

A FEIRA DE ARTESANATO DE CATAGUASES COMO POTENCIAL ATRATIVO TURÍSTICO

Luiz Antônio Paixão de Rezende¹
Luciana Bittencourt Villela²

RESUMO

Este estudo teve por objetivo identificar e analisar os limites e possibilidades da feira de artesanato de Cataguases compor o produto turístico municipal. Para isso, foram entrevistados 36 Artesãos/Feirantes e 3 Gestores Públicos Municipais, estes, responsáveis pela gestão da referida Feira. Tratou-se de uma pesquisa de natureza exploratória, com abordagem qualitativa e quantitativa. A coleta dos dados foi feita por meio de questionários semiabertos, utilizando perguntas do tipo fechada e aberta por meio da ferramenta *Google Forms*. Posteriormente, as respostas dos entrevistados foram analisadas frente às teorias e conceitos que deram sustentação ao estudo. A pesquisa constatou, segundo a percepção dos respondentes, Artesãos/Feirantes e Gestores Públicos Municipais, que a Feira tem potencial para ser considerada um atrativo turístico local. Contudo, quanto a Feira ser considerada um produto turístico, não há concordância entre os respondentes em a compreenderem como tal, pois na percepção da maioria deles, existem elementos que não atendem aos requisitos mínimos para que ela possa ser considerada um Produto Turístico, com destaque para: ser única e reconhecida; possuir acessibilidade e infraestrutura adequadas; e oferecer segurança para feirantes e visitantes.

Palavras-chave: Feira de Artesanato de Cataguases. Atrativo Turístico. Produto Turístico

ABSTRACT

The aim of this study was to identify and analyze the limits and possibilities of the Cataguases craft fair as part of the city's tourism product. To achieve this objective, 36 Artisans/Stallholders and 3 Municipal Public Managers, who are responsible for managing the aforementioned Fair, were interviewed. This was an exploratory research, with a qualitative and quantitative approach. Data was collected through semi-open questionnaires, using closed-ended and open-ended questions, using the *Google Forms* tool. Subsequently, the interviewees' responses were analyzed against the theories and concepts that underpinned the study. According to the perception of the respondents, Artisans/Stallholders, and Municipal Public Managers, the study found that the fair has the potential to be considered a local tourist attraction. However, as for the Fair being considered a tourism product, there is no agreement among the respondents in understanding it as such, because in the perception of most of them, there are elements that do not meet the minimum requirements for it to be considered a Tourism Product, with emphasis on: being unique and recognized; having adequate accessibility and infrastructure; and offering security for stallholders and visitors/fairgoers.

Keywords: Cataguases Craft Fair. Tourist Attraction. Tourism Product.

¹Pós-Graduando em Gestão de Turismo e Desenvolvimento Regional (UFJF). Mestre em Administração. E-mail: luispaixaor@yahoo.com.br

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

Para Müller e Silva (2011, p.3), “a essência conceitual do turismo está relacionada ao deslocamento temporário de pessoas, ou seja, viagens turísticas”. Ressalta-se que esse deslocamento é impulsionado quando as necessidades dos turistas são atendidas com as facilidades apresentadas nos serviços de alojamento, alimentação, transporte e entretenimento. Nesse sentido, é essencial que municípios como Cataguases, busquem suas próprias alternativas de desenvolvimento do turismo, de acordo com suas realidades e especificidades, pois “o turismo apresenta potencial para estimular a população local a apreciar a sua cultura, valorizar a arte, a música, o artesanato e a gastronomia” (BARBOSA, 2008, p.54).

Cataguases é popularmente caracterizada como uma “galeria a céu aberto”, pois guarda em sua paisagem registros do modernismo brasileiro, constituída por um singular patrimônio cultural, literário, artístico e arquitetônico. Essa tradição artística presente no cotidiano da cidade fez surgir uma diversidade de manifestações culturais, transmitidas de geração em geração e conservadas no seio de sua comunidade, dentre elas, o artesanato.

Diante desse contexto, o objetivo desta pesquisa é identificar e analisar quais são os limites e possibilidades da Feira de Artesanato de Cataguases compor o produto turístico do município, considerando que um produto turístico pressupõe a existência de características e elementos contribuintes para a motivação do deslocamento do turista ao destino turístico.

Ressalta-se que realizar pesquisas sobre o artesanato, em especial, o artesanato como atrativo e/ou produto turístico torna-se relevante por retratar as diversas formas de expressão e manifestação da cultura de determinado local. Além disso, o artesanato tem potencial para fomentar a geração de emprego e renda com baixo investimento por parte de quem se propõe a exercitá-lo (CUÉLLAR, 1997).

Portanto, entende-se como essencial o aprofundamento das análises sobre esse objeto de estudo, de modo a contribuir para que os profissionais envolvidos com a atividade turística no município possam fazer uso dos resultados alcançados para planejar, de forma inteligente e criativa, a partir da compreensão do potencial turístico de uma Feira de Artesanato, aprimorá-lo e transformá-lo em experiências prazerosas para os envolvidos, sejam artesãos, moradores ou visitantes.

A sistematização desse trabalho foi organizada em seções, de forma a melhor apresentar as teorias e dados coletados, bem como suas posteriores análises. Portanto, as seções ficaram distribuídas da seguinte forma: o planejamento do turismo no Brasil: das políticas ao produto turístico; atrativos como produtos turísticos; artesanato como atrativos turísticos; feiras de

artesanato: uma expressão de atrativos e/ou produtos turísticos locais?; a feira de artesanato de Cataguases; aspectos metodológicos; análises e discussões dos resultados; e considerações finais.

2 REFLEXÕES TEÓRICAS

Nessa seção são abordados pressupostos teóricos que deram embasamento à presente pesquisa, discorrendo sobre temas e definições cujo conhecimento foi essencial à sua realização.

2.1 O PLANEJAMENTO DO TURISMO NO BRASIL: DAS POLÍTICAS AO PRODUTO TURÍSTICO

O planejamento é a principal ferramenta para que a atividade turística ocorra de modo a contribuir para a qualidade de vida da população, incluindo os aspectos econômicos, culturais, ambientais e sociais. O gestor público ou privado, ao negligenciar o planejamento do turismo “pode causar danos irreversíveis à destinação turística”, impedindo o desenvolvimento equilibrado e contínuo do turismo (MÜLLER; SILVA, 2011, P.19).

O desenvolvimento do planejamento público no Brasil perpassa, fundamentalmente, pela forma como os governantes e a sociedade discutiram as políticas públicas no país ao longo de sua história. Desde a República Velha, o planejamento público no Brasil vem recebendo intervenções do Estado que tem priorizado, em maior medida, o crescimento econômico e negligenciado o desenvolvimento econômico que considera aspectos qualitativos fundamentais à qualidade de vida de uma nação (LEITE, 2009).

Assim como o planejamento das políticas públicas nacionais, o planejamento do turismo, também acompanhou a evolução política e administrativa do país (CANDIOTTO, BONETTI, 2015). Apesar da existência de outras normativas anteriores, a década de 1960 pode ser considerada como um dos pilares para as políticas públicas de turismo no Brasil e seu marco foi a criação da EMBRATUR. Ademais, definiu-se o Plano Nacional de Turismo, a criação da Confederação Nacional do Turismo (CNTur), e posteriormente o Plano Nacional de Turismo (PLANTUR) (CANDIOTTO; BONETTI, 2015).

Durante a década de 1980, o setor do turismo foi reflexo da situação econômica e social do país, na qual predominaram crises políticas que refletiram em todos os segmentos (LEITE, 2009). Já na década de 1990, com a proposta de reforma do Estado, as políticas públicas de

turismo passaram a ser, timidamente, descentralizadas e pensadas de forma mais coletiva e participativa (CANDIOTTO; BONETTI, 2015). Nesse momento priorizou-se a municipalização e interiorização das políticas públicas de turismo, permitindo aos gestores um considerável aprendizado, mas, lançando muitos desafios ao desenvolvimento turístico municipal e regional, ampliando as oportunidades para além do litoral.

Já a partir do ano 2000, tem-se a criação do Ministério do Turismo, possibilitando a proposição de políticas públicas mais assertivas voltadas para o setor. Por conseguinte, tem-se a substituição do programa de municipalização, pelo programa de regionalização que propunha a construção de políticas mais abrangentes e, ao mesmo tempo, integradoras dos municípios (CANDIOTTO; BONETTI, 2015).

Nesse sentido, segundo Valduga e Moesch, (2005), é necessário pensar o planejamento turístico de forma sistêmica, considerando a interação que, inevitavelmente, ocorre entre as instâncias locais e regionais de gestão do turismo, bem como, com os demais atores envolvidos. Dessa maneira, pensar e agir sistemicamente, é entender que o planejamento e a gestão são processos contínuos e ajustáveis em função das realidades e cenários.

Portanto, é fundamental considerar as singularidades de cada território, potencializando no mínimo, seus aspectos socioculturais, ambientais e econômicos, para que os diferentes atrativos possam ser, organicamente, transformados em produtos turísticos de qualidade, não só para os visitantes, mas, também para aqueles que residem naquele território.

Diante do exposto, nas próximas seções serão apresentados posicionamentos de teóricos sobre conceitos básicos de atrativos turísticos, produtos turísticos, artesanato e feiras de artesanato, de modo a oferecer melhor compreensão do tema pesquisado.

2.2 ATRATIVOS TURÍSTICOS E PRODUTOS TURÍSTICOS

Para Müller e Silva (2011, p.12) o atrativo turístico “é um elemento que efetivamente recebe visitantes e tem estrutura para propiciar uma experiência turística”. Segundo esses autores, os atrativos turísticos são divididos, basicamente, em: naturais e culturais. Os atrativos naturais por existirem por si só, sendo formados por elementos da própria natureza, como: praias, montanhas, cachoeiras, rios, elementos da fauna e da flora, clima etc. Quanto aos atrativos culturais, os autores os definem como sendo aqueles que existem em função de uma ação ou interferência humana, como: igrejas, museus, pontes, eventos, feiras, festas, parques temáticos, manifestações da cultura tradicional (danças, gastronomia, religiosidade).

