

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“Júlio de Mesquita Filho”

Campus Experimental de Ourinhos

LARA ATSUMI ACCORSI

TERRITORIALIDADE DA FEIRA DE UBÁ

OURINHOS - SP
2020

LARA ATSUMI ACCORSI

TERRITORIALIDADE DA FEIRA DE UBÁ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora para obtenção do título de Bacharel em Geografia pela Unesp – Campus Experimental de Ourinhos.

Orientador: Paulo Fernando Cirino Mourão

OURINHOS - SP

2020

A172t

Accorsi, Lara Atsumi

Territorialidade da Feira de Ubá / Lara Atsumi Accorsi. --
Ourinhos, 2020

65 p. : tabs., fotos, mapas

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Geografia) -
Universidade Estadual Paulista (Unesp), Câmpus Experimental
de Ourinhos, Ourinhos

Orientador: Paulo Fernando Cirino Miourão

1. A feira itinerante e sua territorialidade como manifestação
cultural e sobrevivência dos artesãos sendo divulgado neste. I.
Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca do
Câmpus Experimental de Ourinhos. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

Banca examinadora

Prof. Dr. Paulo Fernando Cirino Mourão (Orientador)

Prof. Dr^a Márcia Cristina de Oliveira Mello

Prof. Dr^a Franciele Miranda Ferreira Dias

Ourinhos, 16/06/2020.

AGRADECIMENTO

Primeiramente agradeço a Deus.

Agradeço ao meu orientador Paulo Fernando Cirino Mourão por aceitar conduzir o meu trabalho de pesquisa mesmo em pouco tempo que lhe coube.

A todos os meus professores do curso de Geografia da Unesp Ourinhos pela excelência da qualidade de orientação de cada um.

Aos meus pais Rose Mari Atsumi Accorsi e Octaviano Accorsi Filho que sempre estiveram ao meu lado me apoiando ao longo de toda minha trajetória.

RESUMO

Nesta crise econômica que os brasileiros enfrentam, o artesanato se tornou uma forma alternativa de trabalhar, e o Programa de Avaliação de Iniciativas Culturais (VAI) prestou assistência a esses profissionais. A Feira de Ubá é realizada na cidade de Bauru, estado de São Paulo, a fim de promover uma renda extra neste momento de crise econômica encontrada no Brasil. O estudo tem como objetivo promover a Feira de Ubá como um evento cultural no estado de São Paulo e descrever seu território empregado. Esta pesquisa teve origem em um estudo de campo e bibliográfico, apresentando uma coleta de dados sobre os trabalhadores, seus trabalhos e a localização da manifestação. O levantamento de dados foi possível encontrar informações geográficas sobre os artesãos no Brasil, demonstrando que no estado de São Paulo não há registro sobre artesanato, apontando que as feiras realizadas são as únicas formas de manifestação cultural. A pesquisa focou em apresentar a mesma feira em dois dias diferentes, pois, a diferença de ambas eram a localização e a caracterização, permitindo comparar o fluxo e valorização do trabalho manual, além de obter respostas sobre os artesãos e a organização sobre as mudanças de locais e divulgação. Portanto, o trabalho recomenda uma estratégia de divulgação para melhorar a forma como a feira está sendo realizada, por meio da entrevista com os artesãos.

Palavras-chaves: Território, Territorialidade, Artesanato, Feirante.

ABSTRACT

In this economic crisis that Brazilians are facing, handicrafts have become an alternative way of working, and the Program for the Valuation of Cultural Initiatives (VAI) provided assistance to these professionals. The Ubá Fair is held in the city of Bauru, state of São Paulo, in order to promote an extra income at this time of economic crisis found in Brazil. The study aims to promote the Ubá Fair as a cultural event in the state of São Paulo and to describe its used territory. This research originated through a field and bibliographic study, presenting a collection of data about the workers, their works and the location of the demonstration. The data survey made it possible to find geographical information about artisans in Brazil, demonstrating that in the state of São Paulo there is no record on handicrafts, pointing out that the fairs that are held are the only forms of cultural manifestation. The research focused on presenting the same fair on two different days, because as the difference between both was the location and characterization, allowing to compare the flow and valorization of manual work, in addition to getting answers about artisans and the organization on the changes of local and disclosure. Therefore, the work recommends a dissemination strategy to improve the way the fair is being run, through the interview with the artisans.

Keywords: Territory, Territoriality, Handicrafts, Marketer.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA.....	12
2 OBJETIVOS.....	15
3 REVISÃO DE LITERATURA	16
3.1 Contexto histórico e significação do artesanato	16
3.2 Indicações geográficas do artesanato	18
3.3 Valorização do artesanato.....	24
3.4 Território e territorialidade	28
4 MATERIAL E MÉTODOS.....	34
4.1 Estudo de Campo: Artesãos.....	34
4.2 Estudo de Campo: Organizadores	37
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES	38
5.1 A cidade de Bauru.....	38
5.2 Feira de Ubá do dia 1 de Março de 2020	41
5.2.1 Testemunho dos Feirantes do dia 1 de Março de 2020.....	44
5.3 Outros locais da Feira no mês de Março	48
5.3.1 Feira de Ubá do dia 11 de Março de 2020	51
5.4 Testemunho dos Organizadores	54
6 CONCLUSÕES.....	57
REFERÊNCIAS	59

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Indicação Geográfica do artesanato.....	19
Tabela 2 – Selos de indicação de procedência	22
Tabela 3 – Perguntas para os artesãos.....	35
Tabela 4 – Calendário da Feira de Ubá.....	35
Tabela 5 - Perguntas para os organizadores	37

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Dados novos sobre a Feira de Ubá.....	36
Figura 2 - Brasão e bandeira.....	40
Figura 3 - Produtos artesanais	43
Figura 4 - Estação Ferroviária de Bauru.....	43
Figura 5 – O trem	44
Figura 6 - Divulgação da Feira do dia 07/03/2020	49
Figura 7 - Chamada para a Feira do dia 11/03/2020	50
Figura 8 - Estabelecimento realizado	51
Figura 9 - O palco	52
Figura 10 – Brasão.....	53
Figura 11 – Artesanato.....	54

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Mapa dos três locais	36
Mapa 2 – Localização de Bauru no estado de São Paulo.	38
Mapa 3 - Território de Bauru, segundo Instituto Geográfico e Cartográfico (IGC). ...	39
Mapa 4 - Território urbano de Bauru, segundo Lei Municipal nº 7.116/2018.	39
Mapa 5 - Museu da Imagem e do Som	42
Mapa 6 - Estação Ferroviária de Bauru.....	42
Mapa 7 - Praça Antônio Anacleto Chaves.....	49
Mapa 8 - Parque Vitória Régia	50

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Anos de trabalho	45
Gráfico 2 - Artesanato como única profissão.....	45
Gráfico 3 - Sobrevivência com o trabalho manual	46
Gráfico 4 - Valorização do artesanato	46
Gráfico 5 - Opinião referente a Feira de Ubá	47
Gráfico 6 - Ubá como um local para vender artesanato	47
Gráfico 7 - A itinerância da feira.....	48

1 INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

A pesquisa presente designa uma feira de rua e sua territorialidade, tendo em vista a concepção dessa feira e sua itinerância, também a relação que o artesanato tem com a territorialidade e com a manifestação cultural, além da fonte de sobrevivência para muitos artesãos.

O artesanato é uma cultura produzida pelos artesãos, tendo essas obras criadas por meio das mãos para a realização do trabalho manual, reconhecida como uma manifestação dessa cultura. Em seu contexto histórico, surgiu no Brasil esses objetos na época em que as tribos indígenas eram predominantes nesse território, pois, após a Revolução Industrial, o homem cedeu lugar para as indústrias existentes.

O artesanato é caracterizado como a primeira forma de produção industrial, seu processo de fabricação é por meio das mãos do produtor, na pesquisa de Baccarini (2018), nos últimos 20 anos, o artesanato conseguiu mais trabalhadores nessa área, movimentando R\$ 50 bilhões por ano, resultando na sustentação de 10 milhões de pessoas.

A representação dessa cultura na modernidade do mundo é encontrada em Feiras nas cidades, como Bauru, uma cidade que simboliza a cultura artesã por meio da Feira de Ubá, esta feira é conhecida pelos Bauruenses e região.

A Feira de Ubá é realizada pela Secretaria Municipal de Cultura e Conselho Gestor da Ubá e conseguiu completar 15 anos de história em 2019, expondo trabalhos como: crochê, tricô, entalhe e marchetaria em madeira; bordados, pintura em tecido, madeira e cerâmica e outros (PREFEITURA DE BAURU, 2019).

O artesanato é uma forma de rendimento para as pessoas, ou seja, muitas pessoas se dedicam para esse trabalho e a Prefeitura de Bauru realiza a Feira de Ubá para incentivar que as pessoas continuem a fabricação dessas obras e assegurar um local para essa manifestação cultural.

A lei nº 4958 de 24 de março de 2003, estabelece o Programa para a Valorização de Iniciativas Culturais (VAI) com a finalidade de apoiar as atividades artísticas e culturais, esse programa auxilia as pessoas de baixa renda e Municípios sem manifestações culturais, mediante o incentivo da fabricação, trazendo cultura

para a cidade, além de promover a inclusão cultural e estimular a criação cultural local.

O município de Bauru promove a Feira de Ubá no intuito de compartilhar essa cultural com as pessoas da cidade e região. O objetivo da lei nº 4958 é proporcionar uma renda a mais para as pessoas por meio do artesanato, no entanto, há pessoas que se dedicaram exclusivamente para a profissão de artesanato. Em uma pesquisa do G1 Globo (2017), explica que uma pessoa se formou em biologia e não conseguiu emprego em sua área, com isso, procurou outras formas de trabalhar como: artesanato, e consegue se sustentar com esse trabalho.

No Município de Bauru, a Feira de Ubá é realizada nos sábados e/ou domingos, o desenvolvimento dessa pesquisa se deu por meio de um estudo bibliográfico e de campo, no intuito de coletar informações necessárias para conseguir responder à questão proposta. O estudo bibliográfico utiliza referências sobre dados da feira e seu território empregado, enquanto, o estudo em campo é formado por duas entrevistas com os trabalhadores e organizadores dessa feira e registros fotográficos sobre o local realizado.

O desenvolvimento dessa pesquisa se deu por meio de um estudo bibliográfico e de campo, no intuito de coletar informações necessárias para conseguir responder as questões propostas. O estudo bibliográfico utiliza referências sobre dados da feira e seu território usado, além da discussão conceitual sobre o tema, enquanto, o estudo em campo é formado por duas entrevistas com os trabalhadores e organizadores dessa feira e registros fotográficos sobre o local realizado.

O trabalho do artesão não segue uma propositiva, apenas a sua fabricação e os processos para a sua realização, como: fazer um bom trabalho por meio de suas habilidades e a arte de fabricação, ou seja, habilidade, criação e arte para realizá-lo. No entanto, essas obras tem um pré-julgamento que carregam desde seu surgimento, sendo caracterizado como um produto barato e de mal gosto.

Portanto, a justificativa dessa pesquisa originou-se em divulgar o trabalho desses artesãos, uma vez que minha mãe, Rose Mari Atsumi Accorsi, se empenha em trabalhar nesta profissão, mesmo não recebendo os créditos necessários por sua habilidade. A falta de valorização das pessoas com o trabalho manual está relacionada com o preconceito enraizado na população. Assim, essa pesquisa

pretende promover a inclusão a cultural e chamar atenção de outras cidades sobre essa manifestação realizada pela cidade de Bauru, tendo em vista ela ser também uma manifestação cultural. Para a Geografia, esse estudo busca demonstrar geograficamente o artesanato no Brasil e o território de Bauru, principalmente o local que a Feira será realizada no mês de março.

2 OBJETIVOS

Os objetivos propostos são determinados para a pesquisa descrever e explicar sobre a Feira de Ubá e seu local empregado, apresentando informações que contribua para o entendimento do tema.

2.1 Objetivos gerais

O objetivo geral da pesquisa é caracterizar os fatores que determinam a Feira de Ubá, discutindo seus efeitos socioeconômicos, visando mostrar que o artesanato é uma fonte de sobrevivência para muitos artesãos. O estudo tem esse foco perante a pouca valorização que a sociedade proporciona a esses trabalhadores.

2.2. Objetivos específicos

Os objetivos específicos são estabelecidos para explicar sobre como a pesquisa se desenvolverá, portanto, esses objetivos são:

- Estabelecer o funcionamento da feira;
- Explicar sobre o território de Bauru;
- Apresentar seu local de funcionamento;
- Entender a importância da feira para a comunidade local.

3 REVISÃO DE LITERATURA

Neste tópico será apresentado a origem, o significado e sua participação no Brasil, apresentando o artesanato geográfico e o preconceito existente com essa cultura, utilizando a visão de outros autores para o entendimento.

3.1 Contexto histórico e significação do artesanato

A origem do artesanato é descrito por Machado (2016) e Lima (2011) como uma relação com a criação do homem, pois, o artesanato era a única forma de criar objetos. Os primeiros objetos artesanais surgiram no período neolítico (cerca de 6.000 a.C.), mesma época que o homem começou a tender suas necessidades e para supri-las, precisando transformar em objetos por meio da matéria prima animal e vegetal, assim, criavam cestos, esculpam pedras, moldavam barro, confeccionava vestimentas de pele, etc.

De acordo com Covelo e Mateos (2010), os objetos artesanais tinham o papel de suprir as necessidades do dia-a-dia do homem, a criação feita pelo artesão era utilizados por todos do grupo e não separados individualmente. Ao longo dos anos, o artesão passa a ser conhecido com habilidade e capacidades para o trabalho manual, assim, atualmente, comercializam essas obras em espaços urbanos.

No século XVIII com a Revolução Industrial, o trabalho manual tem um novo papel, antigamente, tinha o objetivo principal para a sua criação, como: calçados, móveis, ferramentas, etc., e com a revolução acaba tendo uma função secundária, onde o artesão introduz a máquina para a produção de mais objetos em menos tempo, sendo esse o principal papel do trabalho. Em meados do século XX, o artesanato acabou sofrendo mudanças junto com a sociedade, assim, em 1960, essas obras são encontradas em museus (MACHADO, 2016).

Os estudos sobre artesanato mostram um crescimento do número de artesãos, do volume da produção e de seu peso quantitativo: um relatório do SELA calcula que os artesãos dos quatorze países latino-americanos analisados representam 6% da população geral e 18% da população economicamente ativa. Uma das principais explicações do incremento, dada tanto por autores da área andina quanto mesoamericana, é que as deficiências da exploração agrária e o empobrecimento dos produtos do campo impulsionaram muitos povos a procurar na venda do artesanato o aumento de sua renda [...]. O desemprego é outro dos motivos pelos quais

está aumentando o trabalho artesanal, tanto no campo como nas cidades [...] (CANCLINI, 2008, p. 215-216).

O Dicionário Online de Português define o artesanato como o “ofício do artesão, conjunto de artesãos, indústria caseira, obra de artesão”. Enquanto, o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, o “ofício e técnica do artesão, conjunto dos artesãos de um determinado gênero ou local, conjunto de peças ou produtos resultantes da atividade dos artesãos, produto final do trabalho do artesão”.

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente à mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com o uso de matérias primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social (UNESCO, 1997, apud BORGES, 2011, p.21).

