui, buscou-se identificar o tipo de artesanato produzido por elas. Identificando-se certa diversidade nas peças produzidas, até porque elas procuram não concorrer entre si, não comercializando os mesmos produtos.

Assim, identificou-se uma série de acessórios, tais como, colares, pulseiras, bijuterias, laços, bolsas; bonecas de pano, inclusive, bonecas pretas; itens de decoração, tais como tapetes, imagens sacras, quadros, peças em cerâmica e madeira; variadas peças de crochê; artigos infantis, principalmente, para bebês; itens com a temática afro; além de alimentos artesanais, tais como, bolos, pães, doces, etc.

Outros itens citados, mas não tão comuns, foram as plantas artesanais kokedamas, técnica japonesa para fazer arranjos de plantas, que são literalmente feitas de bolas de musgo (Kokedamas, 2017), inclusive, a artesã produz kokedama com pés de café, o que pode ser

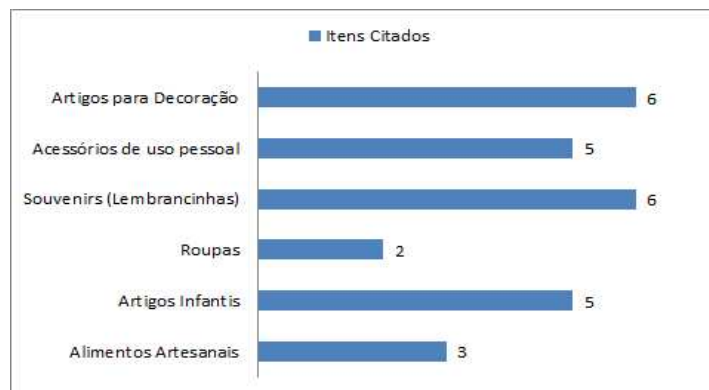


muito valorizado pelos turistas, pois remete ao maior atrativo do município, o café do cerrado mineiro.

Ainda sobre o tipo de artesanato, foi perguntado como elas classificavam o artesanato feito por elas, por meio de uma pergunta tipo caixa de resposta, que permitia a inserção de mais de uma resposta, além do campo outros.

Como não houve um pré-teste do questionário e não se encontrou, no referencial teórico, uma classificação padrão para a utilidade do artesanato produzido, optou-se por fazer um novo tratamento das respostas obtidas, fazendo o reagrupamento das respostas, e, em seguida, gerando um gráfico, apresentado no (Gráfico 7), por meio do software *Microsoft Office Excel 2010*, até porque cinco das respondentes optaram por inserir respostas no campo outros, gerando novos itens similares entre si ou que poderiam ser contemplados nos outros campos.

Gráfico 7 – Tipo de artesanato produzido de acordo com a sua utilidade



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Assim, levando-se em consideração a utilidade das peças produzidas, conforme citado pelas artesãs pesquisadas, eram compostas, em sua maioria, por artigos para decoração e *souvenirs* (lembrancinhas), com seis citações; seguidas por acessórios de uso pessoal e artigos infantis, com cinco citações, além de três citações referindo-se aos alimentos artesanais e duas referentes a roupas.

Assim, podemos destacar que 50% dos produtos comercializados podem ter um apelo turístico, por serem consideradas lembrancinhas da cidade. O que pode ser considerado um fator importante na experiência do turista no destino. Tendo em vista a importância dessa experiência para o turista, como explicitado por Coutinho e Hodyski (2020).



O (Gráfico 8) refere-se aos efeitos gerados pela FeirArte tanto no contexto geral (comunidade), como no ambiente interno da associação e suas integrantes, na percepção das próprias artesãs, sendo colocados em uma questão tipo caixa de seleção, que podia comportar mais de uma resposta.

Gráfico 8 – Efeitos gerados pela FeirArte



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

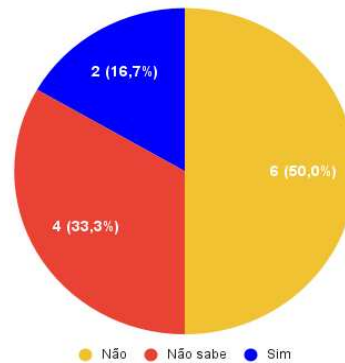
Assim, podemos destacar a “Valorização dos Saberes Tradicionais e da Cultura Local”, citada por 11 das participantes. Em segundo lugar, o “Fortalecimento das Relações Sociais”, a “Melhoria da Qualidade de Vida das Participantes” e a “Atração de Turistas”, todas com 10 citações.

