A importância das Feiras de Artesanato na atratividade de destinos turísticos – um estudo em Piraí do Sul, Campos Gerais do Paraná.

Juvenal Martins Neto (PIBIC/Fundação Araucária/UEPG), Graziela Scalise Horodyski (Orientadora), e-mail: grazitur@hotmail.com.
Universidade Estadual de Ponta Grossa/Departamento de Turismo, Setor de Ciências Sociais Aplicadas.

Área: Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo; Subárea: Turismo

Palavras-chave: Feira do Senhor Menino Deus, Feiras Turísticas, Piraí do Sul-PR.

Resumo

A prática da feira é tão antiga que se torna impossível precisar no tempo e no espaço seu aparecimento. Por outro lado, é fácil afirmar que essa prática perdura há muito tempo e no decorrer do séc. XX passou a fazer parte do cotidiano dos destinos turísticos. Em Piraí do Sul-PR, a feirinha do Senhor Menino Deus faz parte da cultura piraiense há 147 anos, e vem sendo ofertada como atrativo turístico. O objetivo do trabalho é analisar a feirinha do Senhor Menino Deus de Piraí do Sul como uma feira turística. Para tal, foi realizada uma pesquisa in loco, durante o evento em dezembro de 2016, em que se pôde levantar a oferta comercial da feira e aplicar um questionário de análise do serviço junto aos feirantes. Como resultado, pode-se afirmar que a feira em questão está em fase de declínio, e o número de visitantes se reduz ano a ano. Outro aspecto que se pode alegar, após a realização da pesquisa, é que a feira requer planejamento e necessita de intervenção por parte da comunidade local, a qual precisa se apoderar dessa prática comercial.

Introdução

O objeto de pesquisa analisado nesse trabalho, sob a perspectiva das feiras turísticas, é a Feira do Senhor Menino Deus em Piraí do Sul, município localizado na região dos Campos Gerais do Paraná, com população de 23.424 habitantes (IBGE, 2010).

A cidade e região tem sua história relacionada ao tropeirismo e à religiosidade católica, marcada por festas tradicionais, com destaque para a Festa do Senhor Menino Deus. A referida Festa ocorre anualmente a partir do dia 16 de dezembro, e tem como uma das suas atividades a Feira de mesmo nome, a qual existe há 147 anos.

Para realizar essa pesquisa, fez-se um breve resgate histórico do conceito de feira e sua existência na Europa e América, partindo da história clássica, passando pela Idade Média, e chegando aos dias atuais. Em seguida, abordou-se o contexto brasileiro, com início no período colonial, demostrando como a feira foi importante no que se refere à capacidade que teve de alavancar economicamente muitos lugares, assim como, foi primordial para a fixação e ocupação do território brasileiro.

Na terceira parte, analisa-se o potencial turístico que a prática da feira tem nos dias atuais. Para tanto, refletiu-se a partir de referencial teórico correlato, aliando

pesquisa bibliográfica e questionário semiestruturado para o trato metodológico. O instrumento de coleta de dados foi construído a partir de categorias inerentes às feiras, e respondido pelos feirantes na ocasião da Feira Senhor Menino Deus, em Piraí do Sul, no ano de 2016. É importante afirmar que essa pesquisa tem característica interdisciplinar, buscando um diálogo constante entre as áreas de Turismo e História.

Revisão de bibliografia

Para a presente discussão buscou-se autores que abordam a feira como prática capaz de movimentar a economia local, preservar suas tradições e técnicas de produzir bens culturais, assim como aprimorar o respectivo potencial de produto turístico capaz de fomentar o consumo consciente dentro das premissas do Turismo.

Para melhor esclarecimento, acreditamos ser relevante abordar a origem da feira e a ideia de comércio desde a antiguidade. Originalmente, a atividade envolvia relações de trocas, ocorrendo em aldeias e cidades antigas, em alguns locais específicos, onde a troca de produtos era realizada pelos seus produtores.

Alves (2005, p. 158) afirma que "[...] as feiras são de mui remota idade", ou seja, precisar sua origem torna-se impossível, pois quanto mais se pesquisa a respeito dos locais em que ocorriam, percebe-se que se retroage ainda mais no tempo. Para alguns historiadores é possível afirmar que esses eventos ocorrem desde 500 a.C., em várias civilizações da antiguidade, como fenícios, gregos, romanos e árabes.