A prática artesanal é uma manifestação cultural e promove a inclusão sociocultural, além de ser uma fonte de renda para muitas pessoas. As políticas para enaltecer a cultura começaram nos séculos XIX e XX, onde o país fosse representado por todos (MARTIN, 2011; MACHADO, 2016). A luta dos movimentos como grupos culturais (indígenas e negros) ganham espaço nos anos 90, a diversidade, o multiculturalismo e o pluralismo têm destaque em patrimônio, nesse espaço encontra as memórias, identidades, tradições, passados e presente (MARTIN, 2011).

As práticas, representações, expressões, conhecimentos e competências – bem como os instrumentos, objetos, artefatos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, grupos e, eventualmente, indivíduos reconhecem como fazendo parte do seu património cultural. Este património cultural imaterial, transmitido de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio envolvente, da sua interação com a natureza e da sua história, e confere-lhes um sentido de identidade e de continuidade, contribuindo assim para promover o respeito da diversidade cultural e a criatividade humana (UNESCO, 2003, p.55).

Os objetos artesanais são construídos para simbolizar o lugar que o artesão vive, há museus de história que exibem esses objetos, apresentando as culturas

simbólicas locais e seus significados, por isso, a descrição desses objetos nos museus é a região e não o fabricante. As pessoas se familiarizam com os artefatos, pois, conta a história da arte legítima e seus movimentos artísticos, demonstrando a importância simbólica do objeto (ARAUJO; CIPINIUK, 2019).

O artesanato tradicional, feito para representar a cultura das tradições e a vida daquela região, são demonstrados nos museus, ou seja, *“emprega e transmite, em seu trabalho, valores, técnicas e signos amadurecidos e aceitos no sistema cultural a que ele mesmo pertence”*, grande parte desses trabalhadores brasileiros é residente em territórios rurais, produzida pela comunidade local (BELAS 2012; VIVES 1983, p.133).

Em uma comparação de dados, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (2006) e Banco do Nordeste do Brasil (2002) explicam que o mercado de artesanato no Brasil tem 8,5 milhões de pessoas, movimentando R\$ 28 bilhões ao ano. Em 2011, Lima (2011) explica que nessa época há em torno de 8 milhões de artesãos no Brasil e ele diz, que esse número tende a crescer. As informações mais atuais são de 2018, uma pesquisa no G1 Globo expõe que o mercado artesanal movimenta R\$ 50 bilhões por ano (BACCARINI, 2018).

O artesanato no Brasil, segundo Cascudo (2002), tinha origem indígena, esses povos construíam armas, objetos domésticos – utilizando palhas e fibras para fazer bolsas, cestos etc. –, e instrumentos musicais. A colonização no Brasil, séculos XVI ao XIX, possibilitou que o artesão misturasse suas técnicas com as dos portugueses, diversificando e contribuindo para o desenvolvimento econômico. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (2012) explica que essas técnicas são aprendidas com a família e comunidade são transmitidas por geração a geração, diante disso, tem diferentes artesãos trabalhando nessa área no Brasil.

3.2 Indicações geográficas do artesanato

Pinto e Paixão (2018) e Puhlmann e Moreira (2004) descrevem as Indicações Geográficas (IG) como propriedades aplicadas aos serviços que contem no local, desde sua origem, história, socioculturais etc. “O local de origem de um produto certificado pode ser uma localidade, uma cidade, uma região ou um país e o registro

pode ser solicitado individual ou coletivamente”, a IG indicará o local no Brasil que o produto foi fabricado.

A IG pode induzir um fortalecimento para o artesanato, demonstrando a competitividade da obra em diferentes locais e promover o desenvolvimento local, valorizando o patrimônio. O artesanato necessita de mão de obra e favorável ao meio ambiente, promovendo empregos para pessoas que precisam de dinheiro (NASCIMENTO et al, 2012, p. 382; FABRIS et al, 2012, p. 392).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2019, demonstrou os produtos fabricados em cada parte do Brasil, como: café, carne bovina, vinhos, têxteis, artesanatos, queijos, etc. Neste mapa, aponta três fabricações do artesanato: Artesanato em capim dourado, Peças artesanais em estanho, Opala preciosa de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II.

Tabela 1 - Indicação Geográfica do artesanato

Nome Geográfico	UF	Produto / Serviço	Concessão
Goiabeiras	ES	Panelas de barro	04/10/2011
Região do Jalapão do Estado do Tocantins	TO	Artesanato em capim dourado	30/08/2011
São João Del-Rei	MG	Peças artesanais em estanho	07/02/2012
Pedro II	PI	Opala preciosa de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II	03/04/2012
Paraíba	PB	Têxteis em algodão colorido	16/10/2012
Divina Pastora	SE	Renda de agulha em lacê	26/12/2012
Cariri Paraibano	PB	Renda renascença	24/09/2013
Região das Lagoas Mundaú -Manguaba	AL	Bordado filé	19/04/2016

Fonte: IBGE (2019).

O artesanato está presente em todo o território nacional, como visto na tabela 1, demonstrando uma manifestação de identidade local e diversidade cultural presente no Brasil, sendo uma cultura popular, sobre a assimilação da tradição.

Os produtos artesanais são historicamente catalisadores de várias interações entre sociedade e território, enquanto cartografia geográfica, social e cultural, nomeadamente pela presença das pessoas numa parte significativa da sua produção, na utilidade social desses produtos, assim como na relação de interdependência entre os processos de produção e a origem dos seus materiais (KRUCKEN, MOL; LUZ, 2017, p.31-32).

As Panelas de barro e o Artesanato em capim dourado são registradas em 2011, as panelas são encontradas na cidade de Vitória – uma das capitais mais antigas do Brasil, registro nos anos 1550 –, o bairro Goiabeiras, ganhou atenção por causa das panelas de barro, uma herança cultural de indígenas e afrodescendentes que residiram por mais de 300 anos (SEBRAE, 2016). A produção dessa obra é através da argila para a produção, retirada do Vale do Mulembá, e a casca de mangue vermelho é utilizada para fazer a tinta tanino, no qual é aplicado na panela para deixá-la com uma coloração mais escura (PIRES, 2016).

De acordo com Belas e Wilkinson (2014) e Leal et al, (2019), o Artesanato em capim dourado, no início do século XIX, foi produzido pelos indígenas da etnia Xerente no Tocantins, em 1930, essa técnica foi aprendida por outros povos como os Mumbuca da região do Jalapão. Essa região é composta por área de Cerrado, abrigando três comunidades quilombolas, protegida pela conservação e previsão ambiental.

O Capim Dourado do Jalapão é representado por cores vivas em amarelo, tendo essa obra como incentivadora de outros moradores a produzir peças de costura, sendo esse artesanato uma herança do grupo quilombolas. O Jalapão é uma região quente com imensos rios, com épocas de chuva de dezembro a março, nessa região encontra-se areias douradas, o capim dourado conhecido como ouro de Jalapão (SEBRAE, 2016).

As Peças artesanais em estanho, Opala preciosa de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II, Têxteis em algodão colorido e Renda de agulha em lacê, foram registradas no mesmo ano de 2012. Conforme SEBRAE (2016), as Peças artesanais em estanho são originalmente da cidade de São João Del Rei – sendo conhecida historicamente em Minas Gerais por causa de seu patrimônio histórico-cultural –, uma cidade conhecida pela religiosidade, essas peças simbolizam a cultura são-joanense, também conhecida como a Capital Brasileira da Cultura em 2007.

O opala preciosa de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II são encontrados na cidade de Pedro II no Piauí. Fundada em 1854, essa cidade é assentada sobre serras, ou seja, altitudes podem medir até 850m. O clima predominando é frio seco, variando de temperatura dentre 18°C a 28°C. A palavra opala tem origem sânscrita, assim, significando pedra preciosa, essas pedras são

conhecidas pelas suas diferentes cores, sendo produzidas em terrenos áridos com uma profundidade rasa, 15 a 40m, no entanto, dependendo de milhões de anos para a sua formação, ou seja, suas condições são raras (SEBRAE, 2016).

Para Azevedo (2018) e SEBRAE (2016), o produto de algodão colorido tem a sua principal produção na Paraíba, realizando uma comercialização de produtos com o algodão colorido, sendo o único no Brasil, resultando em uma grande demanda. A Paraíba está localizada na posição oriental do Brasil, apresenta clima úmido e muita chuva (semiárido), o algodão tem seu reconhecimento por ser uma das principais culturas nesse local, tem capacidade de secar e produzir com pouca água, sendo uma das melhores fibras.

A Renda de agulha em lacê originou-se na cidade de Divina Pastora, estado de Sergipe, representa a arquitetura da igreja matriz pela Nossa Senhora Divina Pastora, início do século XIX. Esse município surgiu do povo Ladeira, no qual tinham a devoção por Nossa Senhora Divina Pastora, contribuição dos missionários de Sevilha/Espanha, o nome da santa surgiu, pois, no município de Divina Pastora, teve a aparição de Nossa Senhora em 1703, a renda representa essa santa com traços barrocos, o lacê é a marca dessa produção (SILVEIRA; CAMPOS e MIGUEL, 2019; SEBRAE, 2016).

A Renda renascença foi registrada em 2013, após isso, outro artesanato foi registrado foi em 2016, Bordado filé. A renda é considerada um artigo de luxo, encontrada na roupa masculina, sua história começa no Cariri Paraibano – ocidental do Planalto da Borborema/Paraíba –, nordeste brasileiro, tem o clima predominante no inverno (quente e seco) e no verão (quente com chuva), tem as características de áreas mais secas do país. Enquanto, Bordado filé, conhecido como um artesanato popular e comercial, simbolizando o povo alagoano, encontrado na região Lagoas Mundaú e Manguaba (polo gastronômico), tem reconhecimento por ser uma área de muita atividade de pesca. Essa região foi povoada pela população marisqueiras e pesqueiras que realizavam esse trabalho para se sustentar, recorrendo a confecção do bordado para complementar essa renda (SEBRAE, 2016).

Todos os produtos da tabela 1 tiveram o dia que foram registrados e obtido o seu selo de Indicação de Procedência, o garantindo a origem, legitimidade e o nome de uso de cada comunidade, promovendo a história-cultural, valor e o turismo, tabela 2.

Tabela 2 – Selos de indicação de procedência

PRODUTO	SELO
Painéis de barro	
Artesanato em capim dourado	
Peças artesanais em estanho	
Opala preciosa de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II	

Têxteis em algodão colorido	
Renda de agulha em lacê	
Renda renascença	
Bordado filé	

Fonte: IBGE (2019).

Segundo Bianchini e Russo (2019), a Indicação de Procedência representa o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, onde tenha realizado a extração da matéria, a criação e produção do produto.

Todos esses artesanatos registrados pelo IBGE até 2019 conseguiram obter seu selo de indicação de procedência adquirindo, assim, reconhecimento, reputação e valorização dos conhecimentos transmitido pelas gerações e a cultura do local. Esse relato demonstra que no Brasil, há diferentes estados promovendo a história-cultural dos povos, no estado de São Paulo não tem um registro, mas a Feira de Ubá é uma representação dessas culturas e um meio para que as pessoas consigam ganhar seu dinheiro honestamente.

3.3 Valorização do artesanato

Os artesanatos que apresentam indicação geográfica são valorizados e, por isso, tem seu registro e selo próprio. No entanto, o estado de São Paulo não tem nenhum artesanato registrado, a demonstração dessa cultura é por meio de feiras, como a Feira de Ubá localizada na cidade de Bauru/São Paulo e a representação dessa cultura em feiras é pouco conhecido e valorizado, a divulgação também não apresenta importância e relevância para as pessoas (ALVARENGA e COSTA, 2016).

A falta de valorização das pessoas com o trabalho dos artesãos está relacionada com o preconceito, de acordo com Pereira (2018), em sua pesquisa com Ronaldo Fraga, estilista mineiro, no qual diz que:

“Há muito preconceito do brasileiro com nosso artesanato. O artesanato brasileiro é visto como coisa de pobre, feito para comprar para ajudar gente pobre. As pessoas não têm a educação, o saber e a boa vontade para poder ter o mínimo de esforço em enxergar a ancestralidade, a formação de um povo ali. Isso é muito característico de um país colonizado, porque eternamente vai achar uma renda europeia infinitamente mais bonita do que uma renda brasileira, quando essa renda brasileira conta a história desse povo”.

O artesanato sofre certo preconceito, como citado por Fraga, por ser considerado um trabalho inferior em comparação a outros, pois, não apresenta aspecto fineza e/ou conhecimento intelectual do artesão, os profissionais

relacionados à área de Artes sempre são considerados inferiores perante outras áreas (SILVA, FERREIRA, 2018).

Segundo Borges (2011) e Mendonça; Jordao (2014), o preconceito contra o artesanato é utilizado para designar algo sem valor, devido aos valores que a Arte representa a sociedade. Esse preconceito é conhecido como “preconceito de classe social”, no qual definem pessoas como hierarquicamente inferior, denominando a classe de uma pessoa de acordo com sua renda, ocupação e escolaridade, principalmente, pelo seu trabalho manual.

O artesanato é uma fonte de representação cultural, além de agregar para a falta de emprego encontrada no Brasil, é uma forma das pessoas terem renda de forma legal.

O artesanato faz parte da nossa cultura e integra a expressão de ideias. A criatividade, essencial para a qualificação dos destinos turísticos pressupõe a existência de oferta artística e artesanal, assim, a organização de trabalho numa oficina artesanal tem uma característica única propícia a processos de coração de experiências turísticas, deste modo, as atividades artesanais criam empregos, valorizam pessoas e economias locais (ALVEZ LUIS; FIGUEIRA, 2017).

O estudo busca promover esse trabalho, por meio desse enorme preconceito e a falta de valorização que ocorre com os artesãos, na pesquisa de Romero (2019) o artesanato é a representação do povo naquele local, é uma arte que sofre muito preconceito pela sociedade que se denomina intelectuais com o poder do achismo. Os artesãos têm a habilidade e capacidade de transformar matérias para seu uso próprio:

Muitos artistas e artesãos transformam elementos encontrados na natureza em objetos artísticos. O barro vira cerâmica, madeiras e pedras se transformam em esculturas, pedaços de papel se transformam em cestas, vasos. O artesanato produz objetos artísticos e utilitários. O artesanato vem desde o princípio da humanidade e sabe-se que nada é mais regional que o artesanato. Identificador de origens, fruto expressivo de culturas e tradições, seja na repetição de formas ou peça única. Não existe um critério matemático/científico para se julgar obras de arte e artesanato. O principal é a originalidade, a essência, a marca autoral, tanto o artesanato como a arte erudita têm estes princípios. Existem obras ditas artesanais muito mais criativas que a de artistas já “consagrados”. Os artistas materializam sonhos os artesãos também (ROMERO, 2019).

Essas palavras do autor demonstram como o artesanato precisa ser valorizado e não julgado pela sociedade. Atualmente, há muitos estados que

representam esses contextos culturais (Tópico 3.2), possibilitando encontrar produções e técnicas diferentes, apresentada em regiões, como a Feira de Ubá.

O site de notícia Diário do Porto (2018) relata que o Centro de Referência do Artesanato Brasileiro na Praça Tiradentes/Rio de Janeiro, encontra atores famosos como Lazaro Ramo. Esse centro está acostumado com celebridades e estrangeiros buscando artesanato, enquanto o brasileiro não valoriza a sua riqueza de cultura, isso demonstra como o turismo valoriza essa manifestação da cultura.