Em seguida, foram destacadas a “Melhoria da Qualidade de Vida da Comunidade” e “Promoção da Igualdade Racial”, com oito citações. A “Promoção da Igualdade de Gênero” foi citada por metade das participantes. E, por fim, apenas quatro das respondentes disseram que a FeirArte gerava a “Preservação do Meio Ambiente”.

No entanto, apesar da Valorização dos Saberes Tradicionais e da Cultura Local serem um dos efeitos mais citados, em seguida, foi perguntado a elas se os seus produtos guardavam alguma herança cultural do Município de Patrocínio, obtendo-se o resultado exposto no (Gráfico 9).



Gráfico 9 – Os produtos da FeirArte guardam alguma herança cultural do Município de Patrocínio



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Onde a maioria, com 50%, indicou que o seu artesanato não guarda relação com a herança cultural do município; 33% disseram não saber e apenas 17% que sim.

Apesar da aparente contradição entre as duas respostas, podemos inferir, por meio da próxima questão abordada, referente a como elas aprenderam a fazer o seu artesanato, que, por mais que o seu produto não seja uma herança cultural do município, ele guarda em si, uma herança familiar. Pois, um número significativo de respondentes, citou que aprenderam a fazer o seu artesanato com a mãe e/ou a avó.

Porém, a grande maioria informou que aprendeu sozinha por meio da internet e/ou TV, bem como através de cursos específicos.

Perguntadas se o artesanato e/ou produto produzido por elas podia ser encontrado facilmente em outros municípios. A maioria, perfazendo 59%, disse que sim, citando, principalmente, cidades próximas, como: Uberlândia, Araxá e Patos de Minas. Sendo que uma delas citou Belo Horizonte e a outra citou Porto Alegre – RS. E outras citaram que o seu tipo de artesanato também poderia ser encontrado em municípios de outros estados e em outros países.

Para as 33% que disseram que o seu artesanato não poderia ser encontrado facilmente em outros locais, destaca-se a resposta da Artesã 01:

Acessórios podem ser facilmente encontrados, porém existe uma enorme variedade de técnicas e modelos possíveis. Considerando os que são modelos exclusivos produzidos por mim, não poderiam ser encontrados em outra parte pois eu tenho meu próprio estilo para a criação de meus acessórios (2024).



Ou seja, a observação acima vai ao encontro da essência exclusiva dos produtos artesanais, pois, como colocado por Melo (2022), esse artesanato produzido é único no sentido de que, quem o fez também é um ser único, que transmite a suas características próprias para a peça produzida.

Como explicitado no referencial teórico, o artesanato é um importante ativo de um destino turístico, especialmente, se esse artesanato guarda alguma identidade local, ou mesmo, que esse artesanato tenha características tão intrínsecas, que só possa ser produzido naquele ambiente natural e cultural específico, o que teria em si, um poder atrativo ainda maior.

Porém, esse não é o caso do artesanato produzido pelas artesãs da FeirArte, muito embora, seja importante que exista a feira, principalmente, por ela conter alguns souvenirs que remetem a cidade, ainda mais em um cenário onde não se encontra esse tipo de lembrança no comércio convencional.

Portanto, através dos dados coletados, sugere-se que a FeirArte possa complementar outros atrativos que já estão em um estado mais avançado de elaboração, como a Rota do Café do Cerrado Mineiro, mas ainda não pode ser considerado em si, um atrativo turístico.

4.4 ANÁLISE SWOT

Por meio das percepções das artesãs registradas nos questionários foi feita uma análise SWOT - *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças) para as duas principais variáveis pesquisadas: A FeirArte enquanto Empreendimento de Economia Solidária e enquanto Atrativo Turístico. De modo que os dados foram compilados nas tabelas abaixo.