Segundo Dias (2003 APUD MÜLLER; SILVA, 2011, P. 23-24):

Um atrativo turístico tem características específicas que não são encontradas em outra atividade econômica. Entre elas, destacam-se: sua natureza é, geralmente, intangível. Os atrativos são consumidos no próprio local e não passam por uma fase de extração. Seu valor não desaparece ao ser consumido.

Essa interação do atrativo turístico com o espaço e lugar onde ele se estabelece, faz com que sua “exploração”, ocorra com responsabilidade em todos os seus aspectos, para que sua originalidade não se perca, e não se submeta a estímulos econômicos, correndo o risco de ser apenas um objeto comum, ao invés de ser uma recordação típica e tradicional do local visitado. Ademais, “o visitante deseja comprar lembranças típicas dos locais que ele visita. Assim, colocar à disposição do visitante locais para que ele possa comprar o autêntico artesanato é muito importante” (IGNARRA, 1999, P.120).

Fatores importantes devem ser ofertados para que um atrativo possa ser considerado um destino turístico. Quando visto do ponto de vista do turista, “um atrativo turístico deve possuir elementos contribuintes para a motivação do deslocamento, o qual não depende somente das atrações, mas também da infraestrutura para atender o turista, como abastecimento de água, energia elétrica, segurança pública, etc.” (MÜLLER; SILVA, 2011, P.15).

Conforme relata Lew (1987 apud Pimentel; Carvalho, 2019, p.49), “uma atração turística é composta pelos elementos que atraem o viajante para fora do seu lugar de residência”. Outro ponto importante a ressaltar para ser denominado atrativo turístico, é seu diferencial de “exclusivo”, que retrata uma manifestação ímpar de um local, “levando as pessoas a escolher esse destino ao invés de outro” (TRIGO *et al.* 2007, P.22).

Dessa forma, cabe destacar a importância do planejamento do turismo, haja vista, “o atrativo turístico é um elemento que efetivamente recebe visitantes e tem estrutura para propiciar uma experiência turística. Nesse caso, o recurso foi adaptado para tornar-se um atrativo” (BRAGA, 2009, p.79 apud TRIGO *et al.* 2007, p.12). Nessa direção, a relevância do planejamento em uma destinação turística é destacada por Vignatti (2008, p.100), que cita como exemplo de sua importância:

É o principal instrumento da política de turismo; orienta e define políticas de crédito e incentivo; dá segurança a investidores, empresários e população; facilita a integração de esforços públicos em relação aos privados; melhora a eficácia comercial do destino turístico; direciona o destino pelos caminhos da competitividade e da sustentabilidade.

Portanto, conforme ressaltado o planejamento do turismo é essencial para que a realização da atividade turística possa ocorrer de forma a manter os atrativos existentes, “seja

para o tempo presente quanto para o tempo futuro” (MÜLLER; SILVA, 2011, p.19), contribuindo, inclusive, para que o atrativo se torne elemento constituinte de um produto turístico. Dessa forma, faz-se necessário a diferenciação entre atrativo turístico e produto turístico.

Nesse sentido, é relevante ressaltar que os atrativos turísticos “constituem o componente principal e mais importante do produto turístico, pois determinam a seleção, por parte do turista, do local de destino de uma viagem, ou seja, geram uma corrente turística até a localidade” (VELOSO, 2003 apud PIMENTEL; CARVALHO, 2020, P.48).

Entretanto, para Vignati (2008, p.237) “produto turístico é o conjunto de atrativos, equipamentos e infraestruturas turísticas, ofertado de forma organizada, com base em uma marca e em uma estratégia conjunta de distribuição e preço”. Como se observa, no conceito citado anteriormente, há uma diferenciação entre atrativo turístico e produto turístico. O que nos remete ao entendimento de que atrativo turístico é parte integrante do produto turístico, com conceitos distintos, porém complementares.

Corroborando nessa direção a afirmação de Ignarra (1999, p. 30) esclarecendo que “produto turístico é a somatória dos atrativos turísticos mais a somatória dos serviços turísticos mais a infraestrutura básica mais o conjunto de serviços de apoio ao turismo”. Esse autor explica cada um desses componentes, como se observa a seguir:

(1) Serviços turísticos: fazem parte os meios de hospedagem, os serviços de alimentação, agenciamento, os transportes turísticos, a locação de veículos e embarcações, os espaços de eventos, os serviços de informações turísticas, entre outros; (2) infraestrutura básica: são elementos essenciais à qualidade de vida das comunidades e que beneficiam também os turistas. Fazem parte as vias de acesso, saneamento básico, rede de energia elétrica, comunicações, iluminação pública etc.; (3) serviços urbanos de apoio ao turismo: fazem parte deste grupo os bancos, serviços de saúde, serviços de segurança, entre outros. (IGNARRA, 1999, p. 30).

Diante do exposto é nítida a necessidade de planejar o turismo de modo a ofertar aos turistas e visitantes elementos infraestruturais e estruturais que os atraiam até o atrativo ou produto turístico, e ao mesmo tempo lhes permita vivenciar experiências prazerosas e memoráveis. Ademais, “um produto turístico assume uma identidade própria e torna-se a base da experiência turística, o que se diferencia da experiência de consumo de uma de suas partes componentes individualmente” (PIMENTEL; CARVALHO, 2020, P. 55-56). Ademais, para Machado e Filho, (2014), o produto turístico envolve mais do que a oferta de um produto para satisfazer um desejo ou uma necessidade.

Após o exposto, pode-se perceber que há um determinado consenso entre os autores citados sobre o conceito de atrativo turístico e de produto turístico. Assim sendo, a seguir é apresentado como uma Feira de Artesanato pode posicionar-se criativamente, com o intuito de se transformar em atrativos e/ou produtos turísticos locais. Cabe ressaltar, que uma Feira de Artesanato para ser considerada um atrativo e/ou produto turístico deve ser capaz de oferecer ao turista uma experiência turística única, pessoal e memorável.

2.3 FEIRAS DE ARTESANATO: UMA EXPRESSÃO DE ATRATIVOS E/OU PRODUTOS TURÍSTICOS LOCAIS?

O artesanato faz parte de manifestações da cultura de um local ou região e integra a expressão de ideias com a criatividade singular e própria do artesão (BARBOSA, 2008). Tradicionalmente, o artesanato se manifesta nos mais diversos segmentos, como em alimentos típicos, no vestuário e na transformação das características físicas de materiais à base de madeira, metal e/ou plástico em produtos acabados e prontos para serem consumidos, de amplo valor agregado, funcionando como um sistema de fomento ao turismo.

Fernandes (2017), considera o artesanato como uma atividade pessoal, que simboliza, valoriza e reflete a identidade de um lugar e de seu povo. Mas, essa capacidade de transformação e de representação que caracteriza o artesanato por si só é capaz de oferecer experiências significativas para os turistas e visitantes, ao ponto de classificá-lo, como um atrativo e/ou produto turístico de um lugar?

Esse é um constructo complexo. Para Pine e Gilmore (1998); Zhang, Wu e Buhalis (2018) as experiências memoráveis são reconhecidas como momentos satisfatórios, agradáveis, prazerosos, vinculativos e promotores de comportamentos positivos a longo prazo, tais como a intenção de revisitar, de recordar e de recomendar. Assim sendo, a Feira de Artesanato surge como uma possibilidade de experiências significativas, pois oferece num único espaço e tempo, “a cultura, valoriza, resgata hábitos e tradições da população” (BARBOSA, 2008, P.58).

As feiras de artesanato são locais de manifestação cultural, de socialização e, especialmente, de consumo, e têm sido traduzidas, em certo ponto, como um produto cultural, reforçando a ideia de que “a produção artesanal pode estar relacionada aos aspectos tradicionais de uma determinada região, “re”produzindo elementos identitários de uma cultura por meio da confecção e comercialização de produtos simbólicos” (VARGAS; FIALHO, 2019, P.191).

Nesse sentido, as feiras de artesanato oferecem uma vivência, na qual fazer compras faz parte da experiência turística, não apenas pela possibilidade de materialização da experiência

da viagem, mas também pelo fato de o ato de comprar configurar-se como uma experiência em si. Nesse contexto, as feiras de artesanato se tornam um importante espaço de experiência para os turistas, o que pode ser notado pela presença de lojas e feiras de artesanato em quaisquer destinos turísticos do mundo (COUTINHO; HORODYSKI, 2020).

Um espaço dedicado à realização de feiras de artesanato em diversos lugares viabiliza a socialização ao possibilitarem os turistas conversarem com os feirantes, produtores, artesãos, vendedores e outros consumidores, tornando este local um espaço de acolhimento que tem efeito nas emoções, na experiência e na percepção do turista (COUTINHO; HORODYSKI, 2020).

Para Müller e Silva (2011), os turistas, estando no destino turístico, buscam usufruir de aspectos relevantes, da cultura e identidade local, sejam eles naturais, culturais ou artificiais, imateriais ou materiais. Percebe-se que há um universo de elementos motivadores das viagens, que vão desde festas populares, religiosidade, gastronomia e natureza até eventos e feiras.

Ao longo desse breve debate, foi apreendido que a experiência turística é construída a partir de vários elementos motivadores e estruturantes que fazem com que a viagem seja possibilitada, tanto no que tange à experiência em si, quanto aos aspectos que a tangibilizam, como infraestrutura, equipamentos e serviços que estão à disposição do turista para a satisfação de suas necessidades de deslocamento, alimentação, hospedagem, acessibilidade, segurança, atrativos, etc. (DE VARGAS; FIALHO, 2019).

Portanto, para que um destino disponha de um atrativo e/ou produto turístico de qualidade, deve estar atento a esses e outros aspectos que qualificam a experiência do visitante, o tornando diferenciado dos demais, motivando o retorno e a propaganda espontânea positiva por parte do visitante e/ou turista.

Nesse sentido, é importante buscar compreender a relação entre as Feiras de Artesanato e atrativo e/ou produto turístico, pois o artesanato desponta como uma potencialidade no desenvolvimento do fluxo da atividade turística, e desenvolvimento sustentável da comunidade local (DOS SANTOS et al., 2022).