O Ministério do Turismo (BRASIL, 2010) afirma que a atração no turismo é a demonstração da cultura em tal local, o artesanato representa a autenticidade, identidade e originalidade.

A produção artesanal integra o contexto cultural de um destino e de seus produtos culturais. Ao visitante podem ser oferecidas possibilidades de contato com o artesanato local, seja em termos dos processos produtivos, das técnicas, matéria prima e da identidade. Neste caso, o artesanato deve ser percebido e desenvolvido como mais um atrativo turístico, para tanto, a cadeia de distribuição e comercialização deve conhecer o processo produtivo, o núcleo de produção e até o artesão. São atitudes que contribuem para uma efetiva valorização do artesanato perante à comunidade, que responde de forma mais entusiasmada em se qualificar para atender à demanda turística. (BRASIL, 2010, p.75)

O artesanato é um meio de chamar atenção da área turística, no qual é utilizado como estratégia para o mercado de consumo capitalista, pois, “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (BRASIL, 2010, p.15).

A forma de valorização dessa cultura foi criada pelo Programa do Artesanato Brasileiro (PAB) para promover atividades que permite a valorização do trabalho do artesão, seu desenvolvimento e da empresa que produz artesanal, isso entende que:

Artesão: É o trabalhador que de forma individual exerce um ofício manual, transformando a matéria-prima bruta ou manufaturada em produto acabado. Tem o domínio técnico sobre materiais, ferramentas e processos de produção artesanal na sua especialidade, criando ou produzindo trabalhos que tenham dimensão cultural, utilizando técnica predominantemente manual, podendo contar com o auxílio de equipamentos, desde que não sejam automáticos ou duplicadores de peças.

Não é artesão aquele que: I - Trabalha de forma industrial, com o predomínio da máquina e da divisão do trabalho, do trabalho assalariado e da produção em série industrial; II - Somente realiza um trabalho manual, sem transformação da matéria-prima e fundamentalmente sem desenho próprio, sem qualidade na produção e no acabamento; III - realiza somente uma parte do processo da produção, desconhecendo o restante

Artesanato: Compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios.

Não é artesanato: trabalho realizado a partir de simples montagem, com peças industrializadas e/ou produzidas por outras pessoas; lapidação de pedras preciosas; fabricação de sabonetes, perfumarias e sais de banho, com exceção daqueles produzidos com essências extraídas de folhas, flores, raízes, frutos e flora nacional; habilidades aprendidas através de revistas, livros, programas de TV, dentre outros, sem identidade cultural (PAB, 2012, p.11-12, grifo pelo autor).

Diante disso, o PAB busca determinar o papel do artesão e seu artesanato para promover a cultura e o turismo e a forma de mostrar a produção do local, tornando-se um meio de divulgação, assim, auxiliando na valorização.

Conforme Ferreira, Sousa e Gonçalves (2018), o turismo que se encaixa melhor para o artesanato é denominado turismo cultural, no qual tem o objetivo de proporcionar a representação artística, ou seja, o turismo leva um grande número de pessoas para um determinado local por motivos culturais, promovendo o contexto histórico do local.

O turismo cultural é o mais importante mercado de turismo global, representando 40% do mercado de turismo internacional, pois, assegura a preservação da identidade do patrimônio, cultura, tradição e herança daquele local (SOUZA, 2009), nas palavras de Ferreira, Sousa e Gonçalves (2018), o turismo é a forma de apresentar o mundo para as pessoas, em 1930 foi o surgimento da atividade turística, pois, as férias pagas impulsionou as viagens, a II guerra mundial tornou-se o turismo um fenômeno extensível e com o crescimento da globalização cada vez mais vem contribuindo para o crescimento do turismo.

O turismo cultural é a forma de promover a cultura e combater o preconceito através de sua divulgação, a porcentagem que o turismo cultural ocupa no mercado de turismo é baixa, por isso, entende-se que o brasileiro não valoriza a forma de trabalho dos artesãos. A Feira de Ubá será a demonstração dessa cultura para as regiões de Bauru, como a lei nº 4958 de 24 de março de 2003 estabelecida, apoia

acontecimentos como essa feira em municípios. O estudo buscará apresentar o turismo da feira de Ubá, seu preconceito e valorização.

3.4 Território e territorialidade

O território é caracterizado por Gottman (2012) como um espaço geográfico de componentes materiais, esses componentes são delimitados por causa da ação humana e usados por toda a sociedade. O termo território surgiu para a organização do espaço, surgiu nas línguas europeias (século XIV) no objetivo de definir a jurisdição, na geografia o território é um espaço geográfico que os seres humanos realizam atividades, o território representa repartição e organização, permitindo ser modificado.

Território é um conceito político e geográfico, porque o espaço geográfico é tanto compartimentado quanto organizado através de processos políticos. Uma teoria política que ignora as características e a diferenciação do espaço geográfico opera no vácuo. Se as ideias não são necessariamente enraizadas ou situadas no espaço, o fenômeno material e a ação política aos quais essas ideias concernem devem ser localizados em algum lugar do espaço geográfico. Somos lembrados da observação de Aristóteles, em sua obra "Física", que "o que não está em nenhum lugar não existe". Essa alegação é amplamente apoiada pela história do conceito territorial. Para os propósitos dessa discussão, proponho que a definição de território oferecida no primeiro parágrafo deste artigo possa ser aceita, desde que o espaço geográfico seja descrito conforme sugerido. Muita história política evoluiu em torno da interpretação de qual deveria ser o melhor uso e extensão de território possível atribuído aos vários povos (GOTTMAN, 2012, p.526).

Entende-se com base nos estudos desse autor, que o território é dividido para promover uma maior segurança à população e para controle das atividades e recursos daquele local, sendo considerado um local de segurança para as pessoas viverem suas vidas, concluindo que dentro do território há uma oportunidade para todos.

Segundo Raffestin (1980), o território tem produtos de atores sociais, ou seja, produtos desenvolvidos pelos seres humanos, o território é também um produto consumido pela população.

O território se apoia no espaço, mas não é o espaço. É uma produção, a partir do espaço. Ora, a produção, por causa de todas as relações que envolve, se inscreve num campo de poder. Produzir uma representação do espaço já é uma apropriação, uma empresa, um controle portanto, mesmo

se isso permanece nos limites de um conhecimento. Qualquer projeto no espaço que é expresso por uma representação revela a imagem desejada de um território, de um local de relações (RAFFESTIN, 1980, p.144).

O território para Souza (2013, p.78), “um espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder”, acredita que quem domina esse espaço é o poder. Entende-se que o poder está sob um grupo social com conexão a esse espaço e esse grupo social tem um desejo sobre o espaço devido aos recursos naturais, produção, valor estratégico-militar, os relacionamentos dos atores sociais com o espaço. Portanto, ele conclui que quem define o território é o poder.

“Território, assim, em qualquer acepção, tem a ver com poder, mas não apenas com o tradicional poder político. Ele diz respeito ao poder no sentido mais explícito, de dominação, quanto ao poder no sentido mais implícito ou simbólico, de apropriação” (HAESBAERTH, 2014, p.57).

“O território, visto como uma unidade e diversidade, é uma questão central da história humana e de cada país” (SANTOS; SILVEIRA, 2006, p.20), há duas visões sobre o território, um representado como um instrumento para a dominação de recursos e outro onde há um espaço com relações sociais e culturas que fazem a sociedade criar vínculo com a terra (HAESBAERTH, 2014).

A cada momento histórico, uma forma e uma distribuição do trabalho. Por isso a divisão territorial do trabalho envolve, de um lado, a repartição do trabalho vivo nos lugares e, de outro, uma distribuição do trabalho morto e dos recursos naturais. Estes tem um papel fundamental na repartição do trabalho vivo. A divisão territorial do trabalho cria uma hierarquia entre lugares e redefine, a cada momento, a capacidade de agir das pessoas, das formas e das instituições. Nos dias atuais, um novo conjunto de técnicas torna-se hegemônico e constitui a base material da vida da sociedade (SANTOS; SILVEIRA, 2006, p.20-21).

Portanto, o território é um espaço geográfico de domínio do poder, esse poder pode ser a produção, atividade e relação humana, ou seja, de apropriar-se do local para a realização de tarefas e relacionamentos que satisfaça o homem. A Feira de Ubá divide o trabalho no local, onde cada barraquinha apresenta um produto artesanal diferente, o território dessa apresentação dominada pela cultura artesã e outras feiras em conjunto.

Na visão de Santos e Silveira (2006) e Raffestin (1980), o território é usado e apropriado pelas pessoas, a territorialidade representa que aquele local pertence a

alguém, um grupo ou atores sociais. A territorialidade também pode referir-se aos animais, onde é uma área de habitat ou reprodução, na questão humana, representa o poder de consumo dos produtos e construção do futuro deles no local.

A territorialidade-adquire um valor bem particular, pois reflete a multidimensionalidade do "vivido" territorial pelos membros de uma coletividade, pelas sociedades em geral. Os homens "vivem", ao mesmo tempo, o processo territorial e o produto territorial por intermédio de um sistema de relações existenciais e/ou produtivistas. Quer se trate de relações existenciais ou produtivistas, todas são relações de poder, visto que há interação entre os atores que procuram modificar tanto as relações com a natureza como as relações sociais. Os atores, sem se darem conta disso, se auto modificam também. O poder é inevitável e, de modo algum, inocente. Enfim, é impossível manter uma relação que não seja marcada por ele (RAFFESTIN, 1980, p.159).

Esse poder é representado com violência brutal para a apropriação do território, a territorialidade é a utilização desse poder para a satisfação da sociedade, a territorialidade corresponde a identidade do espaço e interesse humano sobre esse espaço, "usar o território para desenvolver os recursos próprios dos lugares, numa grande rede de relações diversas, com uma mentalidade expansionista" (GOTTMAN, 2012, p.532).

Souza (2013) relata que as pessoas confundem o território como um espaço material para a tentativa de qualquer territorialização, sendo que o território é um campo de força e existe devido às relações sociais, no entanto, é um território político dominado pelo poder.

De acordo com Haesbaerth define que a territorialidade e o território tem relações com o poder, com base naquilo que os seres humanos realizam naquele espaço, ele diz que:

Território – este sendo visto como um olhar sobre o espaço geográfico que coloca seu foco nas relações de poder, isto é, enfatiza as relações espaço/poder. O território é de uso frequente, especialmente entre os movimentos sociais de grupos subalternos, como o movimento dos agricultores sem-terra e sem-teto e dos povos tradicionais (2014, p.55).

A territorialidade, além de incorpora uma dimensão mais estritamente política, diz respeito também as relações econômicas e culturais, pois, este intimamente ligada ao modo como as pessoas utilizam a terra, como elas próprias se organizam no espaço e como dão significado ao lugar (2014, p.59).

A territorialidade surge devido a terra promover oportunidades de trabalho e alimentos, trazendo consigo sua cultura, história e futuro. Conforme Raffestin (1980) a territorialidade é composta por relações para a criação de um sistema com a sociedade-espaço-tempo, em busca de maior autonomia.

“O uso do território pode ser definido pela implantação de infraestruturas, para as quais estamos igualmente utilizando a denominação sistemas de engenharias, mas também pelo dinamismo da economia e da sociedade” (SANTOS, SILVEIRA, 2006, p.21).

“Um território condiciona a localização dos atores, pois, as ações que sobre ele se operam dependem da própria constituição” (SANTOS, SILVEIRA, 2006, p.22), representando o movimento da população nesse local, realizando tarefas como: agricultura, indústria, serviços e o poder governamental determina a legislação para a expansões cidadãos e normas para configurar essas funções no espaço.

A expressão microterritorialidades refere-se a pequenos territórios dentro de uma cidade, ou seja, defesa de pequenos espaços urbanos por parte de grupos sociais (socioespacial), como: jovens, homossexuais, negros, mulheres, etc., muitas desses espaços urbanos representam espaços culturais e são invisíveis aos olhos da sociedade (TURRA NETO, 2013).

Entende-se com base no estudo de Jessop, Brenner e Jones (2017), o socioespacial refere-se a geografia histórica das relações sociais, envolve o território, lugar, escala e rede com a organização socioespacial. Esses quatro são considerados combinação histórica, com estratégias orientadas possibilitando transformações em novas formas de territorialização, produção do lugar, produção da escala e formação de redes ou em novas combinações, essas combinações envolvem interações materiais que tem como orientadas e reorientadas por socioespacial histórico e geográfico.

A territorialização que ali se realiza depende também de conhecer suas condições de possibilidade, o que remete à própria materialidade do espaço. Ao mesmo tempo, é preciso considerar também que tal territorialização joga um papel importante no movimento incessante de produção dessa mesma materialidade (TURRA NETO, 2013, p.10).

Segundo Gottman (2012), o uso desse território como uma forma de expor os recursos próprios desenvolvidos nos lugares, resulta em uma grande rede de relações, buscando expor esses recursos para um maior público, esse desenvolvimento econômico está relacionado com o território como uma plataforma de oportunidades, assim como a Feira de Ubá e sua exposição de produtos oferecidos, concomitantemente com as relações estabelecidas entre os artesãos que buscam a inovação e a qualidade dos produtos para garantir uma renda mais expansiva para eles.

Levamos em conta tanto as técnicas que se tornam território, com sua incorporação ao solo (rodovias, ferrovias, hidrelétricas, telecomunicações, emissoras de rádio e TV etc.), como os objetos técnicos ligados a produção (veículos, implementos) e os insumos técnico-científicos (sementes, adubos, propaganda, consultoria) destinados a aumentar a eficácia, a divisão e a especialização do trabalho nos lugares (SANTOS, SILVEIRA, 2006, p.22)

Esse território não menos indispensável, pois, é a forma como a pessoas se satisfaçam de suas necessidades, sem a população seria apenas uma potencialidade para implementar numa estratégia, portanto, a territorialidade é um conjunto de relações entre sociedade-espaco-tempo para contribuir com a autonomia do homem, onde faz parte da produção, troca e do consumo das coisas que o homem tem interesse, abordando as relações da territorialidade com aquilo que se é vivido no cotidiano: trabalho, não-trabalho, família, etc. (RAFFESTIN, 1980).

A territorialidade, a tecnicidade de uma sociedade pode ser simétrica ou dissimétrica. Uma tecnicidade simétrica se caracteriza por relações não destrutivas do meio material, enquanto uma tecnicidade dissimétrica será caracterizada por relações destrutivas do meio material (RAFFESTIN, 1980, p.227).

A respeito das opiniões dos autores, entende-se que os artesãos são a tecnicidade dissimétrica, no qual aprimora suas habilidades para a construção de artesanato, contudo, não há uma maior chance de acabar os materiais utilizados em um futuro, devido à escassa extração da matéria-prima para o artesanato e aprimoramento das suas habilidades, sendo estas poucas em relação a outros tipos de atividades. Enquanto, os artesãos realizam a Feira de Ubá em espaços urbanos no objetivo de vender cada vez mais e atrair um maior número de pessoas, utilizam

o território para o trabalho e a cultura, por outro lado, há um preconceito empregado na sociedade por causa do artesanato.