Tabela 1 – Análise SWOT da FeirArte enquanto Empreendimento de Economia Solidária

	STRENGTHS/FORÇAS	WEAKNESS/FRAQUEZAS
FATORES INTERNOS	Cada produto tem sua característica própria, diferente do industrializado	Falta de organização
	A união das mulheres	Falta de engajamento de algumas participantes, pelo fato da FeirArte não ser a principal fonte de renda delas
	Relações interpessoais	Não é qualquer pessoa que pode entrar
	Cooperação	
	OPPORTUNITIES/OPORTUNIDADES	THREATS/AMEAÇAS
FATORES EXTERNOS	Convite para os eventos da cidade	Falta de apoio da própria comunidade
	Público interessado em arte e artesanato	Falta de apoio de entidades de fomento, para capacitação e melhoria da infraestrutura
	A possibilidade de interação com as pessoas	
	Levar a cultura para a cidade	
	Possibilidade de realizarem oficinas	
	Oportunidade de adquirir o sustento	
	Oportunidade de mostrar e divulgar o trabalho	
Abrir espaço para outros artesãos		

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

No que diz respeito à FeirArte enquanto empreendimento que guarde características de Economia Solidária, podemos inferir que sim, tanto pelo cumprimento dos seus princípios norteadores, notadamente, a solidariedade, cooperação, autogestão e democracia. Bem como, no ideal de suas fundadoras de valorizar o ser humano, as relações interpessoais, a cultura local e o bem-estar da comunidade em primeiro lugar.

Porém, o empreendimento encontra-se em um cenário completamente imerso no modo de produção capitalista e isso dificulta sobremaneira as relações e formações de redes com o viés genuinamente solidário, com os demais atores: fornecedores, consumidores e comunidade em geral incluídos e participando do processo.

Isso se reflete no olhar como é visto a propriedade dentro do grupo, elas pagam uma mensalidade para manter a parte burocrática da associação funcionando; existe uma diretoria voluntária, no entanto não existe uma propriedade coletiva. Ou seja, cada uma delas arrecada aquilo que comercializa.

Portanto, podemos considerar a FeirArte um empreendimento com um ideal de Economia Solidária, como foco no ser humano e na ajuda mútua para produzir e obter dignidade, mas ainda com uma mentalidade forte do sistema de produção convencional.



Tabela 2 – Análise SWOT da FeirArte enquanto Atrativo Turístico

		STRENGTHS/FORÇAS	WEAKNESS/FRAQUEZAS
FATORES INTERNOS		Variedade de Tipos de Artesanato	Divulgar melhor as datas da Feira
		Mobilidade	Falta de Organização
		Produtos exclusivos	Inconsistência de alguns produtos oferecidos
		A Qualidade dos Produtos	Dificuldade de atrair um público mais amplo
		Ambiente animado e cultural	Algumas sabem fazer o artesanato, mas não sabem comercializá-lo
			Rede Social
		OPPORTUNITIES/OPORTUNIDADES	THREATS/AMEAÇAS
FATORES EXTERNOS		Convite para os eventos da cidade	Falta de reconhecimento da Feira na cidade
		Atração de um público interessado em arte e artesanato	Falta de apoio de entidades de fomento, para capacitação e melhoria da infraestrutura

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Com relação à FeirArte enquanto um atrativo para compor o produto turístico local, podemos dizer que ela é uma ação extremamente valiosa tanto para cultura local, quanto para o turismo. Porém, ainda não é capaz de gerar um fluxo turístico de forma isolada, exceto quando é montada nos grandes eventos da cidade.

Pois se constatou que o artesanato produzido, apesar de rico em sua diversidade e significativo em suas relações parentais. Pode ser facilmente encontrado em outros destinos e não guardam uma herança cultural local própria, no olhar das próprias artesãs que o produzem.

Outro fator é a falta de infraestrutura, uma reclamação recorrente entre as artesãs, por exemplo, com relação ao modo em que são expostas as suas peças artesanais, pois não existe cobertura, o que dificulta bastante nos períodos de chuva. E mesmo a falta de um maior suporte do poder público em termos de melhorias da infraestrutura dos espaços onde ocorre a Feira.