Perto do fim da Idade Média, com a melhora das técnicas agrícolas, começou a aumentar o excedente produzido nos feudos, ao passo em que passou a ser comercializado nos burgos (cidades medievais rodeadas por muralhas). Foram então nesses locais que se originaram as feiras medievais, e ainda mais com a intensificação do comércio a partir do século XI.

A compreensão adotada nessa pesquisa, a qual toma as feiras como atrativos turísticos, inicia-se com Yüksel (2005), que analisa a importância dos espaços de consumo para o turista por meio de sua discussão a respeito da TSH - Tourist Shopping Habitat, ou ambientes de compras dos turistas[1]. O autor se refere a lugares de varejo, os quais possibilitam a integração dos turistas com os produtos e costumes locais, interação entre vendedores e pessoas que vivem naquele lugar. Para Yüksel (2005), a oferta desses ambientes envolve lojas, vendedores ambulantes, boutiques, restaurantes, bares, cafeterias, edificações históricas e arquitetura local. O objetivo dos ambientes citados é oferecer entretenimento aos turistas, e principalmente, estimular a economia local.

Souza e Cunha (2010) corroboram com o autor supracitado, destacando a relevância das feiras na promoção dos produtos locais, e na preservação dos saberes da comunidade, visto que abrangem diversos elementos do patrimônio imaterial, destacando-se a gastronomia e o artesanato. Nesse sentido, Alves (2005) aponta que a feira turística deve estimular a criatividade dos artistas locais sendo ela um lugar especifico para a comercialização dessa produção.

Santos (2012) e Furtado (2006) entendem que a motivação para visitar as feiras turísticas seja a busca pelo exótico, a volta ao passado, e a autenticidade. Tais elementos motivadores são destacados como fundamentais para um atrativo turístico desta natureza, justamente se considerados os efeitos globalizadores e o

[1] Tradução livre do autor

desejo dos turistas em conhecer o diferente. Assim, Horodyski (2014) afirma que é imprescindível que as feiras ofertem produtos locais, os quais remetam ao local visitado, de modo que sejam consumidos como lembranças que materializam as experiências vividas no lugar.

Resultados e Discussão

Com base nas discussões de autores que estudam as feiras sob diversas perspectivas, sabe-se que na Idade Média iniciaram como locais de comercialização nos núcleos urbanos, e foram se transformando ao longo dos séculos conforme a urbanização e a modernização das cidades. Embora tenham sofrido transformações, as feiras resistem ao tempo e existem em todo o mundo em sua essência. No século XX, se observou o crescimento de feiras destinadas aos turistas, as quais têm como objetivo entretenimento, produtos locais como comida e artesanato, alguns outros produtos, além da interação entre visitantes e visitados. Tais feiras são consideradas importantes no turismo devido à possibilidade de estimularem os fluxos turísticos em áreas centrais das cidades e centros históricos, e assim ampliarem o consumo de produtos locais.

A presente pesquisa foi realizada por meio de visitas *in loco*, observação direta, registros fotográficos, e entrevista com questionário semiestruturado com os feirantes. Concluiu-se que a Feira do Senhor Menino Deus precisa ser repensada a partir de alguns critérios, os quais podem ser elencados segundo a perspectiva de potencializá-la como um atrativo turístico. A capacidade de atração da Feira, unida às festas realizadas junto à Paróquia do Senhor Menino Deus e ao Santuário de Nossa Senhora das Brotas é inquestionável, mas percebeu-se no decorrer da pesquisa que a Feira vem despertando menos interesse com o passar dos anos por parte da população local e turistas. As entrevistas realizadas indicam o enfraquecimento da visitação, assim como a diminuição do comércio no local. Um dos entrevistados que trabalha na Feira há mais de trinta anos, afirmou: “[...] a festa de Nossa Senhora das Brotas é o único motivo para eu continuar vindo à cidade. Anos atrás vendia muito mais do que vende hoje. Se fosse apenas pela ‘feirinha’ não viria mais”. O teor dessa fala foi algo comum a todos os entrevistados.