4 MATERIAL E MÉTODOS

O estudo tem caráter qualitativo com o objetivo descritivo e explicativo sobre o assunto, utilizando referências bibliográficas para a contribuição no desenvolvimento da pesquisa, abordando sobre:

1. O artesanato:
 - a) Contexto histórico;
 - b) Artesanato no Brasil;
 - c) Valorização;
2. A Feira de Ubá:
 - a) A cidade de Bauru;
 - b) Os artesãos.

A parte bibliográfica realizada é relativa ao assunto, proporcionando um novo ponto de vista. Tornando-se essencial para a compreensão dos dados e conclusões, essa reflexão teórica foi coletada por meio de artigos e sites de notícias.

O estudo de campo realizado neste estudo busca apresentar entrevistas com artesãos e com os organizadores responsáveis pela elaboração e realização da Feira de Ubá.

4.1 Estudo de Campo: Artesãos

O estudo de campo utilizou como instrumento para a coleta de dados: entrevistas semiestruturadas empregadas aos artesãos e fotos da Feira de Ubá. A coleta de dados foi realizada no dia 1 de março de 2020, domingo, no Museu da Imagem e do Som da cidade de Bauru, onde a manifestação de uma pequena Feira de Ubá estava sendo exposta.

O questionário fechado para a realização da entrevista com os artesãos da Feira de Ubá, compõe-se em 8 perguntas, são elas:

Tabela 3 – Perguntas para os artesãos

1. Há quantos anos você exerce na função de artesão?
2. Você sempre trabalhou com artesanato?
3. Você sobrevive do seu trabalho?
4. Você acha que recebe valorização no seu trabalho, ou acha que há preconceito?
5. O que você acha da Feira de Ubá?
6. A feira é um bom local para a venda do artesanato e a visitação dos turistas?
7. Acha que o artesanato na feira prejudica o comércio local?
8. Você acha que a itinerância da feira é algo positivo ou negativo? Se fosse num local fixo, acha que alcançaria maior público e mais vendas?

Fonte: Elaborado pela autora.

Durante a entrevista, constatou-se que 8 barracas presentes, conseguindo 10 respostas, sendo 9 mulheres e 1 homem, artesãos. A feira é realizada desde as 9 horas até às 14 horas da tarde, de acordo com o horário de Brasília, o fluxo de pessoas neste dia 1 de março era pouco.

Os sujeitos entrevistados participavam da Feira de Ubá naquele local, pois, a feira não tem um espaço físico próprio, a feira se mantém em movimentação constantemente, diante disso, foi elaborado um calendário do mês de Março de acordo com as informações coletadas por telefone.

Tabela 4 – Calendário da Feira de Ubá

DIAS	LOCAIS	CARACTERIZAÇÃO
1 de Março	Museu da Imagem e do Som	Pequena
7 de Março	Praça Antônio Anacleto Chaves	Pequena
11 de Março	Parque Vitória Régia	Grande, junto com a Feira Sustentável

Fonte: Agente cultural da Feira de Ubá.

Essa caracterização citada na tabela 4 representa a dimensão da feira, nos dias 1 e 7 a feira será composta por poucas barracas em um local menor, enquanto no dia 11 terá uma proporção maior e junto com outra feira. No entanto, no dia 1 de

março 2020, foi anunciada pelo Facebook uma nova atualização sobre a Feira (Figura 1).

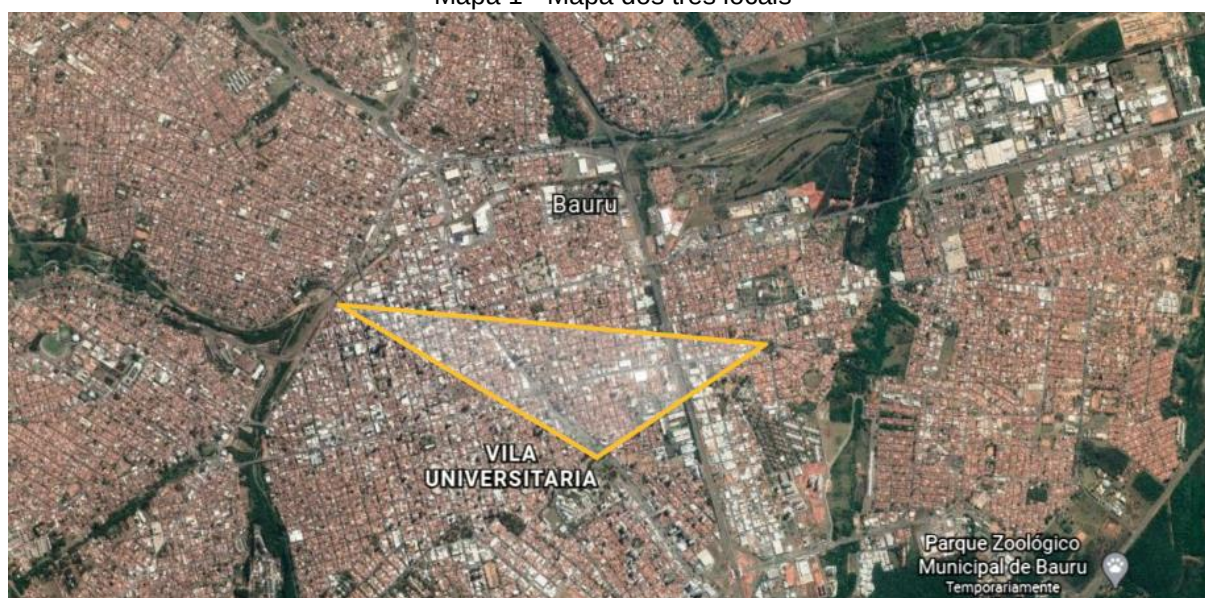
Figura 1 - Dados novos sobre a Feira de Ubá



Fonte: Facebook da Feiras de Artes e Artesanatos de Bauru (2020).

A feira foi realizada na Av. Pedro de Toledo, 53, Centro de Bauru (Estação Ferroviária de Bauru), junto com a exposição de orquídeas, a maioria dessas feiras acontecem em um longo período de tempo, por exemplo: 9 horas da manhã até 17 horas da tarde, horário de Brasília, no entanto, nesse domingo foi realizado entre as 9 horas até 14 horas e continua sendo uma feira de artesanato com caracterização pequena.

Mapa 1 - Mapa dos três locais



Fonte: feito pela autora no Google Earth (2020).

4.2 Estudo de Campo: Organizadores

Esse estudo de campo, foi realizado um questionário de seis perguntas abertas para três organizadores responsáveis pela Feira de Ubá, sendo o primeiro com cargo de Chefe de eventos da Secretaria da Cultura e outros dois agentes cultural.

Tabela 5 - Perguntas para os organizadores

1. Os artesãos, em geral, exercem essa atividade como hobby ou profissão?
2. Encaram a responsabilidade de participar da feira de forma séria, como um compromisso ou esmorecem com qualquer vento ou garoa?
3. Alguns ou todos conseguem ter renda significativa com o artesanato?
4. Sob a ótica do não expositor, você acha que deveria haver mais criatividade por parte dos expositores?
5. A mobilidade da feira dificulta a localização da mesma por parte dos compradores?
6. Há relatório sobre o movimento? Qual dos espaços parece ser mais interessante em termos de vendas?

Fonte: Elaborado pela autora.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste tópico será apresentado a história da cidade e sua geografia, pois, o território é “um produto vivenciado por aqueles mesmos personagens que, sem haverem participado de sua elaboração, o utilizam como meio” (RAFFESTIN, 1980, p.8), além de apresentar os acontecimentos e resultados das entrevistas realizadas com os artesãos e os organizadores da Feira de Ubá.

5.1 A cidade de Bauru

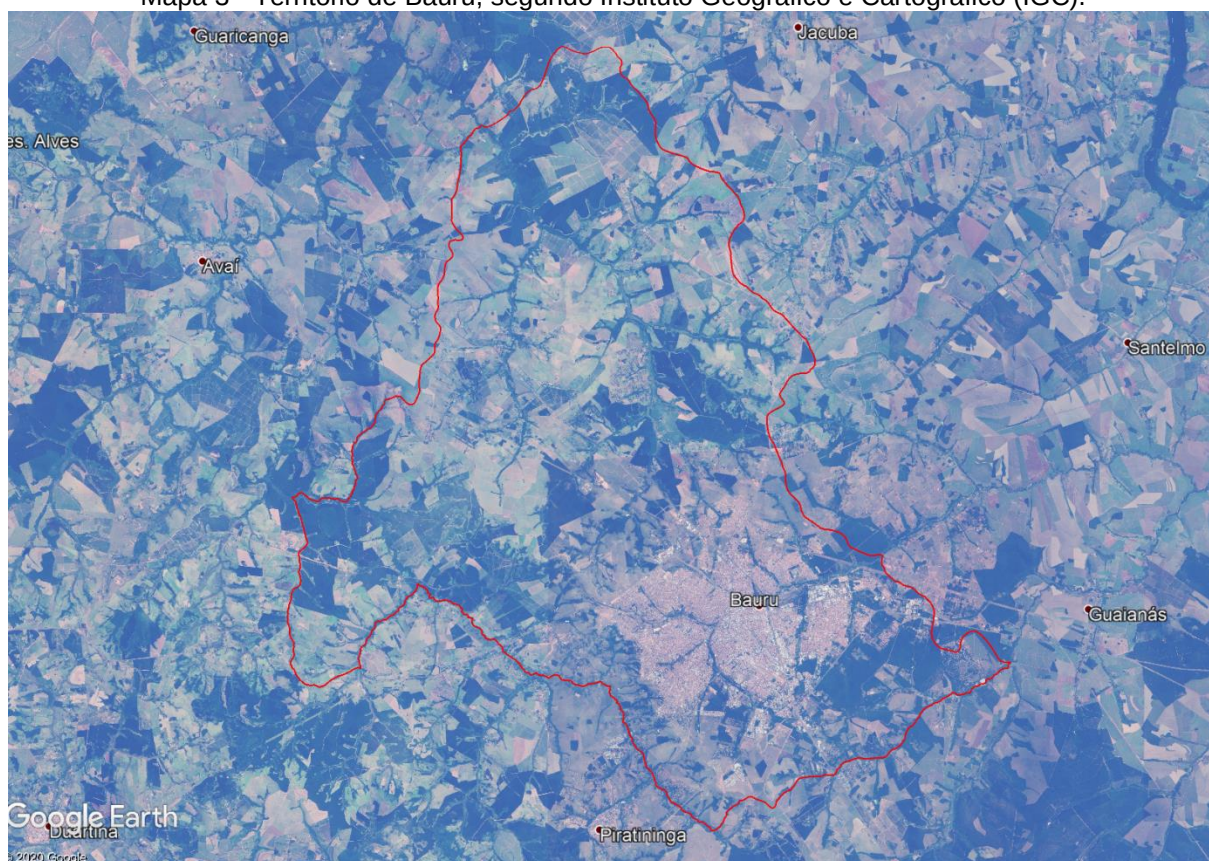
Neste tópico será apresentado informações sobre a territorialidade da cidade de Bauru, encontrada pelas coordenadas geográficas como, latitude 22°18'54” (Sul) e longitude 49°03'39” (Oeste), Mapa 2 e 3:

Mapa 2 – Localização de Bauru no estado de São Paulo.



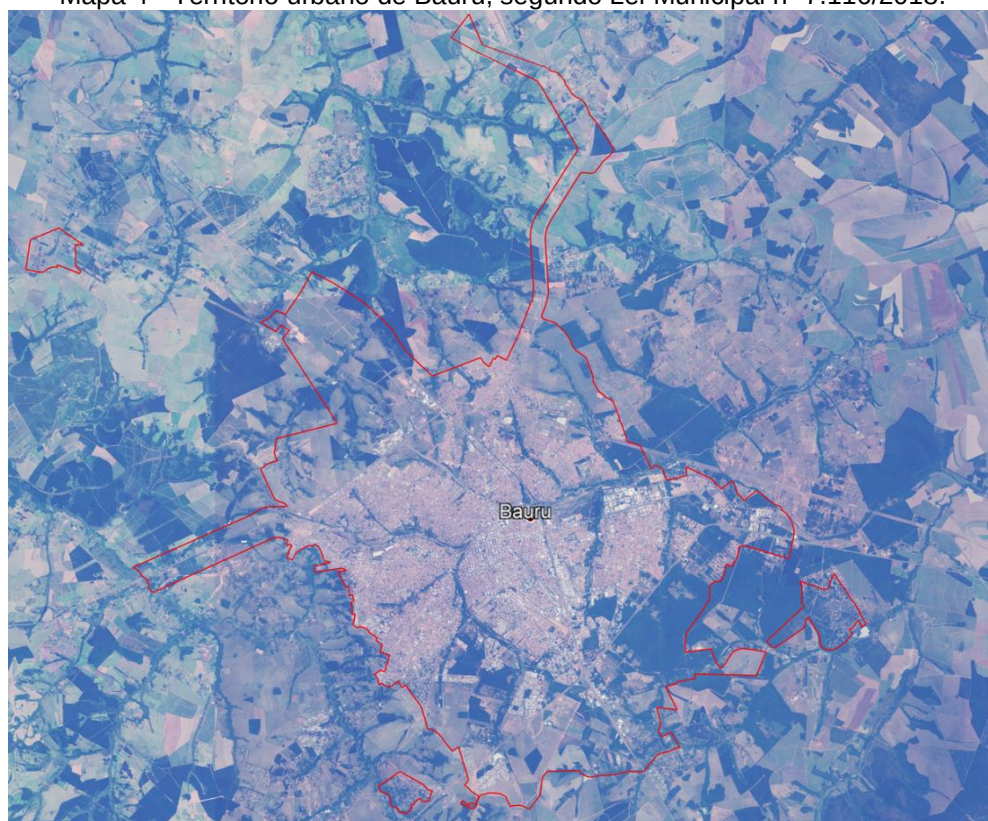
Fonte: Google Earth (2020).

Mapa 3 - Território de Bauru, segundo Instituto Geográfico e Cartográfico (IGC).



Fonte: Google Earth (2020).

Mapa 4 - Território urbano de Bauru, segundo Lei Municipal nº 7.116/2018.



Fonte: Google Earth (2020).

O mapa 3 demonstrado acima, aponta em vermelho todo o território correspondente ao Município de Bauru, segundo dados obtidos pelo Instituto Geográfico e Cartográfico (IGC). Já o mapa 4 aponta o território urbano de Bauru, segundo Lei Municipal nº 7.116 de 26 de setembro de 2018. De acordo com o IBGE (2018) e (2019) a área territorial de Bauru é de 667,684 km², com uma população estimada de 376,818 pessoas, distando 326 km da Capital do Estado de São Paulo.

“O território é uma porção do espaço geográfico que coincide com a extensão espacial da jurisdição de um governo. Podemos considerar o território como uma conexão ideal entre espaço e política. Uma vez que a distribuição territorial das várias formas de poder político se transformou profundamente ao longo da história, o território também serve como uma expressão dos relacionamentos entre tempo e política (GOTTMAN, 2012, p.523).

A política se refere ao poder do território, pois, o território é composto por pessoas em espaço, as quais trabalham e vivem, projetando sua energia no local, assim, o espaço pode ser marcado por poder (RAFFESTIN, 1980, p.144).