E, por fim, um dos pontos mais destacados foi a falta de divulgação eficiente da Feira e a falta de valorização por parte da comunidade. Elas até se organizam para montar um cronograma de realização das Feiras, porém, isso não é bem divulgado, o que implica na falta de público.

Assim, a FeirArte é extremamente necessária, especialmente, pelo fato dela ocupar uma lacuna importante, deixada pela Feira de Artesanato e Cultura de Patrocínio. Pois, como



visto o artesanato atrelado a sua comercialização em feiras é extremamente importante para um destino turístico. Ainda mais, quando o turista pode materializar a experiência vivida no destino, por meio de um objeto que lhe traga lembranças ou possa presentear a pessoas queridas que não estiveram com ele na viagem.

Então, nesse sentido é importante que a comunidade abrace a FeirArte para que ela se fortaleça e possa ser melhor valorizada por todos os atores envolvidos com o turismo no município. Para que ela possa compor o produto turístico local, especialmente sob o viés do Turismo de Base Comunitária, ou mesmo, se tornar um produto turístico em si.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se iniciou o trabalho de pesquisa tinha-se em mente que a FeirArte era um empreendimento que atuava sobre os princípios da Economia Solidária. E que a feira também poderia ser um atrativo turístico, seguindo os princípios do Turismo de Base Comunitária.

Diante disso, a pesquisa teve como objetivo geral verificar esses dois fatores. Vindo a se constatar que a FeirArte foi fundada sob o formato de uma associação, com vários princípios da Ecosol, já em seu nascedouro, e que continua atuando sobre esses princípios ainda hoje.

Sobre o fator produto turístico, pode-se observar que, apesar da importância cultural e como instrumento de comercialização do artesanato produzido na cidade, ela ainda não pode ser considerada um produto turístico acabado, segundo as premissas identificadas na própria literatura sobre o tema.

Assim, para chegar aos resultados obtidos, buscou-se construir um referencial teórico que subsidiasse o entendimento da relação entre Economia Solidária no desenvolvimento de feiras de artesanato, em especial, e a sua implicação turística. Deste modo, chegou-se a uma síntese teórica sobre o problema proposto, que pode contribuir para futuras pesquisas correlacionadas ao tema.

Com isso, pode-se considerar que se obtiveram as respostas satisfatórias para o problema ora proposto, por meio de uma pesquisa aplicada e exploratória, que foi feita com base em uma revisão bibliográfica e documental e, principalmente, pelo trabalho de campo desenvolvido com observação da feira *in loco*, entrevistas e aplicação de um questionário com a população estudada.



Posto isso, também há de se considerar as dificuldades e limitações envolvidas no processo de pesquisa. Principalmente, relacionadas ao curto espaço de tempo envolvido na investigação de campo, que se iniciou em meados de dezembro de 2023 e finalizou-se no início de fevereiro de 2024.

Além do fato deste período ser bem tumultuado por conta das festas de final de ano, férias e o próprio carnaval. O que dificultou um contato maior com as artesãs, que estavam imersas em seus afazeres laborais e domésticos.

Outro fator limitante é que não há muitos estudos correlacionando empreendimentos de Economia Solidária ao Turismo, exceto, a sua correlação mais evidente como os estudos relacionados ao Turismo de Base Comunitária – TBC, cujos princípios são similares.

Também seria recomendável ampliar as pesquisas sobre as feiras como produto turístico no Brasil, especialmente as feiras de artesanato. Tendo em vista a importância desses empreendimentos na experiência turística.