2.4 A FEIRA DE ARTESANATO DE CATAGUASES

Tradição na cidade de Cataguases desde 1994, a Feira de arte, artesanato, produtos e variedades, atelier aberto, comidas e bebidas típicas, plantas e flores naturais do município de Cataguases/MG, comumente reconhecida como “Feira de Artesanato de Cataguases”, como disposto em Lei nº 4.909/2022, destina-se, em qualquer caso, exclusivamente à exposição e

comercialização, pelos feirantes, das suas obras, objetos e/ou alimentos por eles manufaturados, vedados, portanto, o ato de revenda.

A Feira de Artesanato de Cataguases, tem como objetivo, conforme disposto na lei municipal supracitada: (1) promover e estimular atividades artísticas e artesanais em logradouros públicos, de forma organizada e controlada; (2) proporcionar condições de trabalho e auto-sustentação aos artistas e artesãos; (3) propiciar aos artistas e artesãos locais, oportunidade de comercialização e divulgação de suas obras e objetos e promover o desenvolvimento econômico, social e cultural de Cataguases.

A composição da Feira de Artesanato de Cataguases é caracterizada por 36 (trinta e seis) feirantes cadastrados e ativos distribuídos da seguinte forma: artesanato - 22 (vinte e dois); confecção 4 (quatro) e alimentos - 10 (dez). A Feira é coordenada por um representante da Administração Municipal, através da Secretaria de Desenvolvimento Social de Cataguases – SEDES e por uma Comissão Gestora Paritária composta por três representantes dos feirantes, eleitos diretamente entre eles. Funciona regularmente, na modalidade obrigatório, aos domingos, na Praça Santa Rita 07:30h às 13:00h, e facultativo, às sextas-feiras, na Praça Rui Barbosa 09:00h às 18:00h e aos sábados, também na Praça Rui Barbosa das 07:30h às 13:00h, sendo que para comidas e bebidas típicas, das 07:30h às 22:00h.

A partir do ano de 2022, a Feira de Artesanato de Cataguases passou a contar com o apoio financeiro e administrativo da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Gestão Institucional (SEDEGI) e, a partir de 2023, a Secretaria de Cultura e Turismo (SECULT) passou a apoiar a Feira com o objetivo de transformá-la em um atrativo e/ou produto turístico de Cataguases. Para isso, vem elaborando e pondo em prática ações inerentes ao turismo, como a reestruturação da Feira, em conjunto com as secretarias mencionadas e com a participação direta dos feirantes.

A finalidade da gestão integrada também se relaciona com a expansão e profissionalização da Feira de Artesanato, além da possibilidade de maior autonomia para firmar parcerias público-privadas, celebrando convênio e/ou termos de cooperação técnica, bem como contratar consultorias e assessorias técnicas com o objetivo de aprimorar e estimular seu pleno funcionamento e transformá-la em um atrativo e/ou produto turístico de Cataguases.

Assim sendo, a Feira de Artesanato de Cataguases pode se tornar um espaço que revela a riqueza histórico-cultural da cidade, além de se transformar em potencial atrativo e/ou produto turístico capaz de divulgar e fortalecer a imagem da cidade como um possível destino turístico para turistas e visitantes. Ademais, estudar as potencialidades e debilidades da Feira contribui para desenvolver o turismo local, o qual privilegia a autenticidade de um determinado lugar,

além de permitir reposicionamento das relações sociais entre os próprios artesãos e moradores locais.

Diante do exposto, na próxima seção serão apresentados os instrumentos metodológicos que permitiram durante a pesquisa, coletar e analisar os dados inerentes à Feira de Artesanato de Cataguases.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esta seção trata dos procedimentos metodológicos que foram desenvolvidos nesta pesquisa. A pesquisa é do tipo exploratória. Segundo Vergara (2010, p.42), a pesquisa exploratória “é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado”.

O método de abordagem da pesquisa teve uma orientação qualitativa e quantitativa. Para (GÜNTHER, 2006), a metodologia qualitativa busca compreender os fenômenos a partir do ponto de vista dos participantes, permitindo estudá-los com certa profundidade e detalhe. A metodologia quantitativa foi aplicada por ser apropriada para medir tanto, opiniões, atitudes e preferências como comportamentos dos respondentes (GIL, 2010).

Foi adotada a ferramenta *Google Forms* para coleta de dados junto aos Artesãos/Feirantes e aos Gestores Públicos Municipais. O levantamento dos dados foi por meio de questionários semiabertos, no formato *online*, e ocorreu entre os meses de dezembro de 2023 e janeiro de 2024. Para Vergara (2010, p.52), “o questionário caracteriza-se por uma série de questões apresentadas ao respondente, por escrito, de forma impressa ou digital”. O uso do questionário *online* trouxe uma melhora significativa no que diz respeito à preparação, à manutenção e à coleta dos dados no que tange às percepções dos respondentes, pois os questionários emitidos pelo *Google Forms* permitem a coleta organizada das respostas, poupando tempo e dando melhores condições para se fazer as análises comparativas (MONTEIRO; SANTOS, 2019).

Os sujeitos dessa pesquisa são representados pelos trinta e dois Artesãos/Feirantes credenciados para atuarem na Feira de Artesanato de Cataguases e três Gestores Públicos Municipais que atuam na administração pública municipal. Estes foram selecionados por representatividade no contexto da pesquisa, e por se tratar de profissionais da prefeitura de Cataguases que lidam diretamente com a gestão da Feira.

Os respondentes foram divididos em dois grupos, de acordo com suas respectivas áreas de atuação junto à Feira de Artesanato. O primeiro foi composto pelos Gestores Públicos Municipais, de acordo com os cargos e funções desempenhados na administração pública

municipal. Utilizou-se o critério de representatividade dos sujeitos de pesquisa. O segundo foi composto pelos Artesãos/Feirantes credenciados para trabalharem na Feira de Artesanato.

Para a análise dos dados, adotou-se o procedimento de interpretação dos resultados com referência às questões da pesquisa. Para tanto, o problema de pesquisa foi definido previamente e vinculado à teoria que embasou a pesquisa (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Em função do campo de pesquisa e do referencial teórico, foram criadas categorias em conformidade com os objetivos propostos na pesquisa. Nesse sentido, foram estabelecidas as seguintes categorias para identificar e analisar quais são os limites e possibilidades para a Feira de Artesanato compor o produto turístico do município de Cataguases: Atrativo Turístico e Produto Turístico – A Feira de Artesanato de Cataguases.

Nesse sentido, elaborou-se o Quadro 1 para apresentar todas as categorias estudadas em conformidade com arcabouço teórico adotado e respectivas subcategorias originadas das verbalizações dos entrevistados.

Quadro 1 – Categorias e subcategorias

Categorias	Subcategorias
1. Atrativo Turístico	1.1. Sua natureza é, geralmente, intangível. 1.2. Os produtos dos artesãos são consumidos ou experimentados no próprio local da Feira. 1.3. O valor do produto artesanal não desaparece ao ser consumido.
2. Produto Turístico – A Feira de Artesanato de Cataguases	2.1. Produto único, reconhecido e estruturado. 2.2. Espaço de acolhimento que tem efeito nas emoções, na experiência e na percepção do turista. 2.3. Infraestrutura de acessibilidade. 2.4. Segurança, organização do espaço, aspectos de higiene e qualidade do produto ofertado. 2.5. Regularidade de funcionamento e tradição. 2.6. Variedade de produtos e atrativos complementares como manifestações culturais de artistas locais.

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Quanto às questões éticas, a pesquisa teve uma abordagem transparente quanto aos resultados desejados, assim como, um comportamento ético, profissional e sigiloso quanto às informações coletadas junto aos entrevistados. Ao mesmo tempo, ficou explícito para os respondentes quando do fornecimento do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que a pesquisa teve caráter, exclusivamente, acadêmico.

A seguir serão apresentados os resultados, as análises e discussões, referentes ao tema de pesquisa, conforme a percepção dos respondentes.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISES DOS RESULTADOS

4.1 DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Esta seção tem por objetivo apresentar e analisar os principais resultados alcançados na pesquisa. Na tentativa de melhor elucidar a percepção dos sujeitos da pesquisa, as entrevistas foram realizadas de forma individualizada.

Em função do campo de pesquisa e do referencial teórico, as categorias e subcategorias foram criadas, *a priori*, em conformidade com os objetivos propostos. Com base nestas categorias e subcategorias, realizou-se a análise pertinente às percepções dos respondentes. Essa análise foi ilustrada com gráficos e com fragmentos das verbalizações obtidas junto aos mesmos.

Foram aplicados dois modelos de questionários através do *Google Forms*, com perguntas abertas e fechadas, entre os dias 08 de dezembro e 14 de janeiro de 2024, sendo um ao grupo de Artesãos/Feirantes e outro ao grupo de Gestores Públicos Municipais que atuam diretamente na gestão da Feira de Artesanato de Cataguases.

4.1.1 Os Sujeitos de Pesquisa – Gestores Públicos Municipais

Em relação aos dados coletados junto aos três Gestores Públicos Municipais, tem-se que em relação ao perfil dos respondentes, os resultados apresentados são os seguintes:

Quanto à **faixa etária**, todos os respondentes têm idade acima de trinta e seis anos de idade. Quanto ao **gênero**, todos os respondentes são do gênero feminino. Quando perguntados sobre o **vínculo empregatício com a prefeitura**, as respostas foram conforme o Gráfico 1:

Gráfico 1 – Tipo de vínculo empregatício com a prefeitura de Cataguases



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

O Gráfico 1 apresenta dois gestores com cargo de livre nomeação e exoneração e um concursado. Em seguida foi perguntado aos gestores o **cargo que ocupam na prefeitura**. As respostas foram as seguintes: dois são secretários municipais e um coordenador técnico da Feira. Essa pergunta objetivou mostrar a representatividade dos respondentes para a pesquisa.

Quando perguntados sobre o **nível de escolaridade**, todos possuem pós-graduação. Para concluir a etapa de caracterização do perfil dos respondentes, foi perguntado sobre **quanto tempo atuam como gestores na feira de Artesanato**. As respostas foram conforme o Gráfico 2, apresentando que todos atuam no máximo há cinco anos na Feira.