O poder territorial é demonstrado nessa pesquisa pela Prefeitura de Bauru, onde apresenta seus símbolos oficiais como forma de propaganda, os símbolos são: um Brasão de Armas e uma bandeira, como na figura abaixo.



Fonte: PREFEITURA DE BAURU (2020).

O Brasão foi criado em 1929, quando a bandeira e o brasão se juntaram. A coroa de torres representa a colonização portuguesa no Brasil; as estrelas são as antigas ferrovias Noroeste do Brasil, Paulista e Sorocabana; a onça é a suçuarana (espécie que vivia na região); os ramos de café simbolizam a primeira riqueza do município, a escritura "Custus Vigilat" significa "Sentinela Alerta". Já as cores: amarela é nobreza, fé e sabedoria dos colonizadores; verde é floresta e vermelho é

o sangue do povo de Bauru derramado patrioticamente (PREFEITURA DE BAURU, 2020).

O poder da Prefeitura da cidade, é imposta através de uma relação, por troca ou comunicação, ou seja, “quando na relação que se estabelece, os dois polos fazem face um ao outro ou se confrontam” (RAFFESTIN, 1980, p. 53), ou seja, quando dois grupos se ajudam.

A prefeitura auxiliou os artesãos naquele território para que consigam uma renda complementar em tempos de crise, enquanto, a prefeitura promove a lei de 2003 para a manifestação cultural, lembrando que esse ano de 2020 é realizado a eleição dos prefeitos dos municípios.

5.2 Feira de Ubá do dia 1 de Março de 2020

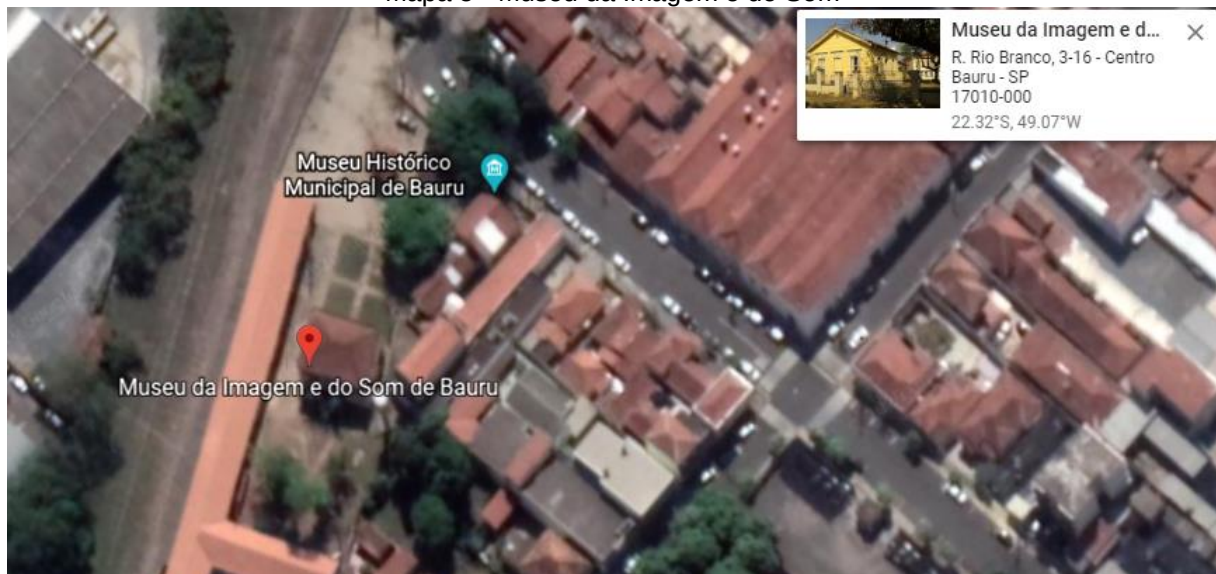
A Feira de Ubá completou 15 anos de história no mês de março de 2019 (16 em 2020), essa feira reúne artesãos para expor seus trabalhos manuais, como: “crochê, tricô, entalhe e marchetaria em madeira; bordados, pintura em tecido, madeira e cerâmica e outros” (JCNET, 2019).

Para fazer parte da Feira de Ubá como vendedor de seu trabalho, é necessário contato com a Secretaria Municipal de Cultura para obter a documentação necessária, pois, com sua aprovação será emitido uma carteira de identidade pela Subsecretaria do Trabalho Artesanal nas Comunidades (SUTACO) para a permissão da sua participação nas Feiras Artesanais do Estado de São Paulo (PREFEITURA DE BAURU, 2019).

A Feira de Ubá acontecida no dia 1 de março de 2020, teve mudança de local não justificada, o anúncio foi divulgado pela rede do Facebook, diante disso, encontrou-se apenas oito barraquinhas de artesanato e, como resultado, o fluxo de visitantes foi muito pequeno. A feira foi caracterizada como pequena pela agente cultural da Feira de Ubá, a maior feira estaria sendo ocorrida no dia 11 de março de 2020, no período noturno, no local Vitoria Regias/Bauru.

Será apresentado geograficamente os locais da Feira de Ubá no mês de março, divulgado pela agente cultural da feira. No dia 1 de março de 2020 a feira estava programada para acontecer no Museu da Imagem e do Som (Mapa 2) e teve mudança de local para a Estação Ferroviária de Bauru (Mapa 3).

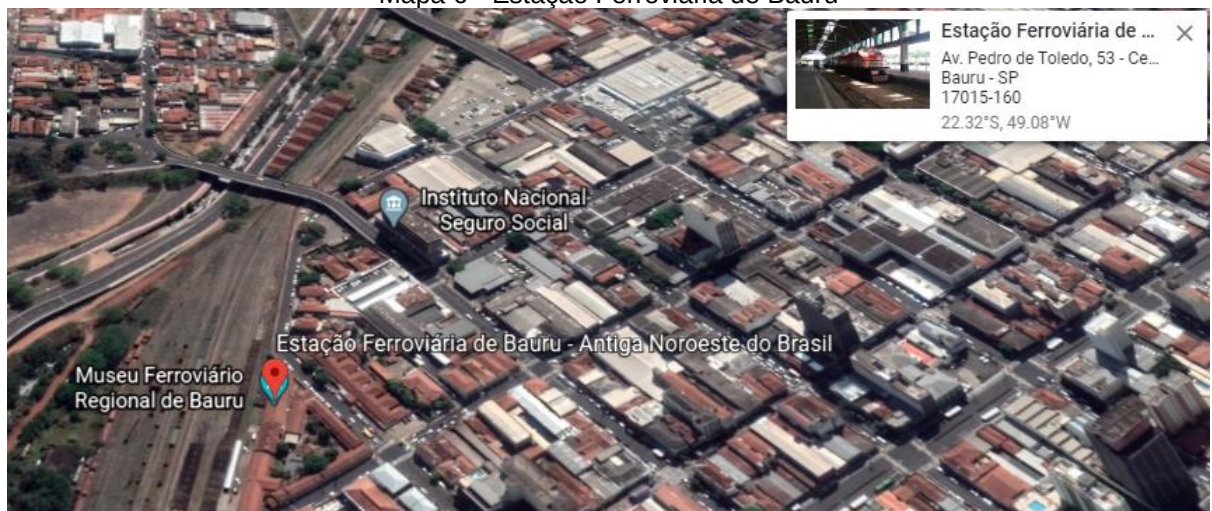
Mapa 5 - Museu da Imagem e do Som



Fonte: Google Earth (2020).

O Museu da Imagem e do Som está estabelecido no mesmo quarteirão que o Museu Histórico Municipal de Bauru, o Google Earth disponibiliza as coordenadas geográficas: 22.32°S e 49.07° W.

Mapa 6 - Estação Ferroviária de Bauru



Fonte: Google Earth (2020).

A Estação Ferroviária de Bauru conhecida como a Antiga Noroeste do Brasil mesmo local que o Museu Ferroviário Regional de Bauru, o Google Earth também disponibiliza as coordenadas geográficas: 22.32°S e 49.08°W. As fotos do local foram registradas as 11 horas da manhã, horário de Brasília, apresentando o trabalho dos artesãos e a feira de orquídeas que ocorreu em conjunto com a Feira de Ubá.

Figura 3 - Produtos artesanais



Fonte: tirada pela autora.

Na feira do dia 1 de março, foram encontradas 8 barracas de produtos artesanais, com um fluxo pequeno de público, o local onde foi realizado era um local pequeno e fechado (Figura 4).

Figura 4 - Estação Ferroviária de Bauru



Fonte: tirada pela autora.

Essa imagem mostra que a feira foi realizada de dia, no entanto, em um local fechado, escuro como nas fotos, em uma época de calor, no qual a previsão do tempo determinava 26º/19º, um tempo abafado e quente, mas com chuva (ACCUWEATHER, 2020).

Figura 5 – O trem



Fonte: tirada pela autora.

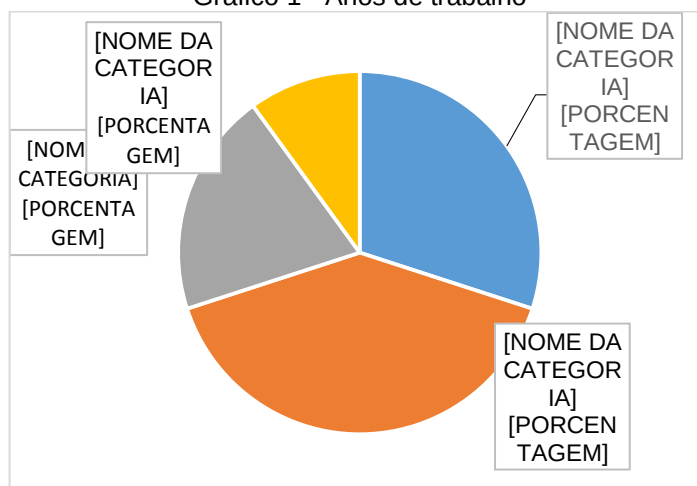
Como é possível observar na figura 5, a estação ferroviária onde aconteceu a feira, utilizam como plano de fundo um trem, no qual representa a cultura histórica sobre as ferrovias de Bauru, mesmo com essa mistura de culturas não foi o suficiente para chamar a atenção do público.

5.2.1 Testemunho dos Feirantes do dia 1 de março de 2020

Os resultados coletados pela entrevista realizada com os 10 artesãos na Feira de Ubá no dia 1 de março de 2020, com base nas respostas coletadas foi possível desenvolver gráficos para uma melhor compreensão.

Na feira do dia 1 foi possível encontrar mais artesanato em comparação a feira do dia 11, portanto, entende-se que as 4 barracas encontradas na feira do dia 11 eram as mesmas encontradas no dia 1, diante isso, a entrevista realizada na feira pequena do dia 1 será o referencial da pesquisa.

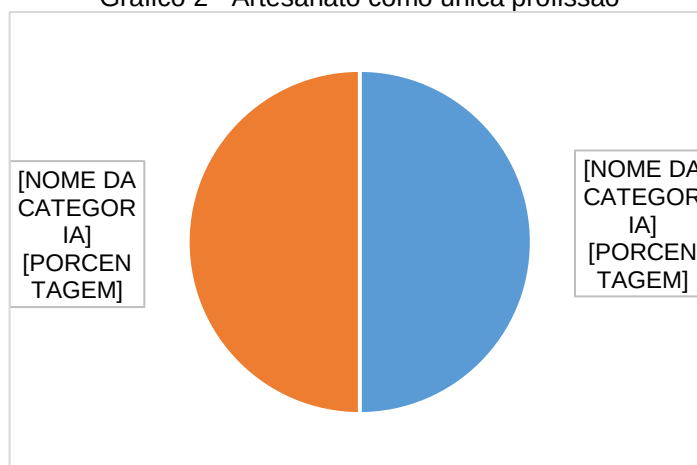
Gráfico 1 - Anos de trabalho



Fonte: Elaborado pela autora.

Neste gráfico refere-se a primeira questão da entrevista, o tempo que os artesãos exercem aquela atividade, todos apresentaram um longo período, ou seja, um longo tempo neste trabalho manual, aprimorando técnicas e habilidades, resultando em produtos de melhor qualidade e beleza.

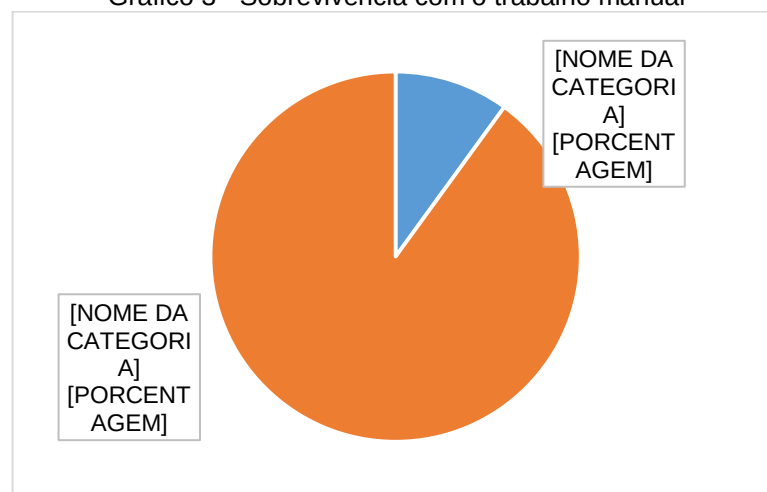
Gráfico 2 - Artesanato como única profissão



Fonte: Elaborado pela autora.

Metade dos artesãos praticam outra profissão, além do artesanato, utilizando o trabalho manual como um complemento naquela renda mensal, enquanto, a outra metade tem como única profissão, devido à crise que o Brasil enfrenta com falta de empregos para todos, o trabalho com artesanato foi a forma dessas pessoas conseguirem algum dinheiro legalmente.

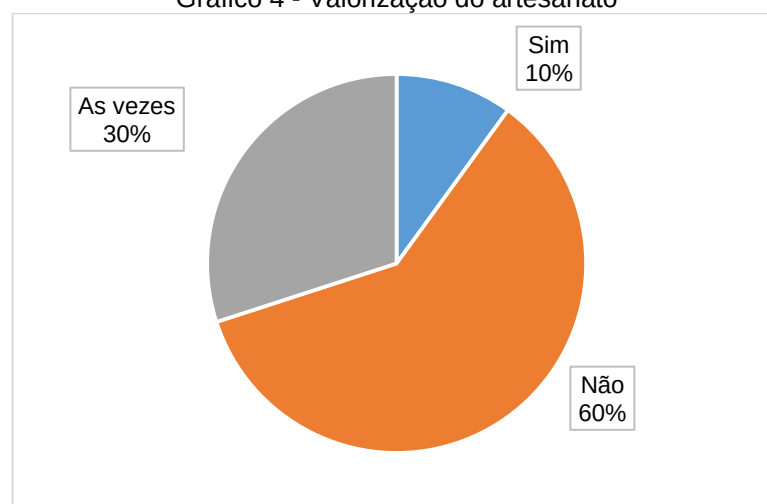
Gráfico 3 - Sobrevivência com o trabalho manual



Fonte: Elaborado pela autora.

Das 10 pessoas que trabalham nesta área, mesmo tendo outro emprego, 9 responderam que não conseguem sobreviver com a renda que o artesanato proporciona e com isso, precisam realizar outras profissões. Apenas 1 pessoa respondeu que consegue sobreviver com a renda do trabalho manual, uma mulher que trabalha a 15 anos com o artesanato, como sua única profissão.