Em vista disso, considera-se pertinente à realização de mais pesquisas sobre o tema, principalmente, levando-se em conta a dinâmica do turismo e a necessidade das comunidades receptoras, notadamente, a de seus atores mais vulneráveis economicamente, para a realização de uma atividade turística mais responsável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEIXO, Anabela Silva Marques Duarte Fonseca et al. **Da economia social para a economia solidária**. 2015. Tese de Doutorado. Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/11388>. Acesso: 29 ago. 2018.
- BRASIL. Ministério do desenvolvimento, Indústria e Comércio exterior. **APLs**. Disponível: Em: [https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/competitividade-industrial/arranjos-produtivos-locais-apl#:~:text=Arranjos%20Produtivos%20Locais%20\(APLs\)%20s%C3%A3o,locais%2C%20tais%20como%3A%20governo%2C](https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/competitividade-industrial/arranjos-produtivos-locais-apl#:~:text=Arranjos%20Produtivos%20Locais%20(APLs)%20s%C3%A3o,locais%2C%20tais%20como%3A%20governo%2C). Brasília, 2023. Acesso em: 15 jan. 2024.
- _____. Ministério do Trabalho e Emprego. Conselho Nacional de Economia Solidária. **1º Plano Nacional de Economia Solidária (2015-2019)**. Brasília, 2015. Disponível em: https://bibliotecadigital.economia.gov.br/bitstream/123456789/983/1/plano_nacional_de_ecosol_12062015_com_capa.pdf. Acesso em: 15 jan. 2024.
- _____. Ministério do Turismo. **Em 2023, atividade turística deve movimentar US\$ 9,5 trilhões na economia mundial, indica estudo da WTTC**. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/em-2023-atividade-turistica-deve>



movimentar-us-9-5-trilhoes-na-economia-mundial-indica-estudo-da-wttc. Acesso em: 19 fev. 2024.

CONTI, Bruna Ranção; ANTUNES, DIOGO DE CARVALHO. Turismo e economia solidária: uma aproximação relutante. **Rosa dos Ventos**, v. 12, n. 1, p. 106-128, 2020.

CORIOLOANO, Luzia Neide. A contribuição do turismo ao desenvolvimento local. **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local. João Pessoa, PB: Editora Universitária da UFPB**, p. 61-70, 2012.

COUTINHO, HELOISA DE MIRANDA; HORODYSKI, GRAZIELA SCALISE. Espaços de Consumo Turístico de Artesanato: A Feira do Largo da Ordem em Curitiba-PR como Habitat de Compras Turísticas. **Rosa dos Ventos**, v. 12, n. 3, p. 704-720, 2020.

CUNHA, Aline Moraes. O artesanato, suas estratégias de comercialização e constituição enquanto produto turístico da agricultura familiar em Pelotas, Pedras Altas e Jaguarão-RS: os casos do ladrilã e das redeiras. 2012.

DOS SANTOS, Saulo Ribeiro; LORÊDO, Carolina Diniz. A Casa das Tulhas e a Feira da Praia Grande: Produto Turístico em São Luís, MA. **Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 3, p. 485-496, 2013.

FEIRARTE, Feira de Artesãs. **É com imensa alegria que viemos aqui...** Patrocínio, 14 abr. 2023. Instagram: @feirarteartesasptc. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CrBSdcWLRGE/>. Acesso em: 15 fev. 2024.

GARCIA, Márcia Dias; BENATTO, Annie Piazza. O artesanato como produto turístico no município de Jacarezinho, PR: Estudo de caso no Centro de Capacitação, Produção e Comercialização de Artesanato, CCPC-Arte. **Revista Hórus**, v. 3, n. 01, p. 28-45, 2006.

IBGE, INSTITUTO BRASILEIRO DE PESQUISA E ESTATÍSTICA. **IBGE Cidades - Patrocínio-MG**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/patrocinio/panorama>. Acesso em: 24 jul. 2023.

_____. **Enciclopédia dos Municípios Brasileiros**. V.26. Rio de Janeiro: IBGE, 1959.

IDSC - BR - **Índice de Desenvolvimento Sustentáveis das Cidades Brasil - Patrocínio-MG**. Disponível em: <https://idsc.cidadessustentaveis.org.br/profiles/patrocinio-MG>. Acesso em: 17 jul. 2023.

KOKEDAMA. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Kokedama&oldid=48010953>>. Acesso em: 18 fev. 2024.

LAPORTE, Ana Luzia et al. **Encantar a vida com as redes de colaboração solidárias**. – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017. 52 p. (Série Trilhas Educativas; caderno 4)

LEAL, Kamila Soares; DE SÁ RODRIGUES, Marilsa. Economia Solidária: conceitos e princípios norteadores. **Humanidades & Inovação**, v. 5, n. 11, p. 209-219, 2018.