Gráfico 2 – Quanto tempo atuam como gestores na Feira de Artesanato



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Concluída a etapa de caracterização do perfil dos respondentes Gestores, estes foram questionados sobre os temas relacionados à pesquisa. A princípio perguntou-se sobre a categoria “Atrativo Turístico”. Tomou-se como base para elaboração das perguntas as seguintes subcategorias: sua natureza é, geralmente, intangível; os produtos dos artesãos são consumidos ou experimentados no próprio local da Feira; o valor do produto artesanal não desaparece ao ser consumido.

Vocês consideram que a Feira de Artesanato possui aspectos de tradicionalidade, houve unanimidade nas respostas concordando que sim. Quando questionados se **A Feira possui elementos que a tornam de natureza intangível**, foram disponibilizadas nove categorias que poderiam retratá-la como de natureza intangível, e caso concordassem que sim, foi solicitado que assinalassem as três mais relevantes, conforme o Gráfico 3.

Gráfico 3 – A Feira de Artesanato um atrativo turístico de natureza intangível



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

De acordo com o Gráfico 3, percebe-se que todos identificaram elementos que a tornam de natureza intangível. Dentre os itens mais relevantes, citaram que a “Feira é parte da cultura de Cataguases” e que ela é “uma tradição local”. Além disso, foram citados que ela “é transmitida de geração para geração” e de “ser um local significativo”.

Quando perguntados se **consideram que exista uma preocupação da gestão de que os produtos dos artesãos sejam originais**, todos concordaram quanto à originalidade dos produtos dos artesãos, porém com ressalvas. “O posicionamento político que alguns feirantes trazem consigo, faz com que os gestores não queiram se comprometer com os artesãos que não assumem originalidade” (RESPONDENTE 1).

Ao serem indagados se **consideram que os produtos da Feira de Artesanato de Cataguases oferecem experiências significativas para os visitantes e/ou turistas**, todos os Gestores discordaram, conforme apresentado no Gráfico 4.

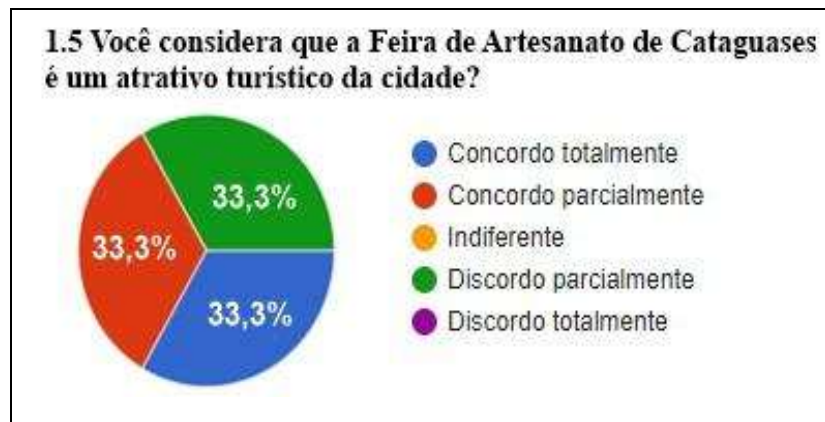
Gráfico 4 – Os produtos da Feira de Artesanato oferecem experiências significativas



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Quando questionados se **consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases é um atrativo turístico da cidade**, os respondentes se dividiram quanto a consideram a Feira um Atrativo Turístico, conforme o Gráfico 5.

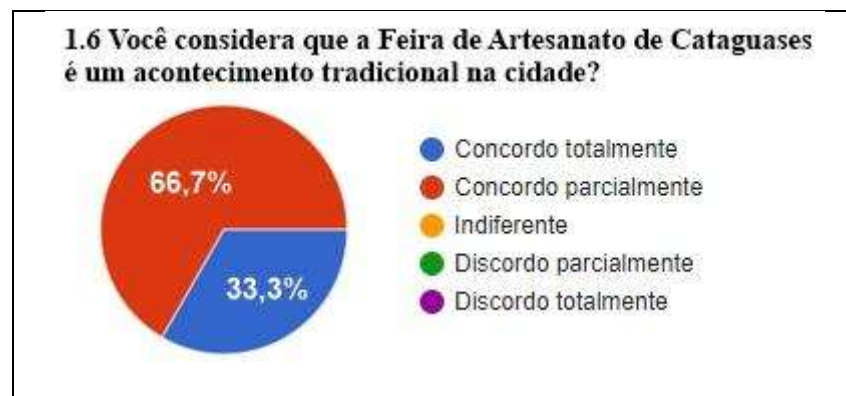
Gráfico 5 – A feira de Artesanato como um atrativo turístico



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Ao serem perguntados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases é um acontecimento tradicional na cidade**. De acordo com o Gráfico 6, os respondentes foram unânimes em considerá-la uma tradição na cidade.

Gráfico 6 – Feira de Artesanato é um acontecimento tradicional na cidade



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Quando perguntados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases é uma expressão da cultura local**, os respondentes a consideram uma expressão da cultura local, mas recomendam sua reestruturação. “Ela é tradicional pelo tempo que ela foi instituída, entretanto, se faz necessária uma reestruturação para que ela seja considerada uma expressão” (RESPONDENTE 3).

Ao serem indagados **se consideram que exista, por parte da Prefeitura, a intenção de incentivar aspectos relacionados à inovação e originalidade aos produtos da Feira de Artesanato de Cataguases**, todos concordam que há por parte da prefeitura a intenção de incentivar aspectos relacionados à inovação e originalidade aos produtos da Feira, em especial

para aqueles que se interessam. “A prefeitura através da Secretaria de desenvolvimento têm buscado isso através de projetos, ações efetivas, cursos e oficinas” (RESPONDENTE 3).

Ainda sobre os temas relacionados à pesquisa, passou-se a questionar os Gestores em relação à categoria “Produto Turístico – Feira de Artesanato”. Tomou-se como base para elaboração das perguntas dessa etapa, as seguintes subcategorias: Produto único, reconhecido e estruturado; Espaço de acolhimento que tem efeito nas emoções, na experiência e na percepção do turista; Infraestrutura de acessibilidade; Segurança, organização do espaço, aspectos de higiene e qualidade do produto ofertado; Regularidade de funcionamento e tradição; Variedade de produtos e atrativos complementares como manifestações culturais de artistas locais.

Quando questionados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases seja única e reconhecida pela população local**, os gestores municipais em sua maioria, não concordam totalmente que ela seja única e reconhecida, em especial, pela população de Cataguases que mora na região periférica da cidade. “Pessoas que não moram na região mais central da cidade não conhecem a Feira de Artesanato” (RESPONDENTE 2).

Quando perguntados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases possui acessibilidade adequada**, os respondentes concordam em sua maioria que ela oferece acessibilidade adequada para os visitantes/turistas.

“Existem 4 pontos de acessibilidade na Praça e as barracas ocupam grandes espaços que não impossibilitam o trânsito de pessoas” (RESPONDENTE 2).
“Nos locais onde são realizadas a Feira. Nas praças têm acesso para os que têm necessidades. Nas ocasiões do projeto é disponibilizado banheiro PNE” (RESPONDENTE 3).

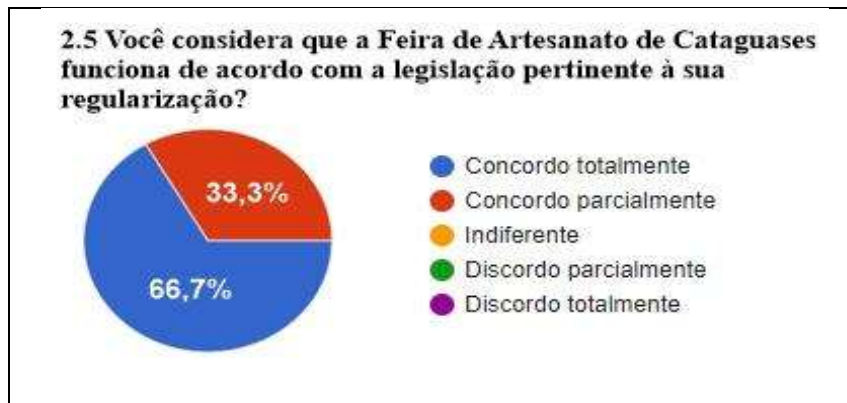
Ao serem indagados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases possui infraestrutura de acesso adequada**, os respondentes percebem que a feira necessita receber melhorias no quesito infraestrutura, conforme as verbalizações a seguir. “Há muita dificuldade em estacionar” (RESPONDENTE 1). “Alguns pontos de acesso podem ser melhorados” (RESPONDENTE 2). “Precisamos estruturar algumas coisas” (RESPONDENTE 3).

Perguntados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases oferece segurança aos feirantes e visitantes**, quanto à segurança aos feirantes, os gestores municipais acreditam que ela pode ser melhorada e/ou ampliada. “Por vezes é necessária ronda da PM e ação mais efetiva dos fiscais” (RESPONDENTE 2).

Quando questionados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases funciona de acordo com a legislação pertinente à sua regularização**, em relação ao

funcionamento da Feira, todos eles responderam que a Feira ocorre conforme legislação pertinente, conforme o Gráfico 7.

Gráfico – 7 Funcionamento da Feira de Artesanato de Cataguases



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Ao serem perguntados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases possui organização do espaço e *layout* adequados à boa circulação e visualização dos produtos**, todos os gestores municipais concordam com uma boa organização, layout e visibilidade dos produtos expostos para comercialização na Feira. “Os espaços podem ser ocupados de várias formas” (RESPONDENTE 2). “O *layout* é bom!” (RESPONDENTE 3).

Questionados **se consideram que o uso de tecnologia difundido na Feira de Artesanato de Cataguases facilita e melhora os processos produtivos e de comercialização para artesãos**, todos os respondentes concordam que o uso da tecnologia facilita e melhora os processos produtivos e de comercialização para os artesãos.

Quando indagados **se consideram que o processo de credenciamento na Feira de Artesanato de Cataguases atende aos requisitos de impessoalidade**, foi unanimidade entre os gestores municipais, o fato de que o processo de credenciamento para ser Feirante na Feira, atender aos requisitos de impessoalidade. “O processo ocorre exclusivamente via edital publicado no Diário Oficial” (RESPONDENTE 1). “Os editais sempre mostram a transparência e a igualdade de oportunidade” (RESPONDENTE 2).