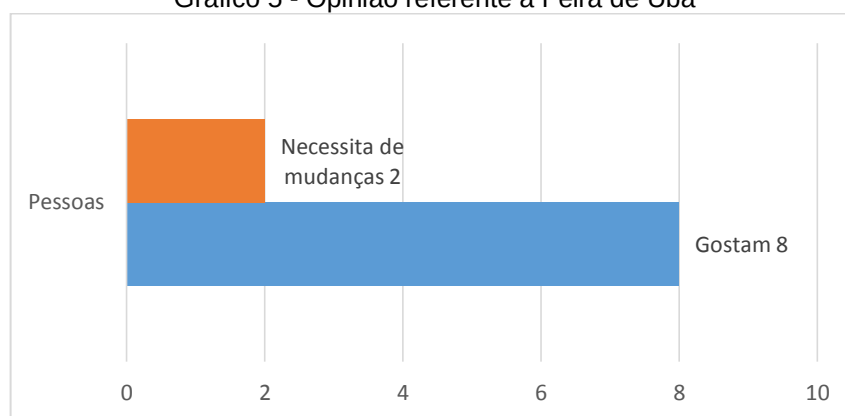
Gráfico 4 - Valorização do artesanato



Fonte: Elaborado pela autora.

A falta de valorização no trabalho manual também é vista pelos artesãos, apenas 1 das pessoas acham que seu trabalho é valorizado, no entanto, os outros artesãos acham que o trabalho manual não é valorizado por todas as pessoas. Essa valorização, já descrita como um preconceito de classe camuflado, pois, as pessoas vinculam aqueles artefatos com pobreza.

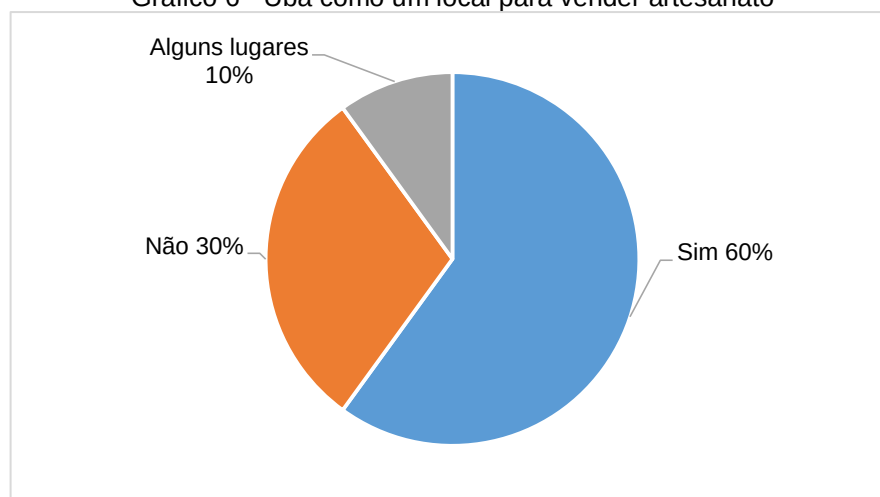
Gráfico 5 - Opinião referente a Feira de Ubá



Fonte: Elaborado pela autora.

A respeito da Feira de Ubá, a maioria dos artesãos gostam da forma como a feira funciona, ao mesmo tempo que duas pessoas – uma sendo a coordenadora e vendedora da Feira de Ubá –, acreditam que a feira precisa de mais atrações e divulgação para atrair mais público, assim, valorizando seus trabalhos.

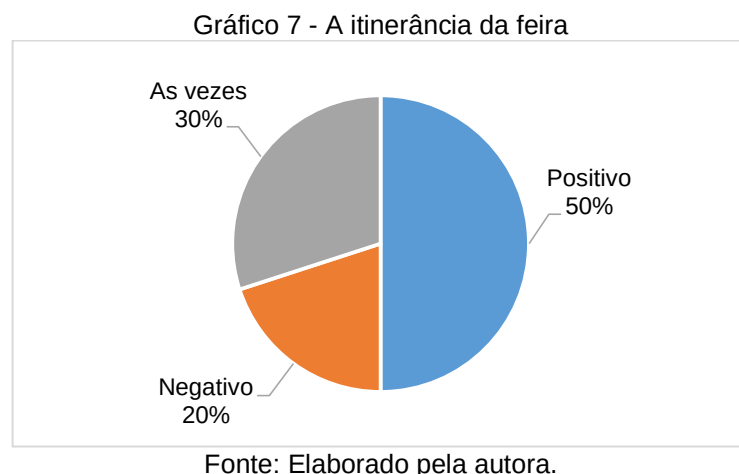
Gráfico 6 - Ubá como um local para vender artesanato



Fonte: Elaborado pela autora.

As pessoas que responderam “Não” e “Alguns lugares” referem-se mudanças que a feira precisa, como divulgação, atrações e um local próprio, pois, as mudanças constantes de locais prejudicam a venda, a falta de divulgação não informa o público sobre os locais de acontecimentos.

A respeito da feira como prejudicial para o comércio, todas as 10 respostas foram “Não”, uma pessoa deu enfoque dizendo que não há divulgação o suficiente para ter um grande número de público, ao ponto de prejudicar o comércio local.



Metade dos artesãos acham que a mudança constante de local é algo positivo para a feira, pois, atinge um grande número de público diferente, no entanto, não é esse resultado que a feira está conseguindo, não há divulgação suficiente. Portanto, 6 dos artesãos que responderam acreditam que a feira estabelecida em um local fixo teria mais sucesso em suas vendas, os 4 artesãos restantes, acham que há uma probabilidade de as vendas alavancar em um lugar fixo.

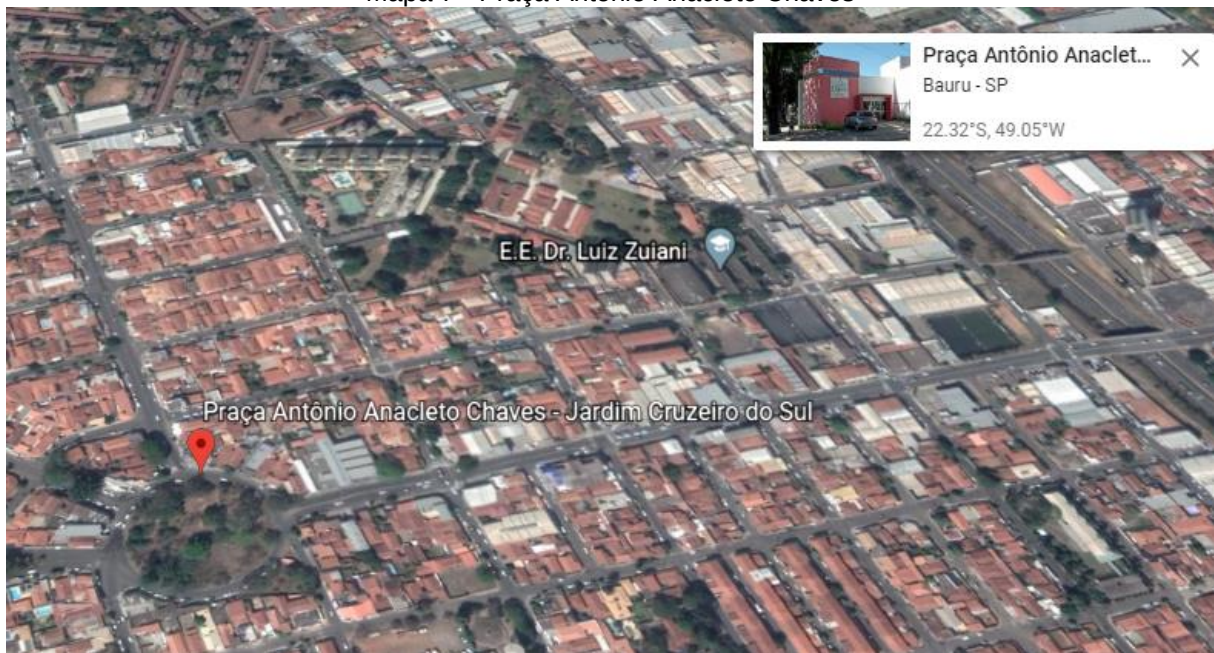
5.3 Outros locais da Feira no mês de Março

Na tabela 4, o calendário da Feira de Ubá, foram apresentados pela agente cultural dados sobre os próximos acontecimentos da feira nos dias 7 e 11 de março de 2020, sendo na Praça Antônio Anacleto Chaves (Mapa 4) e Parque Vitória Régia (Mapa 5).

É importante apresentar os território que a feira realizou no mês de março, pois, possibilita compreender os locais, pois, “a partir dos lugares em que estabelecemos nossos mundos comuns, que podemos elaborar delimitações entre este mundo e o dos outros que pertencem a um espaço mais amplo de interações” (TURRA NETO, 2013, p.13), ou seja, diferentes lugares onde é exposta a feira possibilita que as pessoas conheçam esses locais e permite que haja mais interação entre as pessoas de Bauru, assim, esses lugares são um espaço de interação.

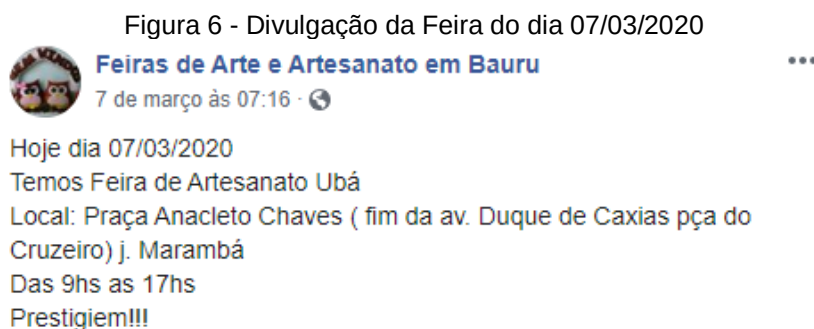
Diante disso, será apresentado por meio do Google Earth as localidades geográficas (ponto vermelho) dos outros dois dias que a feira realizou, são elas:

Mapa 7 - Praça Antônio Anacleto Chaves



Fonte: Google Earth (2020).

A praça (apontada pelo ponto vermelho), localizada por 22.32°S e 49.05°W, é conhecida como um ponto que permite caminho para diferentes vias, como: Rua Manoel Domingos de Oliveira; Rua Joaquim Lopes Abelha; Rua Luis Bassoto; Avenida Pedro Bertoline; Avenida Orlando Ranieri; Avenida Duque de Caxias. A divulgação na feira foi realizada por meio do Facebook (Figura 6):



Fonte: Facebook da Feiras de Artes e Artesanatos de Bauru (2020).

A divulgação feita pelo Facebook da Feira de Ubá indica a rota para encontrar a feira, final da Avenida Duque de Caxias, a avenida é a mais conhecida na cidade de Bauru, no bairro Jardim Marambá. Nesta feira, aconteceu em maior tempo, em comparação a feira que foi realizado a entrevista, ambas são caracterizadas como pequenos, ou seja, com algumas barraquinhas de artesãos, em média 8 barraquinhas como aconteceu no dia 1 de março de 2020.

A feira que ocorreu no dia 11 de março de 2020, localizada no Parque Vitoria Régia (22.33°S e 49.06°W), foi caracterizada como a grande feira de Bauru, pois, estará acontecendo junto com outra feira, a Sustentável.

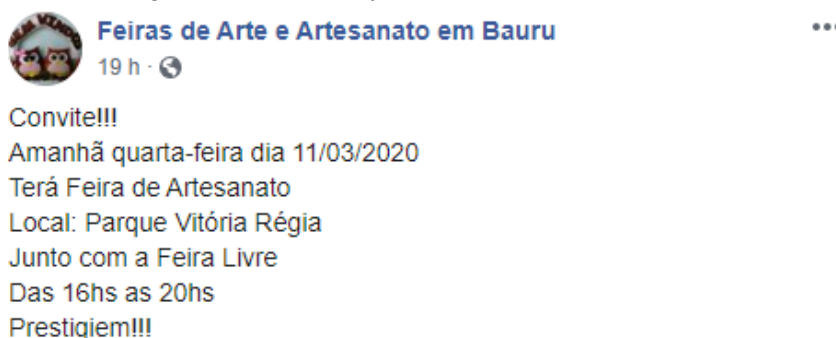
Mapa 8 - Parque Vitória Régia



Fonte: Google Earth (2020).

O Parque Vitoria Régia é demonstrado no mapa como uma grande área, com lagos e arvores, encontrada na Avenida Nações Unidas 25-25 - Jardim Brasil/Bauru, a avenida é conhecida como a principal de Bauru, no qual é possível encontrar a rodoviária, Habbib's, etc. A divulgação para essa feira também aconteceu por meio do Facebook, na Figura 7:

Figura 7 - Chamada para a Feira do dia 11/03/2020



Fonte: Facebook da Feiras de Artes e Artesanatos de Bauru (2020).

“As redes sociais, especialmente o *Facebook*, ajudam a compor todo um universo interativo em que se projetam desejos, sociabilidades e táticas espaciais

para o encontro e a festa” (TURRA NETO, 2013, p.14), esses dados demonstraram que a divulgação, chamado ou anúncio da Feira de Ubá é realizada inteiramente pela rede social Facebook, são poucas as vezes que algum site de notícia divulga o acontecimento, mesmo sendo uma divulgação digital e pelo Facebook, ainda é pouco as informações encontradas sobre a feira.

A Feira de Ubá em diferentes lugares como acontece, permite que as pessoas circulem em espaços públicos constantemente, assim, podendo *“territorializar em combinação com os outros, de modo que território envolve uma experiência coletiva de situar-se no espaço urbano”* (TURRA NETO, 2013, p.11), ou seja, a territorialização é referente a materialidade daquele espaço, onde ocorre uma organização social, como a feira que propõe ao público materialidade em diferentes espaços urbanos e públicos, possibilitando a troca de experiência coletiva a respeito da feira.

5.3.1 Feira de Ubá do dia 11 de Março de 2020

A Feira de Ubá no dia 11 de março de 2020 apresentou uma maior organização, foram encontradas 47 barraquinhas, dentre elas há a venda de produtos orgânicos, industrializados e apenas, 4 barracas com produtos artesanais.

Figura 8 - Estabelecimento realizado



Fonte: tirada pela autora.

A feira foi realizada dentre 16 as 20 horas, horário de Brasília, nesta figura 8 é possível observar um espaço grande e aberto ao ar livre para o acontecimento da feira e, um palco ao fundo da foto (Figura 9):

Figura 9 - O palco



Fonte: tirada pela autora.

O palco teve auxílio da prefeitura da cidade (figura 10), no qual disponibilizou recursos para que acontecesse um show durante feira, no intuito de atrair o público para a feira, essa feira teve atrações como os artesãos pediam na entrevista.