Quanto aos produtos comercializados, de acordo com as observações feitas e retomando os registros fotográficos realizados, verificou-se ampla oferta de produtos variados, mas poucos itens de produção local. Dentre os produtos, nenhum apresentava a identificação da cidade em rótulos. Da mesma forma, apesar de muitos produtos serem ofertados como artesanais pelos feirantes, poucos produtos podem ser efetivamente considerados como tal, ainda que seja um aspecto que exija um estudo mais aprofundado para conclusões mais refinadas. Também não foi identificada a oferta de *souvenirs* e produtos locais que poderiam interessar a demanda de consumidores turistas.

Do ponto de vista dos critérios definidos pelos autores que embasam esse estudo, não é possível afirmar que a Feira do Senhor Menino Deus, de Piraí do Sul, é uma feira turística. Como foi possível verificar nas entrevistas, e na visita in loco, todos os entrevistados (feirantes) não são residentes locais, ou seja, o comércio realizado naquele local não movimenta economicamente a cidade. Além disso, apenas uma pequena parcela de pessoas fica com um percentual das vendas feitas no decorrer da festa. Para a Feira atender os critérios adotados nesse trabalho, a mesma deveria ter como feirantes uma parcela razoável de pessoas da comunidade piraiense aferindo lucro com a prática da feira, sendo que a maior parte do resultado

econômico deveria ficar na cidade. Quanto à atratividade turística, não foi possível observar produtos locais que poderiam interessar aos turistas.

Conclusões

Com base no estudo realizado, pode-se afirmar que a Feira do Senhor Menino Deus, de Piraí do Sul, não pode ser compreendida como uma feira turística. Para atender a tal prerrogativa, necessita ser reestruturada com base nos critérios discutidos, de modo que passe a ser considerada atrativo turístico, e possa ser ofertada aos turistas. Entende-se a capacidade de atração da Feira relacionada às festas realizadas junto à Paróquia já mencionada, mas as entrevistas realizadas indicam o enfraquecimento da visitação assim como a diminuição do comércio no local.

Tendo em vista as discussões realizadas e o atendimento ao objetivo dessa pesquisa, conclui-se que a Feira do Senhor Menino Deus, apesar de toda a sua tradição, bem como a riqueza que expressa acumula enquanto patrimônio cultural e religioso de Piraí do Sul, não pode ser considerada como uma feira turística. Ficou claro, no decorrer do processo de investigação, que a Feira não atende vários dos critérios descritos pelos autores analisados. Para próximos estudos a cerca do mesmo objeto, é possível então que sejam investigadas possibilidades de maior envolvimento da comunidade local na Feira, partindo para o levantamento de produtos locais (comidas, artesanato, arte etc.), e valorização histórica das experiências e itens, uma vez que podem atuar como elementos agregadores de valor e interesse turístico, aquecendo assim a economia local de Piraí do Sul.

Agradecimentos

Agradeço a Fundação Araucária pela ajuda financeira. Gostaria de agradecer também minha orientadora, Professora Doutora Graziela Scalise Horodyski, pessoa de caráter afável e grande competência.

Referências

ALVES, J. F. Feiras e mercado interno na história contemporânea: algumas notas avulsas. In: **Vectores de desenvolvimento económico**: As feiras da Idade Média à época contemporânea: Actas, Vila do Conde. 2005, p. 155-165.

FURTADO, M. R. F. de M. **La Feria de Artes y de Artesanía Garibaldi**: um pasillo de la identidad en Curitiba/Paraná – Brasil (1980/2001). Tese de Doutorado - Universidad de la Laguna, Programa de Doctorado en Antropologia Social. Defesa: La Laguna, 2006.

HORODYSKI, G. S. **O Consumo na Experiência Turística**: o caso dos souvenirs no destino Curitiba – PR. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2014.

IBGE. **Censo Demográfico 2010.** Piraí do Sul, Paraná – PR. Histórico Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/parana/piraidosul.pdf Acesso em: 23 dez. 2016.

SANTOS, M. R. dos. **Artesanato Brasileiro em Alta no Mercado Externo.** Santa Cruz, 2012.

YUKSEL, A. **Tourist shopping habitat**: Effects on emotions, shopping value and behaviours. School of Tourism and Hotel Management, Adnan Menderes University, Candan Tarhan Bulvari, No: 6 Kusadasi Aydin, 09400 Turkey Received 27 April 2005.

SOUZA, F. C. C., & CUNHA, M. J. S. **O Patrimônio Cultural da Região do Alto Tâmega e Barroso como Produto Turístico**, Revista Turismo & Desenvolvimento, 13/14, (2), 729-738. 2010.