Ao serem **perguntados se consideram que a produção artesanal da Feira de Artesanato de Cataguases é uma manifestação cultural de artistas locais**, os Gestores percebem que há essa manifestação, mas com restrições. “Existe um potencial difícil de ser explorado” (RESPONDENTE 2). “Há possibilidades de melhorar...nem todos os produtos são” (RESPONDENTE 3).

Para finalizar o questionário aplicado aos gestores municipais foram feitas cinco perguntas exclusivamente abertas a eles. Os dados coletados foram os seguintes:

Indagados se **consideram que há relação da Feira de Artesanato de Cataguases com demais eventos promovidos pela Prefeitura que acontecem na cidade**, todos os respondentes responderam que sim, conforme ilustrado pela seguinte verbalização: “Há sempre uma preocupação de inserir a Feira de Artesanato nos eventos, como forma de difusão” (RESPONDENTE 1).

Quando questionados **quais as principais dificuldades enfrentadas na gestão da Feira de Artesanato de Cataguases**, o aspecto principal citado pelos Gestores, foi a resistência dos Feirantes para o novo, conforme as verbalizações a seguir: “falta de vontade dos Feirantes em se atualizarem” (RESPONDENTE 1); “a resistência dos mesmos em aceitar mudanças” (RESPONDENTE 2).

Ao serem perguntados **se as decisões referentes à Feira de Artesanato de Cataguases são compartilhadas com os feirantes antes de serem implementadas**, a resposta foi sempre enfática na afirmação de que o compartilhamento existe, inclusive com registro em ata: “sim, sempre” (RESPONDENTE 1). “Registradas em ata e com construção coletiva” (RESPONDENTE 2). “Sim, totalmente” (RESPONDENTE 3).

Questionados sobre **de que forma a Prefeitura oferece apoio aos feirantes da Feira de Artesanato de Cataguases para gerenciar melhor sua atividade**, os gestores responderam que há apoio, conforme retratado pela seguinte verbalização:

“Apoio total em relação ao pleno funcionamento da "Feira", melhorias constantes, projetos desenvolvidos, novas ideias, estímulo a mudanças, divulgação nas redes sociais, parcerias com instituições conceituadas para consultoria, eventos elaborados, participação em ações diversas da Prefeitura, serviço especializado em montagem e desmontagem das barracas, armazenamento adequado das barracas, limpeza das barracas, profissional responsável pela Coordenação da "Feira", Comissão de representantes dos Feirantes com interlocução direta com a Coordenação” (RESPONDENTE 2).

Ao serem indagados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases seja um produto turístico**, os gestores não concordaram totalmente, demonstrando que há ações a serem implementadas para que a Feira se torne de fato um Produto Turístico. Porém não citam quais seriam essas ações, conforme os verbetes a seguir: “De certa forma” (RESPONDENTE 1). “Parcialmente” (RESPONDENTE 2). “Não. Ainda em modelagem” (RESPONDENTE 3).

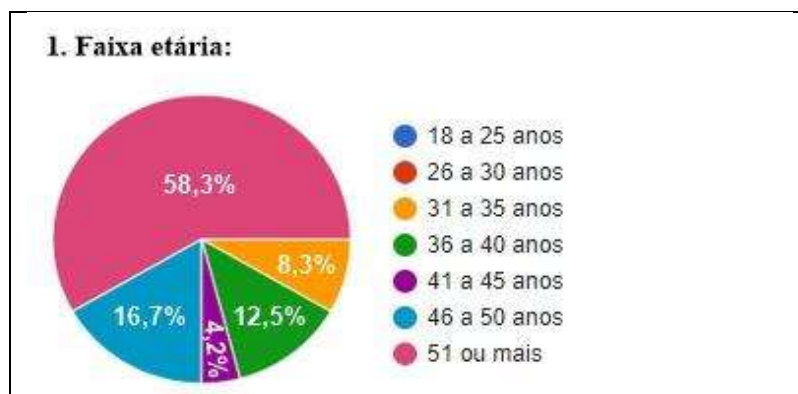
A seguir serão apresentados os resultados coletados de acordo com as respostas dos Artesãos/Feirantes, quanto ao perfil e aos temas relacionados à pesquisa.

4.1.2 Os Sujeitos de Pesquisa – Artesãos/Feirantes

Em relação aos dados coletados junto aos Feirantes, os quais totalizam trinta e seis, tem-se que em relação ao perfil dos respondentes, constatou-se os seguintes resultados:

O Gráfico 8 apresenta os dados quanto à **faixa etária**.

Gráfico 8 – Faixa etária dos Artesãos/Feirantes



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Quanto ao **gênero**, 83% se consideram feminino, e os demais 17%, masculino. Quanto ao **estado civil**, 65% são casados ou vivem em união estável. Os demais são solteiros, viúvos, separados ou divorciados.

Perguntados sobre o **nível de escolaridade**, todos cursaram até o ensino médio, sendo que 25% possuem graduação e 10%, pós-graduação.

Quando perguntados sobre **quanto tempo participa como expositor na Feira**, os respondentes responderam assim: 30% têm mais de 15 anos, 45% de 06 a 15 anos e 25% até 05 anos.

E sobre **quanto investe mensalmente para fabricação de seus produtos**, os resultados são apresentados no Gráfico 9.

Gráfico 9 – Investimento mensal para fabricação de seus produtos



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Quando perguntados **sobre quanto arrecada, aproximadamente, com a venda de seus produtos na Feira**, os resultados são apresentados no Gráfico 10:

Gráfico 10 – Arrecadação mensal com a venda de produtos na Feira



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

E sobre qual(ais) área(s) expõe na Feira? Em relação à área que expõem na Feira, 24% dos respondentes, atuam no setor de alimentos/gastronomia, 62% atuam no setor de artesanato, e os demais 14%, atuam no setor de vestuário.

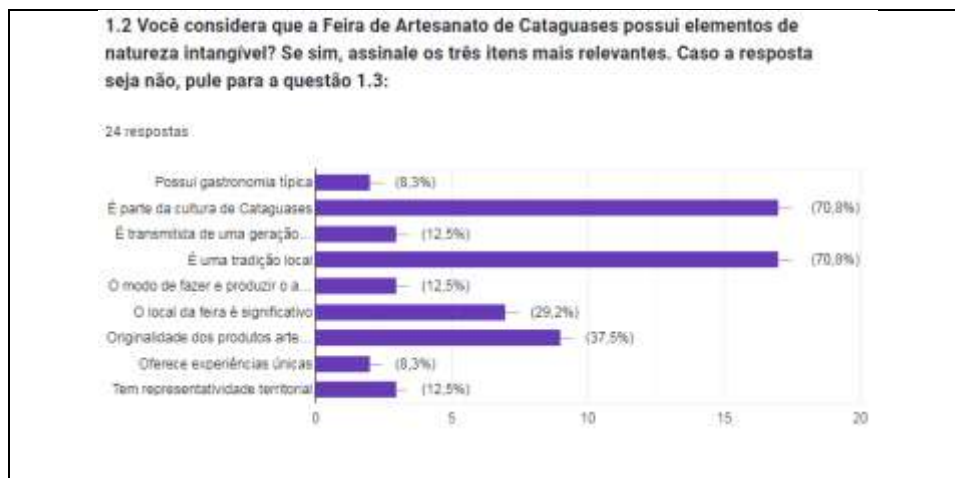
Concluída a etapa de caracterização do perfil dos respondentes Artesãos/Feirantes, assim como os Gestores, eles foram questionados sobre os temas relacionados à pesquisa. A princípio perguntou-se sobre a categoria “Atrativo Turístico”. Tomou-se como base para elaboração das perguntas as mesmas subcategorias adotadas para os Gestores. Ou seja: sua natureza é, geralmente, intangível; os produtos dos artesãos são consumidos ou experimentados no próprio local da Feira; o valor do produto artesanal não desaparece ao ser consumido.

Quando perguntados **se consideram a Feira de Artesanato de Cataguases um evento tradicional da cidade**, os respondentes em sua maioria, 96%, concordaram que sim, conforme as manifestações verbalizadas a seguir:

“Pois ela já faz parte da cultura de Cataguases” (RESPONDENTE 1). “Sim, a Feira de Artesanato de Cataguases pode ser e é considerada um evento tradicional da cidade, especialmente por ocorrer regularmente ao longo de 2 (duas) décadas e ½ (meia), envolvendo a participação ativa da comunidade do município, distritos e a região em volta e contribuir para a identidade cultural local” (RESPONDENTE 9). “A nossa Feira é a identidade da nossa cidade” (RESPONDENTE 9).

E quando perguntados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases possui elementos de natureza intangível? Se sim, assinale os três itens mais relevantes. Caso a resposta seja não, pule para a questão 1.3:** O Gráfico 11 apresenta os resultados.

Gráfico 11 – Elementos de natureza intangível da feira de Artesanato



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

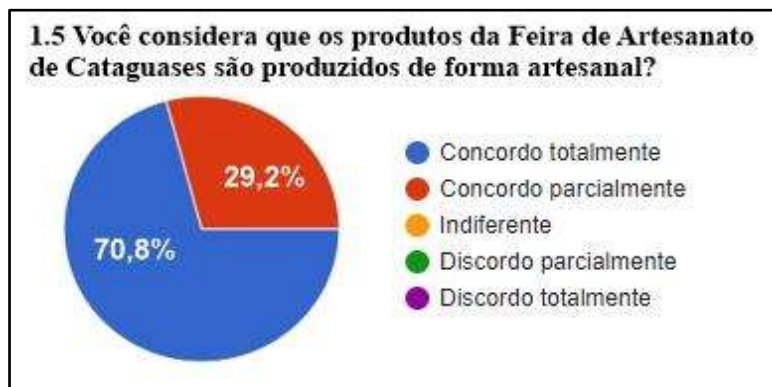
Conforme o Gráfico 11, percebe-se que todos os respondentes concordaram que a Feira possui elementos que a tornam de natureza intangível. Todos os nove itens foram assinalados. Dentre os itens mais relevantes, citaram que: a Feira é parte da cultura de Cataguases, ela é uma tradição local e originalidade dos produtos artesanais.