Figura 10 – Brasão



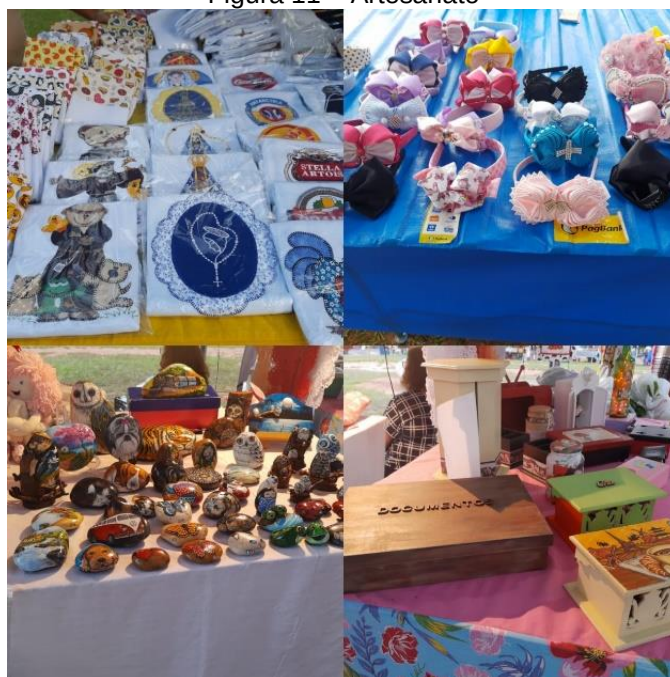
Fonte: tirada pela autora.

Nesta imagem é possível observar o brasão da cidade estampado no palco, como já explicado (Tópico 5.1), o Brasão representa a cidade de Bauru, portanto, esse símbolo demonstra que a prefeitura auxilia no acontecimento do show, diante disso, a prefeitura estampa seu símbolo no propósito de fazer sua propaganda, demonstrando seu poder pelo território de Bauru.

A prefeitura estava auxiliando a feira para que conseguissem um maior público e obteve como resultado um grande fluxo de pessoas, exibindo para a população de Bauru que o prefeito auxiliou no acontecimento da feira.

No entanto, mesmo com a ajuda da prefeitura, a parte artesanal dessa grande feira, foi possível registrar apenas 4 barracas artesanais, como demonstrado nas fotos a seguir:

Figura 11 – Artesanato



Fonte: tirada pela autora.

A imagem demonstra os produtos que as 4 barraquinhas de artesanato vendiam na Feira de Ubá, foram guardanapos costurados a mãos; lacinho de cabelo; esculturas e caixas de madeiras e tapes costurados a mão. Mesmo com as atrações que os artesãos disseram que a feira precisava para atrair mais público, não foi encontrado barraquinhas de artesanato suficiente neste local.

Perante isso, a pequena e a grande feira, ocorrida nos dias 1 e 11 de março, demonstraram uma diferença de público e a valorização do trabalho manual ainda é considerado mínimo, pois, no dia 1 com 8 barracas de artesanato e sem atrações, continha um fluxo pequeno de mais ou menos 10 pessoas, enquanto no dia 11 com 4 barracas de artesanato e direito a show livre, era possível observar um fluxo grande e contínuo de pessoas no local, no entanto, o foco desse público era as barracas de produtos industrializados, assim, o número de público nos produtos de artesanato eram quase pouquíssimo.

5.4 Testemunho dos Organizadores

Em uma pesquisa com os organizadores da Feira de Ubá, foram três organizadores que participaram da entrevista, sendo um coordenador e duas agentes culturais, através deles que a Feira de Ubá é realizada.

A respeito da opinião dos organizadores sobre o trabalho dos artesãos na Feira de Ubá, os três responderam que os artesãos levam o trabalho deles como uma profissão, uma forma de completar ou como única renda mensal, levando a feira como um compromisso, pois, é o meio de divulgar o trabalho deles, nesta perspectiva, eles são unidos e envolvidos com os acontecimentos da feira, mas há sempre a possibilidade de alguém desistir.

Em relação à renda mensal dos artesãos, os organizadores concordam que alguns conseguem uma renda significativa, enquanto, o resto das pessoas utiliza a profissão para complementar a renda, eles apontam que há dificuldade na valorização do artesanato e por isso, há um empecilho para conseguir uma renda significativa. E recomendam que os expositores sempre mantenham inovando suas obras para conseguir chamar atenção de um maior público e assim, conseguir uma renda significativa.

Referente à itinerância da feira, o coordenador acredita que um local determinado facilitaria a comercialização, pois, o público sempre encontraria a feira naquele local, no entanto, a mudança faz com que pulverize a cultura do artesanato. Enquanto, as agentes da cultural responderam que a mobilidade não dificulta a localização da mesma por parte do público.

As agentes culturais concordam com Turra Neto, a respeito de diferentes lugares que a feira seja realizada atrairá um diferente público, contribuindo para um espaço de interações.

Eles responderam que toda a mobilidade da feira é registrada em um relatório constantemente, o coordenador cita os locais que mais interessa para a venda, são: a Praça Anacleto Chaves (Jardim Marambá), o Pátio do museu da imagem e do som (Centro), a Praça Rui Barbosa (Centro), o Parque Vitória Régia (região da entrada da cidade) e a Praça Mestre Bimba (Jardim Contorno). As agentes culturais explicam que o local depende do mês, da situação econômica do momento e, principalmente, dos produtos oferecidos.

Na comparação dessas respostas e a entrevista dos artesãos, é possível visualizar uma diferença na questão de renda, 90% dos artesãos falaram que não tem como sobreviver com a renda das vendas na feira. Em ambas partes foi identificado que há uma falta de valorização com o trabalho manual, além da

concordância entre o coordenador e os artesãos sobre determinar um local fixo para a Feira de Ubá.

As respostas dos organizadores demonstram que a Secretaria Cultural da Prefeitura de Bauru estabelece organizações sobre os acontecimentos da Feira de Ubá, para determinar os possíveis locais que será realizado, demonstra que o cadastro dos artesãos na SUTACO mantém um controle sobre o artesanato da feira. Uma das agentes cultural explica que o cadastro da SUTACO realiza uma avaliação com os artesãos, conseguindo informações como: o artesanato como um complemento da renda; reclamações sobre as dificuldades na valorização do artesanato; a falta de valorização não consegue uma renda significativa e a SUTACO incentiva a criatividade por parte dos artesãos para que não haja cópia de outros Artesanatos.

Entende-se que as prefeituras mantêm um controle sobre o uso do território de Bauru para os acontecimentos da feira, além de estabelecer contato com os artesãos para determinar possíveis rendimentos, reclamações e produtos para a venda.

6 CONCLUSÕES

O estudo busca responder a pergunta principal a respeito da Feira de Ubá, se o fluxo de pessoas nas feiras prejudica o comércio local, os artesãos e a demonstração do fluxo de público nestes dois dias de feira, demonstra que a feira não apresenta perigo, devido à falta de valorização das pessoas com o trabalho manual e a itinerância.

A respeito da itinerância, a organização da feira disse que os artesãos pretendem se reunir para estabelecer um local fixo da Feira de Ubá, pois, acreditam que as mudanças de locais prejudicam a venda, devido ao público não saber o local que será realizado, devido à falta de divulgação.

Os locais que ocorreram os três dias (1, 7 e 11 de março de 2020) estipulados pela agente cultural, valoriza o ambiente e o trabalho exposto e, principalmente, apresenta espaços em pontos da cidade de Bauru, os quais constituem em uma territorialização da cultura artesanal naquela cidade.

Essa mudança de local constantemente para a realização da Feira de Ubá não é vista pelos artesãos com bons olhos, pois, a divulgação seria a forma de chamar a atenção da população e esses diferentes espaços permitiriam uma maior interação entre a cultura-sociedade.

A divulgação do acontecimento da feira nos dias 1, 7 e 11 de março, além do anúncio de mudança de local, são realizadas por meio do Facebook no dia da feira, resultando em menor público, pois, não é todos que entram no Facebook constantemente, diante disso, demonstra que essa forma de divulgação é insuficiente para atrair o público local e regional.

Nesta pesquisa, foi difícil encontrar informações sobre a Feira de Ubá na internet, demonstrando que a organização precisa de uma estratégia de divulgação da feira e suas mudanças. Os artesãos explicam na entrevista que uma melhor divulgação e atração pode auxiliar em um maior público, mas no dia 11 foi possível entender que mesmo com atrações os produtos artesanais não têm valorização adequada pelo público.

A ideia é aumentar a divulgação dos acontecimentos da feira, a estratégia que poderia ser aplicada é anunciar semanas antes o cronograma do mês da Feira de Ubá, colocar anúncios em avenidas principais sobre os possíveis acontecimentos

próximos e/ou anunciar pela rede social Facebook com mais frequência, por exemplo em grupos da cidade e no *feed* da página.

A respeito da Geografia, com base nos estudos de Turra Neto, entende-se que a Feira de Ubá propõe um espaço de materialidade para as interações sociais entre diferentes pessoas que habitam em Bauru, os quais praticam e negociam como trabalhadores manuais. Nesta perspectiva, o espaço que ocorre a prática da cultura e ação social, permite que as pessoas sociais se territorializam neste espaço, sendo histórico, cultural e social.

A respeito dos autores Santos, Silveira, Raffestin, Gottman, Haesbaerth e Souza, acredita-se que o território de Bauru ocupado pela Feira de Ubá representa a inclusão cultural para as pessoas, além da demonstração de poder dos artesões sobre a divulgação de seus produtos naqueles locais e realização da construção desses produtos com matéria-prima disponibilizada pelo território.

Outro aspecto do poder no território destacado no trabalho é a representação do símbolo da Prefeitura de Bauru e sua influência na localização e organização da feira no dia 11 de março, caracterizada como maior feira, mas com apenas quatro barracas de artesanato, a prefeitura auxiliou esses vendedores com banda ao vivo para atrair o público, mas exibindo que aquele acontecimento só ocorreu por causa do servidor público, usando assim, a feira para seu projeto de marketing político.

REFERÊNCIAS

- ACCUWEATHER. **Bauru, São Paulo**. 2020. Disponível em: <<https://www.accuweather.com/pt/br/bauru/36366/march-weather/36366>> Acesso em: 11 março 2020.
- ALVARENGA, Luciana. COSTA, Samira Lima. **Produção artesanal: documentação e divulgação audiovisual como tecnologias de valorização sociocultural**. Cad. Ter. Ocup. UFSCar, São Carlos, v. 24, n. 1, p. 155-162, 2016. Disponível em: <<http://www.cadernosdeterapiaocupacional.ufscar.br/index.php/cadernos/article/view/1294/695>> Acesso em: 02 março 2020.
- ALVEZ LUIS, Sandra C. FIGUEIRA, Luís Mota. **Artesanato e Turismo: Artesanato, valorização e desenvolvimento**. Revista Turismo & Desenvolvimento, n.27/28, 2017. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/d5ff/9b58305a25621312f0ce32dff6f64eabc2f4.pdf>> Acesso em: 03 março 2020.
- ARAUJO, Mayra Terra Maluf. CIPINIUK, Alberto. **Design, artesanato e arte: algumas considerações sobre suas interseções e distinções**. Revista Scientiarum Historia, 2019. Disponível em: <<http://teste.portalassistiva.com.br/revistas/index.php/RevistaSH/article/view/34/32>> Acesso em: 26 fev 2020.
- AZEVEDO, Débora Mara Correa. **Confiança e comprometimento nos relacionamentos Inter organizacionais para formação de valor: o caso do arranjo produtivo local (APL) de confecção e artesãos de algodão colorido da Paraíba**. Dissertação de Mestrado obtenção do título de Mestre em Agronegócios, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/184852/001078276.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 27 fev 2020.
- BACCARINI, Marcelo. **Mercado de artesanato movimenta R\$ 50 bilhões por ano no Brasil**. 2018. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2018/03/mercado-de-artesanato-movimenta-r-50-bilhoes-por-ano-no-brasil.html>> Acesso em: 22 fev 2020.
- BANCO DO NORDESTE DO BRASIL. **Ações para o desenvolvimento do Artesanato do Nordeste**. 2002. In: LEAL, Marijara de Lourdes. SALDANHA, Maria Christin e Werba. *Inovação na produção artesanal: análise de intervenções de design no artesanato potiguar – Brasil*. Revista Brasileira de Ergonomia, vol.12, n.2, 2017. Disponível em: <<http://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/739>> Acesso em: 26 fev 2020.
- BAURU. Câmara Municipal. Lei Municipal nº 7.116, de 26 de setembro de 2018. Define o perímetro urbano do Município de Bauru e dá outras providências. **Diário Oficial de Bauru**, Bauru, 29 set. 2018.

BELAS, Carla Arouca. **Indicações Geográficas e salvaguarda do patrimônio cultural: artesanato de capim dourado Jalapão-Brasil**. 2012. 266 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <http://institucional.ufrj.br/portalcpsda/files/2018/08/2012.tese_.Carla-Arouca-Belas.pdf> Acesso em: 26 fev 2020.

BELAS, Carla Arouca; WILKINSON, John. **Indicações geográficas e a valorização comercial do artesanato em Capim-dourado no Jalapão**. Sustentabilidade em Debate, v. 5, n. 3, p. 56-78, 2014. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/sust/article/download/15649/13973>> Acesso em: 27 fev 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas**. 3ª ed. Brasília, 2010. 96p. In: GOMES, Lais Mello. *Brasília representada no artesanato e sua relação com o turismo*. Brasília, 2017. Disponível em: <http://www.bdm.unb.br/bitstream/10483/18972/1/2017_LaisMelloGomes_tcc.pdf> Acesso em: 03 março 2020.

BORGES, A. **Design + Artesanato – O caminho brasileiro**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

CANCLINI, Néstor G. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Trad. Ana Regina Lessa e Heloísa P. Cintrão. São Paulo: Edusp, 2008. In: MACHADO, Juliana Porto. *O conceito de artesanato: Uma produção manual*. Revista de Ciências Humanas e Sociais, vol.2, n.2, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/Missoes/article/download/1035/215/>> Acesso em: 26 fev 2020.

CASCUDO, L. C. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. São Paulo: Global, 2002. In: LEAL, Marijara de Lourdes. SALDANHA, Maria Christin e Werba. *Inovação na produção artesanal: análise de intervenções de design no artesanato potiguar – Brasil*. Revista Brasileira de Ergonomia, vol.12, n.2, 2017. Disponível em: <<http://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/739>> Acesso em: 26 fev 2020.

COVELO, Natalia. MATEOS, Cristina. **Mercado De Artesanías En El Uruguay**. Monografia. Facultad de la Republica, 2010. In: MACHADO, Juliana Porto. *O conceito de artesanato: Uma produção manual*. Revista de Ciências Humanas e Sociais, vol.2, n.2, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/Missoes/article/download/1035/215/>> Acesso em: 26 fev 2020.

FABRIS, J.; MACHADO, G. J. C.; GOMES, I. M. de A. **Evolução da proteção dos produtos tradicionais**. Revista GEINTEC - Gestão, Inovação e Tecnologias, [S.l.], v. 2, n. 4, p. 387-395, out. 2012. ISSN 2237-0722. Disponível em: <<http://www.revistageintec.net/index.php/revista/article/view/72/137>> Acesso em: 27 fev 2020.

FEIRAS DE ARTE E ARTESANATO DE BAURU. Facebook. 2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/UBAartesanato/?__tn__=%2Cd%2CP-R&eid=ARAZmAMsVxe3sdWm1utRn3McdzR0UgcBTxNslAyyvKS-GyYj-9RE8WqqDXc4BXjJMwO9lmf-fQa0h3Le> Acesso em: 02 março 2020.