LEANDRO, Gracieth Mateus et al. O Turismo como impulsionador do Artesanato Angolano. **Dos Algarves: Tourism, Hospitality & Management Journal**, n. 43, p. 50-65, 2023.

LUÍS, Sandra Cristina Alves; FIGUEIRA, Luís Mota. Artesanato e Turismo: Artesanato, valorização. **Revista Turismo & Desenvolvimento** | n. 0, v. 27, n. 28, p. 349-355, 2017.



MACHADO, Simone Fernandes; FONSECA FILHO, Ricardo Eustáquio. A Feira de Artesanato em Pedra Sabão enquanto produto turístico na perspectiva dos artesãos, Ouro Preto (MG). **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, p. 39-65, 2014.

MAGALHÃES¹, V. A.; CAVALCANTE, KS Ferreira²&L. C. Feiras móveis: uma perspectiva histórica comparativa com as feiras medievais. 2017.

MANCINI, Euclides André. Redes de colaboração solidária. **Curitiba: Ufil**, 2002.

MELO, Anderson Henrique Lira de et al. Feira das Paineiras: artesanato e promoção cultural na cidade de Paulista. 2022.

PATROCÍNIO. **Lei nº 4.790, de outubro de 2015**. Dispõe Sobre a Instalação de Feiras Itinerantes e Temporárias no Município de Patrocínio e dá Outras Providências. Patrocínio: Câmara Municipal. Disponível em: <https://docs.google.com/document/d/1AAjEioJ7IrVzJ1gJCpdQOeHnqajL-tSR/edit>. Acesso em: 15 fev. 2024.

_____. **Lei nº 5.465, de 13 de junho de 2022**. Acrescenta o inciso V, ao parágrafo 4º do Art. 1º da Lei nº 4.790. Patrocínio: Câmara Municipal: Disponível em: <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1EKSmnuUemxgqkUSuUsuON15ssoZE-XcV>. Acesso em: 15 fev. 2024.

_____. **Plano Municipal de Turismo - PLAMTUR - 2021-2025**. Patrocínio, 2021.

PORTO, Pedro Augusto Cruz; OPUSZKA, Paulo Ricardo. Economia solidária, seus princípios e sua extensão como vetor para construção de um novo cidadão. **Revista Jurídica**, v. 1, n. 38, p. 422-441, 2015.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

RICCI, Fábio; SANT'ANA, Rosângela. Desenvolvimento turístico sustentável: o artesanato local como alternativa na cidade de Santo Antônio do Pinhal, Sp. **CULTUR-Revista de Cultura e Turismo**, v. 3, n. 1, 2009.

REDE HOJE. **FeirArte: Feira de Artesanato das Artesãs Patrocínenses e suas Variedades**. Youtube, 04 out. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=U-pHzlfjt70&t=490s> Acessado em: 11 out. 2023.

RODRIGUES, Renata Gonçalves; DE AGUIAR, Patrícia Dornelles. Feiras de economia solidária como alternativa ao desenvolvimento socioeconômico local no município de Santa Maria, RS. **Redes. Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 26, p. 1-19, 2021.

SANTOS, Dionêze Cassimiro dos et al. O Artesanato como Patrimônio Turístico e Cultural: valorização e desenvolvimento econômico na cidade pernambucana de São Vicente Férrer. 2022.

SEBRAE. **Roteiro para Registro de Associação**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/ROTEIRO%20ASSOCIA%C3%87%C3%83O.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2024.



SILVA, Marcos Antônio da et al. Turismo, economia criativa e artesanato: Intervenções artísticas e afetivas em Cafés Saraus. 2023.

SINGER, P. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

_____. **Desenvolvimento capitalista e desenvolvimento solidário**. Estudos avançados, 2004, 18: 7-22.

TV Unesp. **Ecoideias – Economia Solidária**. Youtube, 05 out. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XSI1-ETnZ1s&t=1353s>. Acessado em: 11 set. 2023.

UFJF. Centro de Difusão do Conhecimento. **Manual de normalização para apresentação de trabalhos acadêmicos / Centro de Difusão do Conhecimento**. -- Juiz de Fora: UFJF, 2023. 66 p.: il.