Ao serem indagados **se consideram que os produtos comercializados na Feira de Artesanato de Cataguases são expressão da cultura local**, os respondentes na sua maioria, concordam que sim. Entretanto, há respondentes que discordam. Alguns verbetes das respostas, a seguir. “Qualquer forma de arte é expressão de sentimento. Então faz parte da cultura, porém são poucos os produtos originais e diferenciados” (RESPONDENTE 3). “São coisas artesanais e tem muitas lembranças a respeito de Cataguases!” (RESPONDENTE 8). “Sim tudo que tem na Feira tem a identidade da nossa Cataguases” (RESPONDENTE 13). “Apenas, algumas coisas” (RESPONDENTE 32).

Perguntados **se consideram que os produtos da Feira de Artesanato de Cataguases oferecem experiências originais e marcantes para os visitantes e/ou turistas**, 5% se mostraram indiferentes. Por outro lado, 95% concordaram e justificaram sua concordância da seguinte forma. “Os visitantes nos elogiam muito e ficam encantados com o produto e o tempo gasto para a confecção das peças” (RESPONDENTE 2). “Pois, o turista que compra seu produto automaticamente retorna para fazer novas compras” (RESPONDENTE 24).

Quando indagados **se consideram que os produtos da Feira de Artesanato de Cataguases são produzidos de forma artesanal**, todos os respondentes concordaram que sim. Aproximadamente, 70%, totalmente, os demais 30%, parcialmente, conforme o Gráfico 12.

Gráfico 12 – Fabricação artesanal dos produtos da Feira de artesanato



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Ao serem questionados **se consideram que o processo produtivo dos produtos da Feira de Artesanato de Cataguases seja transmitido de geração em geração**. Para 86% existe essa transmissão de geração para geração, conforme o Gráfico 13.

Gráfico 13 – Transmissão de processo produtivo de geração para geração



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Perguntados se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases é um atrativo turístico da cidade, 95% dos respondentes, disseram que sim, pelas seguintes razões:

“Recebemos turistas que já conhecem a feira” (RESPONDENTE 4). “Sim, a Feira de Artesanato de Cataguases pode ser considerada sempre um atrativo turístico da cidade se tiver sempre o apoio do setor público. A diversidade de produtos artesanais maioria manual e maioria manufaturada, a autenticidade de cada artesão e a experiência única que oferece aos visitantes muitas vezes a torna um ponto de interesse para turistas que buscam conhecer a cultura local e adquirir itens exclusivos no qual não encontram na sua cidade adquirindo em nossa linda Cataguases” (RESPONDENTE 12). “E a referência da cidade aos fins de semana!” (RESPONDENTE 2). “Sim, no domingo o ponto de encontro das famílias de Cataguases” (RESPONDENTE 16). “Claro que sim. Só precisa ser melhor divulgada” (RESPONDENTE 17). “Quase todos os domingos tem gente de fora da cidade” (RESPONDENTE 29).

Da mesma forma que ocorreu com os Gestores, questionou-se os Artesãos/feirantes em relação à categoria “Produto Turístico – Feira de Artesanato”. Assim sendo, tomou-se como

para base para elaboração das perguntas dessa etapa, as seguintes subcategorias: Produto único, reconhecido e estruturado; Espaço de acolhimento que tem efeito nas emoções, na experiência e na percepção do turista; Infraestrutura de acessibilidade; Segurança, organização do espaço, aspectos de higiene e qualidade do produto ofertado; Regularidade de funcionamento e tradição; Variedade de produtos e atrativos complementares como manifestações culturais de artistas locais.

Ao serem questionados **se consideram a Feira de Artesanato de Cataguases como única e/ou se possui reconhecimento público**, 82% dos respondentes disseram que a feira possui esse reconhecimento. Porém, se sentem incomodados com a pouca divulgação junto ao público, conforme as verbalizações a seguir:

“É única devido a graciosidade dos artesãos e pela pelas praças que as ocupam” (RESPONDENTE 9). “Possui reconhecimento da parte do governo municipal e parcialmente pela população” (RESPONDENTE 1). “Falta mais divulgação pois os gestores públicos deveriam tratá-las como um produto da cidade para terem retorno ainda melhor, pois o dinheiro circulando na feira fica para Cataguases” (RESPONDENTE 35).

Indagados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases possui infraestrutura de acesso adequada**, 68% dos respondentes disseram, sim. Entretanto, 27% discordaram e 5% se mostraram indiferentes. Outra questão foi **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases possui acessibilidade adequada**. Para 70% dos respondentes disseram, sim. Entretanto, 25% discordaram e 5% se mostraram indiferentes.

Quando questionados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases oferece segurança aos feirantes e visitantes**, 73%, disseram que sim. Os demais respondentes, 22% não concordam e os outros 5% se mostram indiferentes.

Sobre **a Feira de Artesanato de Cataguases possuir regularidade de funcionamento**, 95% dos responderam que existe regularidade. Os demais 5% dos respondentes discordaram.³

Ao serem perguntados **se consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases possui espaço e layout adequados que favoreçam a circulação e visualização dos produtos**, 82% dos respondentes, disseram que a Feira possui espaço e layout adequados que favoreçam a circulação e visualização dos produtos. Os demais respondentes, 13% discordaram e 5% se mostraram indiferentes.

Questionados **se consideram que os produtos comercializados na Feira de Artesanato de Cataguases são de qualidade**, os respondentes foram unânimes em afirmarem

³ Os artesãos/Feirantes são selecionados e credenciados na Feira de Artesanato de Cataguases através de edital público, conforme determina a Lei Municipal N°4.909/2022.

que os produtos são de qualidade. E se **consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases atende de forma adequada os aspectos gerais de higiene**, 82% dos respondentes, sim. Porém, 13% dos respondentes discordaram e 5% se mostraram indiferentes.

Quando perguntados se **consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases pode ser considerada uma manifestação cultural de artistas locais**, 82% dos respondentes, disseram sim. A seguir, temos algumas das verbalizações.

“Porque somos nós mesmo que fabricamos nossa mercadoria” (RESPONDENTE 3). “Não apenas considero, como espero a continuidade das manifestações culturais de artistas locais” (RESPONDENTE 7). “A feira é um sucesso!” (RESPONDENTE 15). “Sim, pode ser considerada uma manifestação cultural de artesãos e artistas locais. A exibição e venda de produtos artesanais muitas vezes refletem as habilidades, tradições e expressões artísticas da comunidade, proporcionando uma plataforma para artistas locais compartilharem e preservarem sua herança cultural por meio de suas criações sendo ela manual ou manufaturada” (RESPONDENTE 12).

Para finalizar o questionário aplicado aos Feirantes foram feitas outras quatro perguntas exclusivamente abertas, as quais temos as respostas a seguir:

Quando perguntados se **consideram que a Feira de Artesanato de Cataguases está conectada a outros eventos promovidos pela cidade**, os respondentes se mostraram divididos, conforme as verbalizações a seguir:

“Sim. No último ano participou de alguns e foi de extrema importância para a feira. Um grande sucesso! ” (RESPONDENTE 2). “Não. Poderíamos ser convidados mais vezes” (RESPONDENTE 10). “Sim, sempre há conexão entre eventos da cidade com a realização da feira” (RESPONDENTE 28). “Depende muito! O artesanato participa mais dos eventos locais. Acho que a alimentação participa pouco! ” (RESPONDENTE 30).

Já sobre **os principais benefícios de sua participação como feirante na Feira de Artesanato de Cataguases**, os respondentes apontaram principalmente para a renda que conseguem na Feira e para a oportunidade de divulgarem e comercializarem seus produtos, como se pode verificar nos verbetes a seguir.

“O maior benefício é ter a minha fonte de renda já que esse é meu único trabalho” (RESPONDENTE 3). “Ajudar no turismo e conhecimento da cidade para outras localidades” (RESPONDENTE 13). “É que consigo meu salário e também fazer parte desta feira me faz muito bem” (RESPONDENTE 27). “Vitrine para meu produto” (RESPONDENTE 30). “Meu ganha pão” (RESPONDENTE 35).

Quando questionados sobre **quais os principais desafios de sua participação como feirante na Feira de Artesanato de Cataguases**, os respondentes na sua maioria manifestaram haver desafios como falta de apoio da prefeitura, de conseguir as expectativas dos clientes, de

transporte para chegar a Feira, além de se relacionar com os demais feirantes, além da infraestrutura das barracas, em especial, de sua cobertura, como pode-se observar nas verbalizações a seguir.

“A falta de um apoio maior, falta de ouvir as necessidades dos arredores, falta da presença do coordenador na feira, A feira é muito ignorada pelos gestores e o não ali é o que mais escutamos” (RESPONDENTE 2). “Com certeza e o transporte, volta a pé quando não tenho carona” (RESPONDENTE 14). “Lidar com os feirantes” (RESPONDENTE 16). “(Infraestrutura das barracas) É necessária mais proteção dos produtos expostos” (RESPONDENTE 36).

Perguntados **se consideram que as decisões dos gestores da prefeitura referentes à Feira de Artesanato de Cataguases são compartilhadas com os feirantes antes de serem implementadas**, os respondentes consideram que as decisões dos gestores da prefeitura referentes à Feira são compartilhadas com os feirantes antes de serem implementadas, novamente eles ficaram divididos, mas a maioria acredita que as decisões são compartilhadas, conforme pode ser percebido nos verbetes a seguir.

“Não! Resolvem entre eles e pronto. Ou pega ou larga” (RESPONDENTE 3) “Plenamente! ” (RESPONDENTE 4). “Sim, temos reuniões e dividimos opiniões” (RESPONDENTE 19). “Sim, com certeza eu participo de todas as reuniões” (RESPONDENTE 23). “Algumas coisas sim” (RESPONDENTE 29).

Diante dos resultados apurados junto aos dois grupos de respondentes, na próxima seção serão discutidos esses resultados confrontando-os com pressupostos teóricos que embasaram a pesquisa.

4.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com intuito de responder aos objetivos propostos, realizou-se uma discussão com as teorias expostas na fundamentação teórica deste artigo, efetuando uma análise comparativa com as teorias apresentadas, verificando os pontos convergentes e contrapontos, de modo a apontar para outras formas de compreensão do tema pesquisado. Por meio dos relatos dos entrevistados, observou-se que há convergência de opiniões para algumas questões, assim como percebe-se discordância para outras.