FEIRAS DE ARTE E ARTESANATO DE BAURU. Facebook, 2020. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pg/UBAartesanato/posts/>> Acesso em: 02 março 2020.

FERREIRA, Jéssica Patrícia Miranda. SOUSA, Bruno. GONÇALVES, Francisco. **O marketing experiencial como determinante na tomada de decisão do consumidor do turismo criativo: artesanato de Barcelos.** Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Gestão do turismo, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, Janeiro, 2018. Disponível em: <http://ciencipca.ipca.pt/bitstream/11110/1521/1/CD-Tese%20Final_Jessica%20Ferreira.pdf> Acesso em: 03 março 2020.

GOOGLE EARTH. **Avenida Nações Unidas 25-25 - Jardim Brasil.** 2020. Disponível em: <<https://earth.google.com/web/@-22.33282405,-49.05734843,555.99874022a,967.92046855d,35y,117.63669446h,44.99999621t,360r/data=ClkaVxJRCiUweDk0YmY2Nzc0NDE5ZTZjNDU6MHhhYmVjOWYyNGQyNWQ3OTI4GUN2OYDZVDbAlasAhLRrh0jAKhZQYXJxdWUgVml0w7NyaWEgUsOpZ2lhGAEGaQ>> Acesso em: 11 março 2020.

GOOGLE EARTH. **Bauru, SP, Brasil.** 2020. Disponível em: <<https://earth.google.com/web/@-22.28785735,-49.0905487,566.39083658a,43020.46396814d,35y,0h,0t,0r/data=CkgaRhJACiUweDk0YmY2ODIjMGRkYWeyMjE6MHgyNTFjMzY4ZjZmYTEzNGEwGdDukGKAUDbAlb13L1KDh0jAKgVCYXVydRgCIAE>> Acesso em: 09 março 2020.

GOOGLE EARTH. **Estação Ferroviária de Bauru - Antiga Noroeste do Brasil.** 2020. Disponível em: <<https://earth.google.com/web/@-22.32140355,-49.07777525,508.56492495a,999.33983682d,35y,41.92548187h,45.00019553t,360r/data=Cn4afBJ2CiUweDk0YmY2N2IyNjZjZjc0ZmY6MHhiMTg4ZGM2NDk1NzY0ZTk5GTqZEw-DUjbAIUK-On3ziUjAKjtFc3Rhw6fDo28gRmVycm92acOhcmhlhGRlIEJhdXJ1IC0gQW50aWdhIE5vcml0c3RlIGRvIEJyYXNpbGpBIAE>> Acesso em: 11 março 2020.

GOOGLE EARTH. **Museu da Imagem e do Som.** 2020. Disponível em: <<https://earth.google.com/web/@-22.3184158,-49.0738383,509.48075021a,968.61608643d,35y,0h,45t,0r/data=CmQaYhJcCiUweDk0YmY2N2IwZDZhYmZlZWQ6MHhjYzdiYTNIODI1NWVjNzdiGZmHp7KDUTbAlZvYjYhziUjAKiFNdXNldSBkYSBjbWFnZW0gZSBkbyBTb20gZGUgQmF1cnUYAiABKAI>> Acesso em: 11 março 2020.

GOOGLE EARTH. **Praça Antônio Anacleto Chaves.** 2020. Disponível em: <<https://earth.google.com/web/@-22.3247067,-49.0454605,573.3949955a,968.56823609d,35y,-173.55028443h,45t,0r/data=CnsaeRJzCiUweDk0YmY2NzdmNWVjZmQ4MjE6MHgxMTThhY2U2N2I1YWE4NTFkGcZKcfofUzbAIUBhUKbRhUjAKjhQcmHDp2EgQW50w7>>

RuaW8gQW5hY2xldG8gQ2hhdmVzIC0gSmFyZGltlENydXplaXJvIGRvIFN1bBgBIAE
> Acesso em: 11 março 2020.

GOTTMAN, Jean. **A evolução do conceito de território**. Boletim Campineiro de Geografia, v. 2, n. 3, 2012. Disponível em:
<http://agbcampinas.com.br/bcg/index.php/boletim-campineiro/article/download/86/2012v2n3_Gottmann/> Acesso em: 17 março 2020.

GLOBO G1. **Sem oportunidade, bióloga aposta no artesanato e garante renda fixa; veja dicas para entrar no mercado**. 2017. Disponível em:
<<https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/concursos-e-emprego/noticia/sem-oportunidade-biologa-aposta-no-artesanato-e-garante-renda-fixa-veja-dicas-para-entrar-no-mercado.ghtml>> Acesso em: 22 fev 2020.

HAESBAERTH, Rogerio. **Viver no limite: Território e multi/transterritorialidade em tempos de in-segurança e contenção**. 1 ed. 2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados**. 2018 e 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/bauru.html>> Acesso em: 09 março 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA. IBGE. Mapa de Indicações Geográficas 2019. Disponível em:
<http://geoftp.ibge.gov.br/cartas_e_mapas/mapas_do_brasil/sociedade_e_economia/indicacoes_geograficas_2019_20190919.pdf> Acesso em: 27 fev 2020.

JCNET. **Feira Ubá: quinze anos incentivando a cultura artesanal**. 2019. Disponível em: <<https://www.jcnet.com.br/noticias/geral/2019/03/544788-feira-uba--quinze-anos-incentivando-a-cultura-artesanal.html>> Acesso em: 11 março 2020.

JESSOP, Bob. BRENNER, Niel. JONES, Martin. **Teorizando as relações socioespaciais**. GEOgraphia, vol19, n.41, 2017: set./dez. Disponível em:
<<https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13814/9015>> Acesso em: 19 março 2020.

KRUCKEN, Lia. MOL, Andre. LUZ, Daniela (Org). **Territórios criativos: design para a valorização da cultura gastronômica e artesanal**. Belo Horizonte: Editora Atafona, 2017. Disponível em:
<https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/55290768/Territorios_Criativo_s_design_livro_completo_2017.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTerritorio_gastronomia_design_uma_introd.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20200303%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20200303T220650Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=8cd9eb9316892db7f6e19c1a1ad5e969d8198827294cc4cd4d2fdc92b6a5045a#page=29> Acesso em: 03 março 2020.

LEAL, P.Q.P. SILVA, M.P.S. FRANCELINO, F.M.A. MANHAES, C.M.C. SANTOS, A.S. BUENO, J.A.R. **Artesanato com capim dourado: estratégias de divulgação**

dos produtos e geração de renda. 10ª Jornada de Iniciação Científica e Extensão, Instituto Federal do Tocantins, 2019. Disponível em: <<http://propi.ifto.edu.br/ocs/index.php/jice/10jice/paper/viewFile/9979/4500>> Acesso em: 27 fev 2020.

LIMA, Ricardo. **Artesanato em Debate.** Revista Pós Ciências Sociais, v. 8, n. 15, 2011. In: MELLO, Carolina Iuva. FROEHLICH, José Marcos. *Artesanato tradicional rural e desenvolvimento territorial no Brasil: uma análise do estado da arte.* Revista Antropolítica, n. 39, Niterói, p.150-182, 2. sem. 2015. Disponível em: <<http://www.revistas.uff.br/index.php/antropolitica/article/view/222/pdf>> Acesso em: 26 fev 2020.

MACHADO, Juliana Porto. **O conceito de artesanato: Uma produção manual.** Revista de Ciencias Humanas e Sociais, vol.2, n.2, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/Missoes/article/download/1035/215/>> Acesso em: 26 fev 2020.

MARTIN, Alicia. **Gestão e agências da cultura e o patrimônio no MERCOSUL.** 2011. In: MACHADO, Juliana Porto. *O conceito de artesanato: Uma produção manual.* Revista de Ciencias Humanas e Sociais, vol.2, n.2, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/Missoes/article/download/1035/215/>> Acesso em: 26 fev 2020.

MENDONÇA, Maria Luiza Martins. JORDÃO, Janaína Vieira de Paula. **Nojo de pobre: representações do popular e preconceito de classe.** Contemporânea (Título não-corrente), v.12, n.1, 2014. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/10094/9648>> Acesso em: 03 março 2020.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. G. A. **A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região.** Revista GEINTEC, São Cristóvão, SE, v. 2, n. 4, p. 378-386, 2012. In: BIANCHINI, Ilka Maria Escalante. RUSSO, Suzana leitão. *Propriedade intelectual e desenvolvimento regional: artesanato com indicação geográfica no Brasil.* REVISTA INGI (2019) Vol.3, n.2, p.333-347. Disponível em: <<http://ingi.api.org.br/index.php/INGI/article/view/46/49>> Acesso em: 27 fev 2020.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIENCIA E A CULTURA (UNESCO). **Simpósio Internacional/CCI de 1997.** In: BORGES, A. *Design + Artesanato – O caminho brasileiro.* São Paulo:Terceiro Nome, 2011.

PEREIRA, Neli. **Brasileiro acha que artesanato é coisa de pobre, diz Ronaldo Fraga.** 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-43887667>> Acesso em: 02 março 2020.

PINTO, J. C.; PAIXÃO, A. E. **A. Indicação Geográfica: um estudo sobre seus aspectos legais no Brasil.** Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação, v. 2, n. 2, p. 71-79, 2018. In: BIANCHINI, Ilka Maria Escalante. RUSSO, Suzana leitão. *Propriedade intelectual e desenvolvimento regional: artesanato com indicação*

geográfica no Brasil. REVISTA INGI (2019) Vol.3, n.2, p.333-347. Disponível em: <<http://ingi.api.org.br/index.php/INGI/article/view/46/49>> Acesso em: 27 fev 2020.

PIRES, Simone Campos. **A transformação do espaço de produção das painéis de bairro de Goiabeiras a partir da urbanização, do associativismo e da patrimonialização**. Cadernos de Pesquisa do CDHIS, v. 29 n. 2 (2016). Disponível em: <<http://200.19.146.79/index.php/cdhis/article/view/38755/20517>> Acesso em: 27 fev 2020.

PREFEITURA DE BAURU. **Feira Ubá: quinze anos incentivando a cultura artesanal**, 2019. Disponível em: <<https://www2.bauru.sp.gov.br/materia.aspx?n=33287>> Acesso em: 22 fev 2020.

PREFEITURA DE BAURU. **Conheça a cidade: história e símbolos**. 2020. Disponível em: <<https://www2.bauru.sp.gov.br/bauru.aspx?m=1>> Acesso em: 09 março 2020.

PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO – PAB. **Base Conceitual do Artesanato Brasileiro**. Brasília, 2012. 66p. In: GOMES, Lais Mello. *Brasília representada no artesanato e sua relação com o turismo*. Brasília, 2017. Disponível em: <http://www.bdm.unb.br/bitstream/10483/18972/1/2017_LaisMelloGomes_tcc.pdf> Acesso em: 03 março 2020.

PUHLMANN, A. C. A.; MOREIRA, C. F. **Noções Gerais sobre Proteção de Tecnologia e Produtos**. São Paulo: Instituto de Pesquisas Tecnológicas, 2004. In: BIANCHINI, Ilka Maria Escalante. RUSSO, Suzana leitão. *Propriedade intelectual e desenvolvimento regional: artesanato com indicação geográfica no Brasil*. REVISTA INGI (2019) Vol.3, n.2, p.333-347. Disponível em: <<http://ingi.api.org.br/index.php/INGI/article/view/46/49>> Acesso em: 27 fev 2020.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma Geografia do Poder**. Editoria Ática S.A. 1980. Trad. Maria Cecília França. Disponível em: <[http://www2.fct.unesp.br/docentes/geo/bernardo/BIBLIOGRAFIA%20DISCIPLINAS%20POS-GRADUACAO/CLAUDE%20REFFESTIN/RAFFESTIN,%20Claude%20-%20Por%20uma%20Geografia%20do%20Poder\(3\).pdf](http://www2.fct.unesp.br/docentes/geo/bernardo/BIBLIOGRAFIA%20DISCIPLINAS%20POS-GRADUACAO/CLAUDE%20REFFESTIN/RAFFESTIN,%20Claude%20-%20Por%20uma%20Geografia%20do%20Poder(3).pdf)> Acesso em: 17 março 2020.

ROMERO, Cesar. **Existe um terrível preconceito em relação às artes populares**. 2019. Disponível em: <<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/existe-um-terrivel-preconceito-em-relacao-as-artes-populares/>> Acesso em: 03 março 2020.

SANTOS, M. SILVEIRA, M.L. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. 9 ed. 2006.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. SEBRAE. **Indicações geográficas brasileiras: artesanato**. Hulda Oliveira Giesbrecht, Raquel Beatriz Almeida de Minas (Coordenadoras). – 2. ed. – Brasília: Sebrae, INPI, 2016. Disponível em:

<http://www.inpi.gov.br/arquivos/catalogo_IG_artesanato.pdf> Acesso em: 27 fev 2020.

SILVA, Bianca Repolho. FERREIRA, Arcângelo da Silva Ferreira. **O trabalho de mulheres artesãs na cidade de Parintins**. Universidade do Estado do Amazonas, 2018. Disponível em: <<http://177.66.14.82/bitstream/riuea/1083/1/O%20trabalho%20de%20mulheres%20artes%C3%AAs%20na%20cidade%20de%20Parintins.pdf>> Acesso em: 02 março 2020.

SILVEIRA, Rogério Zanon. CAMPOS, Ana Claudia Borges. MIGUEL, Marcelo Calderari. **Finos Fios, Renda de Agulha... uma alternativa de trabalho, múltiplos olhares para a qualidade**. Revista Desenvolvimento em Questão Editora Unijuí, Ano 17, n.49, 2019. Disponível em: <<https://200.17.87.11/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/8043/6179>> Acesso em: 27 fev 2020.

SOUZA, M.L. **os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espaial**. 4 ed. 2013.

SOUZA, Thaí. **A relação política entre o Brasil e a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)**, 2009. In: FERREIRA, Jéssica Patrícia Miranda. SOUSA, Bruno. GONÇALVES, Francisco. *O marketing experiencial como determinante na tomada de decisão do consumidor do turismo criativo: artesanato de Barcelos*. Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Gestão do turismo, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, Janeiro, 2018. Disponível em: <http://ciencipca.ipca.pt/bitstream/11110/1521/1/CD-Tese%20Final_Jessica%20Ferreira.pdf> Acesso em: 03 março 2020.

TURRA NETO, Necio. **Microterritorialidade nas cidades: uma introdução a temática**. Revista Cidades, v. 10, n. 17 (2013). Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/view/3231/2745>> Acesso em: 17 março 2020.

UNESCO. **Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial**. 32ª Conferencia General, 2003. París. In: MACHADO, Juliana Porto. *O conceito de artesanato: Uma produção manual*. Revista de Ciencias Humanas e Sociais, vol.2, n.2, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/Missoes/article/download/1035/215/>> Acesso em: 26 fev 2020.

VIVES, Vera. **A beleza do cotidiano**. 1983, p. 133-148. In: MELLO, Carolina Iuva. FROEHLICH, José Marcos. *Artesanato tradicional rural e desenvolvimento territorial no Brasil: uma análise do estado da arte*. Revista Antropolítica, n. 39, Niterói, p.150-182, 2. sem. 2015. Disponível em: <<http://www.revistas.uff.br/index.php/antropolitica/article/view/222/pdf>> Acesso em: 26 fev 2020.