Foram adotadas duas categorias para análise. A categoria “Atrativo Turístico” e a categoria “Produto Turístico – A Feira de Artesanato de Cataguases”. Para analisar de forma mais específica as categorias supracitadas, foram adotadas subcategorias, para as quais foram elencados os seguintes elementos constituintes: tradicionalidade da feira; ser de natureza

intangível; possuir originalidade dos produtos; ofertar experiências significativas para os visitantes; e ser uma expressão cultural da cidade.

Na percepção dos dois grupos, Artesãos/Feirantes e Gestores Públicos Municipais, em relação à categoria “Atrativo Turístico”, tem-se:

Para o elemento tradicionalidade, os dois grupos foram quase unânimes em percebê-lo presente na Feira. Para os respondentes a Feira é um acontecimento tradicional na cidade, uma tradição local. Essa percepção vai de encontro ao relato de Müller e Silva (2011, p.12), que condiciona a um atrativo turístico, a existência de “manifestações da cultura tradicional” de um lugar.

Em relação a Feira ser de natureza intangível, os respondentes dos dois grupos concordaram que a Feira possui tal natureza. Destacaram-se como elementos para essa percepção o fato dela ser parte da cultura de Cataguases, de sua tradição local, sua originalidade dos produtos artesanais, e de o local da Feira ser significativo. Essa percepção assemelha-se ao que relata De Vargas e Fialho (2019, p.191), “a produção artesanal pode estar relacionada aos aspectos tradicionais de uma determinada região, (re)produzindo elementos identitários de uma cultura por meio da confecção e comercialização de produtos simbólicos”. Nesse sentido, os respondentes percebem a Feira como um espaço de vivência e acolhimento que tem efeito nas emoções de seus frequentadores, sejam artesãos e/ou visitantes.

Ao analisar se a Feira tem a característica de oferecer experiências significativas para os visitantes, os respondentes concordaram se manifestando com um tom de afetividade. O fato da Feira ter significância para os respondentes, demonstra uma percepção que converge de certa forma, para o que retrata um senso de pertencimento, e expõe uma manifestação ímpar de um local, o que pode levar “as pessoas a escolher esse destino ao invés de outro” (TRIGO ET AL., 2007, P.22).

Ao analisar se a Feira possui originalidade dos produtos, a percepção também foi positiva para ambos os grupos de respondentes. Essa percepção vai de encontro com o que apresenta Ignarra (1999, p.120), “colocar à disposição do visitante locais para que ele possa comprar o autêntico artesanato é importante”, para se constituir um atrativo turístico.

Quanto à Feira ser uma expressão cultural da cidade, novamente houve concordância dos respondentes. Há de se ressaltar a importância retratar as diversas formas de expressão e manifestações culturais do local, para entender seu potencial como atrativo e/ou produto turístico. Para os dois grupos de respondentes, a Feira de Artesanato de Cataguases é pura expressão cultural da cidade. Para tal, citam elementos como sua tradicionalidade, sua expressão de ideias, sua originalidade, e sua identidade com Cataguases. Essa percepção

dialoga com o que menciona (BARBOSA, 2008), quando a autora diz que “o artesanato faz patres de manifestações da cultura de um local ou região e integra a expressão de ideias com criatividade singular e própria do artesão”. Corrobora nessa direção, o fato de que a cultura e a tradição artística, fazerem parte do cotidiano da cidade de Cataguases.

Para a análise da categoria “Produto Turístico – A Feira de Artesanato de Cataguases”. Também foram adotadas subcategorias, para as quais foram elencados os seguintes elementos constituintes: ser única e reconhecida, possuir acessibilidade adequada; possuir infraestrutura adequada, ofertar segurança para feirantes e visitantes, ter funcionamento conforme legislação vigente, ter organização de espaço e layout adequados, e apresentar aspectos gerais de higiene.

Na percepção dos dois grupos, Artesãos/Feirantes e Gestores Públicos Municipais, em relação à categoria “Produto Turístico – A Feira de Artesanato de Cataguases”, tem-se:

Quanto à Feira ser única e reconhecida, na percepção da grande maioria dos respondentes dos dois grupos, existe essa característica, em especial, o elemento de reconhecimento. Para eles, o fato de serem visitados com regularidade pelos moradores da cidade, principalmente, os que moram mais próximos ao centro da cidade, e turistas/visitantes, a torna reconhecida. Entretanto, entendem que esse reconhecimento poderia ser maior se houvesse mais divulgação da Feira. Quanto a ser única, o entendimento dos respondentes se atém, prioritariamente, na autenticidade e exclusividade de cada trabalho produzido pelos artesãos. Essa percepção de autenticidade associada à unicidade, se alinha com o que relatam Pimentel e Carvalho (2020, p. 55-56), “um produto assume uma identidade própria e torna-se base da experiência turística ...”. Por outro lado, as observações acerca de maior necessidade de divulgação do espaço/feira, é um elemento a se considerar no quesito serviços de informações turísticas, como apoio ao turismo, conforme mencionado por (IGNARRA, 1999, P.30).

Em relação à feira possuir acessibilidade adequada, na percepção da maioria dos respondentes esse elemento está presente nos espaços onde a feira ocorre regularmente. Reforçam essa afirmativa e acrescentam que há eventos, são disponibilizados mais equipamentos de acessibilidade pelo poder público municipal. Dessa forma, para os dois grupos, a questão da acessibilidade não é um problema para o funcionamento da feira e para os turistas e visitantes. Ou seja, se apresenta elemento motivador para construção de uma visita turística prazerosa (DE VARGAS; FIALHO, 2019).

Quanto a possuir infraestrutura adequada, os respondentes dos dois grupos se queixaram em relação à dificuldade de estacionamento para os turistas e alguns equipamentos públicos, como a cobertura das barracas e o transporte público reduzido aos finais de semana. Assim

sendo, relatam a necessidade de melhorias nos aspectos elencados, de modo a desenvolver o fluxo de atividade turística no local (DOS SANTOS *et al.*, 2022), em especial, na Feira de Artesanato.

Ao analisar se Feira oferece segurança para feirantes e visitantes, os respondentes de ambos os grupos percebem ser um elemento que requer mais atenção por parte das esferas do poder público (fiscais municipais, polícia militar, etc), por se tratar de um serviço de apoio ao turista e aos próprios artesãos/feirantes, fundamental para o bom funcionamento da Feira. Nessa direção, percebe-se a relevância do planejamento do turismo para “... propiciar uma experiência turística ...” (BRAGA, 2009, p.79 apud TRIGO *et al.*, 2007, p.12). Haja vista, uma infraestrutura planejada e adequada é parte constituinte de um produto turístico, o qual envolve mais do que a oferta de um produto para satisfazer uma necessidade (MACHADO; FIALHO, 2014).

Sobre a Feira ter funcionamento conforme legislação vigente, os dois grupos de respondentes foram praticamente unânimes a favor do cumprimento das regras de funcionamento da Feira. Essa constatação é importante, pois ter regras claras e cumpridas é fator de segurança jurídica e de credibilidade para quem atua direta ou indiretamente na Feira. Da mesma forma, permite-se buscar parcerias para o aprimoramento e estímulo às atividades turísticas. Destarte, as Feiras são espaços de experiências turísticas, de relações sociais, bem como, de relações comerciais envolvendo produtos artesanais, o que exige regras objetivas e transparentes (COUTINHO; HORODYSKI, 2020).

Quanto à Feira ter organização de espaço e layout adequados, os respondentes percebem majoritariamente a existência de ambos os elementos. Para eles há condições que favorecem a boa circulação e visualização dos produtos para os turistas e visitantes que frequentam a Feira. Ademais, citam que o espaço destinado à realização da Feira permite a flexibilização do posicionamento das barracas quando da realização de eventos no local, com o intuito de atrair visitantes e aumentar o fluxo turístico. Nessa direção, Ignarra (1999) relata que os serviços turísticos de apoio ao turismo devem oferecer espaços organizados e bem planejados.

Acerca da Feira apresentar aspectos gerais de higiene, os respondentes percebem predominantemente a existência desse elemento. Segundo eles, a higiene é um aspecto que qualifica o produto e o local apresentado para os turistas e visitantes. Quanto ao produto, destacam o setor de alimentos, o qual é fiscalizado pela vigilância sanitária municipal. Em relação ao local e barracas, manifestam sobre a limpeza das praças e ofertas de locais para descarte dos resíduos. Ademais, mencionam ser a higiene um fator determinante para o retorno dos frequentadores à Feira. Nesse sentido, Leite (2009), considera ser essencial planejar o

turismo de modo a não negligenciar aspectos qualitativos. Dentre estes, inclui, a higiene, pelo simples fato de tê-lo, fundamental à qualidade de vida de qualquer cidadão.

De modo a buscar compreender melhor a categoria, buscou-se a percepção de ambos os grupos respondentes sobre as questões a seguir: existem requisitos de impessoalidade para credenciamento; há conexão com outros eventos da cidade; as decisões compartilhadas entre Artesãos/Feirantes e Gestores Públicos Municipais, e por fim quais são os desafios enfrentados por eles na Feira.

No que diz respeito à existência de requisitos de impessoalidade para credenciamento, a percepção foi unânime para ambos os grupos. Esse é um fator de credibilidade para a Feira, pois se mostra transparente e oferece oportunidade de participação na mesma para todos os artesãos que desenvolvem e concretizam de forma criativa suas ideias. Nesse sentido, o fator impessoalidade pode ser decisivo no que tange a evitar danos irreversíveis ao funcionamento da Feira. Ademais, pode favorecer “ao desenvolvimento equilibrado e contínuo do turismo” (MÜLLER; SILVA, 2011, P.19).

No que se refere à conexão da feira com outros eventos da cidade, os respondentes dos grupos têm percepção relativamente distintas para a questão. Na percepção dos gestores públicos municipais, existe a conexão. Eles destacam, inclusive, em inserir a feira nos demais eventos como forma de difusão. Entretanto, os artesãos/feirantes se dividiram em relação a existência dessa conexão. É importante ressaltar a relevância da Feira participar da agenda de eventos da cidade como promoção do turismo local. Haja vista ela é, por si só, um espaço de eventos. Haja vista, ela oferece num único local e momento, cultura, hábitos, tradição, gastronomia e originalidade de bens materiais e imateriais da cidade (BARBOSA, 2008).

No tocante às decisões compartilhadas entre Artesãos/Feirantes e Gestores Públicos Municipais, novamente houve unanimidade entre os gestores para a existência do compartilhamento e discordância por parte dos artesãos/feirantes. Sobre essa questão é valioso destacar que não se constrói um espaço e lugar de experiências para turistas que viabilize de forma harmônica a socialização (COUTINHO; HORODYSKI, 2020), se a construção não for coletiva e participativa.

No que diz respeito aos desafios enfrentados pelos dois grupos na Feira, um elemento foi comum para ambos os resistentes, a resistência à mudança por parte dos feirantes. Entretanto, outros elementos foram apontados, como a necessidade de mais apoio por parte do poder público, estrutura da cobertura das barracas e o transporte para acessar a feira. Quanto à resistência dos feirantes em aceitar mudanças, deve ser considerado um fator de normalidade, haja vista o perfil dos mesmos. Apesar de vivermos um cenário de transformações em todos os

campos da vida, a aceitação e habilidade para compreender e lidar com as mesmas, não chega para todos na mesma velocidade. O próprio processo evolutivo de planejamento de turismo no Brasil demonstra essa realidade (CANDIOTTO; BONETTI, 2015). Em relação aos demais desafios citados, estes já foram debatidos anteriormente, e estão associados muitas vezes à infraestrutura para atender ao turista e demais atores inerentes às atividades turísticas locais.

A seguir serão apresentadas as considerações finais acerca desta pesquisa, suas contribuições, suas limitações e as sugestões para pesquisas futuras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O problema da pesquisa e o objetivo geral estabelecido foi avaliar o potencial da Feira de Artesanato de Cataguases como componente do produto turístico do município, de acordo com a percepção de dois grupos respondentes: os Gestores Públicos Municipais e os Artesãos/Feirantes.

A investigação considerou variados aspectos inerentes ao tema proposto com o objetivo de alcançar os resultados desejados, de forma mais clara possível e com a isenção necessária.

Nesse sentido, realizou-se a análise das ações e políticas praticadas na Feira que, direta ou indiretamente, impactam seu funcionamento, tendo como fatores balizadores as categorias e subcategorias criadas *a priori*.

Assim sendo, para a categoria “Atrativo Turístico”, constatou-se que em relação aos itens: “tradicionalidade”; “natureza intangível”; “originalidade dos produtos”; “experiências significativas para os visitantes”; e “expressão cultural da cidade”, ambos os grupos têm a percepção de que eles existem na Feira de Artesanato de Cataguases.

No que diz respeito às percepções sobre a categoria “Produto Turístico – Feira de Artesanato de Cataguases”, constatou-se que em relação aos itens: “funcionamento conforme legislação vigente”; “organização de espaço e layout adequada”; “aspectos gerais de higiene”; “requisitos de impessoalidade para credenciamento”; “decisões compartilhadas entre Feirantes e Gestores”, tanto os Artesãos/Feirantes como os Gestores Públicos Municipais têm a percepção positiva para ambos grupos de respondentes, de que eles existem na Feira de Artesanato de Cataguases.

Entretanto, quanto a Feira de Artesanato de Cataguases ser considerada um produto turístico, na percepção da maioria deles, existem elementos que não atendem aos requisitos mínimos para que ela possa ser considerada um Produto Turístico, com destaque para: ser única

e reconhecida; possuir acessibilidade e infraestrutura adequadas; e oferecer segurança para feirantes e visitantes.

O único item de discordância entre os dois grupos foi em relação à “conexão com outros eventos da cidade”. Para esse item em especial, metade dos Artesãos/Feirantes percebem não haver essa conexão, enquanto que a totalidade dos Gestores Públicos Municipais, percebem que ela existe.

Elementos infraestruturais e estruturais, como o transporte para se deslocarem até à Feira, estrutura de cobertura das barracas e pouco apoio da prefeitura, foram citados como desafios a serem superados para que a Feira funcione de forma mais adequada e planejada.

Um ponto de destaque foi a resistência dos Artesãos/Feirantes para aceitar mudanças propostas na estruturação e funcionamento da Feira. Essa foi uma percepção comum para ambos os grupos respondentes.

Dessa forma, tendo como elementos balizadores os dados coletados e apurados na pesquisa, bem como, a fundamentação teórica, ou seja, as teorias, os conceitos e as abordagens que deram sustentação ao tema pesquisado, a Feira de Artesanato de Cataguases não é percebida pelos respondentes como um Produto Turístico local. Por outro lado, os resultados da pesquisa demonstraram que, segundo a percepção de ambos os grupos respondentes, ela pode ser considerada um atrativo turístico.

Nesse sentido, a pesquisa responde seu objetivo de identificar e analisar quais são os limites e possibilidades da Feira de Artesanato para compor o produto turístico do município de Cataguases. Ou seja, segundo a percepção dos respondentes, ela possui potencial para ser considerada um atrativo turístico e compor o produto turístico de Cataguases.

Sobre as contribuições desta pesquisa, pode-se dizer que seus resultados podem auxiliar para o avanço em relação à compreensão da relação estabelecida entre as Feiras de Artesanato e os conceitos de atrativo turístico e produto turístico.

Entre os limites deste estudo, destaca-se a necessidade de agendamento com os respondentes para explicá-los o funcionamento da mesma, provocando por vezes, longos períodos em que o pesquisador ficou distante do campo de pesquisa, haja vista, os agendamentos terem coincidido, por opção, exclusivamente dos respondentes Artesãos/Feirantes, com os dias de funcionamento da feira, os quais ocorrem apenas nos finais de semana.

Além disso, avançar em outras cidades, inclusive de estados diferentes, poderia revelar especificidades dificilmente identificadas em uma única pesquisa. Nesse sentido, em termos de sugestões de estudos futuros, propõe-se que esse tipo de pesquisa seja desenvolvido em outras

idades para se comparar os resultados e compreender as diferenças que possam aparecer em razão de diferentes contextos socioeconômicos.

Enfim, espera-se que pesquisas sobre a temática Feira de Artesanato como potencial produto turístico, aconteçam outras vezes, buscando-se estabelecer os benefícios gerados por ações de pesquisas anteriores, monitorando os resultados alcançados e definindo novos pontos a serem estudados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Carla Cristina. **A feira e o turismo: potencialidades e atrativos**. Caminhos de Geografia Uberlândia, v. 9, n. 28 Dez/2008.

CATAGUASES. **Lei Nº 4909/2022 que dispõe sobre regularização e funcionamento da Feira de arte, artesanato, produtos e variedades, atelier aberto, comidas e bebidas típicas, plantas e flores naturais do município de Cataguases-MG**. Acesso em: <https://cataguases.mg.gov.br/>. Acesso em: 02/12/2023.

CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessôa; BONETTI, Lucas Araújo. **Trajetória das políticas públicas de turismo no Brasil**. TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible, v. 8, n. 19, p. 22, 2015.

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.

CUÉLLAR, Javier Pérez de (Org.). **Nossa diversidade criadora: relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento**. Tradução de Alessandro Warley Candéas. Campinas: Papyrus; Brasília: Unesco, 1997. 416 p.

DE VARGAS, Daiane Loreto; FIALHO, Marco Antônio Verardi. **Artesanato, Identidade Cultural e Mercado Simbólico: Dinâmica da Vila Progresso em Caçapava do Sul-RS**. Desenvolvimento em Questão, v. 17, n. 49, p. 191-208, 2019.

DOS SANTOS, Adriana Barreto et al. **A contribuição do artesanato para o desenvolvimento do turismo cultural: estudo de caso da associação Hernani Sá Criativo em Ilhéus-BA**. REUNIR Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade, v. 12, n. 4, p. 71-80, 2022.

FERNANDES, A. P. **Design e inovação social, aspectos do design e do artesanato**. Amilton Arruda (organizador) Editora Edgard Blücher Ltda. 2017. Disponível em: <http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/openaccess/9788580392647/completo.pdf>. Acesso em: 02/12/2023.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 1. ed. São Paulo, Editora Pioneira, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GÜNTHER, Hartmut. **Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: esta é a questão?** Psicologia: teoria e pesquisa, Brasília, v. 22, n. 2, p. 201-210, maio/ago. 2006.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEITE, Alcides. **Desenvolvimento e mudanças no estado brasileiro**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração /UFSC; [Brasília]; CAPES: UAB, 2009. 90P:IL.

PIMENTEL, THIAGO DUARTE; DE CARVALHO, FABÍOLA CRISTINA COSTA. **Autoavaliação do grau de desenvolvimento da oferta turística com base em seus recursos, atrativos e produtos turísticos.** Rosa dos Ventos, v. 12, n. 1, p. 43-80, 2020.

PINE, B. Joseph et al. **Welcome to the experience economy.** Cambridge, MA, USA: Harvard Business Review Press, 1998.

MACHADO, Simone Fernandes; FILHO, Fonseca 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.

MONTEIRO, Renata Lúcia de Souza Gaúna; SANTOS, Dayane Silva. **A utilização da ferramenta google forms como instrumento de avaliação do ensino na escola superior de guerra.** Revista Carioca de Ciência, Tecnologia e Educação, v. 4, n. 2, 2019. Disponível em: <https://recite.unicarioca.edu.br/rccte/index.php/rccte/article/view/72>. Acesso em 16 dez. 2023.

MÜLLER, Renato; SILVA, Rodrigo Borsatto Sommer da. **Planejamento e organização do turismo.** Indaial: Uniasselvi, 2011. 212 p.: il.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi et al. **Aprendiz de lazer e turismo.** São Paulo: IPISIS, 2007.

VALDUGA, Manoela Carrillo; MOESCH, Marutschka Martini. **Análise sistêmica do turismo. III Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul,** 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VIGNATI, Federico. **Gestão de destinos turísticos: como atrair pessoas para pólos cidades e países.** Rio de Janeiro. Ed SENAC Rio, 2008.

ZHANG, Hongmei; WU, Yan; BUHALIS, Dimitrios. **A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention.** Journal of destination marketing & management, v. 8, p. 326-336, 2018.