

## A FEIRA E O TURISMO: PONTENCIALIDADES E ATRATIVOS

**Carla Cristina Barbosa**

Doutoranda em História da Ciência pela PUC/SP  
Professora do Departamento de História da Unimontes  
[barbosacc@ig.com.br](mailto:barbosacc@ig.com.br)

### RESUMO

Analisamos a Feira, a cidade e o turismo buscando compreender os usos e apropriações da cultura local e regional, a partir da Feira de Artesanato de Montes Claros. Esta Feira demonstra significações e interpretações da cultura que promovem seduções e atrativos; também representa, na cidade, um espaço de lazer, com opções de encontro, de usos e apropriação para o turismo. E, pelo ato de o turismo apropriar-se das tradições culturais da região, pode-se considerá-lo uma alternativa que possibilita a melhoria da qualidade de vida dos artesãos, da população envolvida e, principalmente, divulga ao mundo a “simplicidade”, as tradições, o folclore e a cultura do sertão mineiro e da sua gente.

**Palavras-chave:** Potencialidade; Feira; Cultura; Turismo; Lazer.

### THE FAIR AND TOURISM: POTENTIALITIES AND ATTRACTIVENESS

#### ABSTRAT

We analyze the Fair, the city, and the tourism, trying to understand uses and appropriations of the local and regional culture, from the Handcraft Fair of Montes Claros – MG/Brazil. This Fair demonstrates significances and interpretations of the culture, which promote seductions and attractiveness; it also represents, in the city, a leisure space, with options of meetings, uses, and appropriation for tourism. And due to the fact that tourism appropriates the regional cultural traditions, it may be considered an alternative that favor an improvement in the life quality of its handcrafters, of the population involved and – mainly – announces to the world the “simplicity”, the traditions, the folklore and the culture of the semi-arid region of the *State* of Minas Gerais and **of** its people.

**KEYWORDS:** Potentiality; Fair; Culture; Tourism; leisure.

### INTRODUÇÃO

*Contudo as pessoas, individualmente, e as civilizações diferem de modo profundo de um lugar para o outro, de uma época a outra, apresentando uma diversidade de experiências, línguas e culturas. O turismo põe em contato essas diferentes culturas. Daí ser ele um fenômeno cultural complexo, bastando considerar as idades, as profissões, os interesses, o nível de renda e o nível cultural das pessoas que viajam (CORIOLANO 1998).*

---

Recebido em 24/02/2008  
Aprovado para publicação em 22/12/2008

O turismo e a cultura na Feira de Montes Claros estão intimamente relacionados, o que permite considerar os atrativos culturais como fatores motivadores de fluxos turísticos na cidade. Assim, *é impossível desconsiderar a cultura como uma das mais importantes motivações das viagens turísticas.*<sup>1</sup> Sabe-se que Minas Gerais, em destaque nesse momento o Norte do Estado, possui um rico patrimônio cultural com sua história, seus costumes, suas tradições, potencializando a região, por meio do turismo voltado para a cultura. Montes Claros não possui uma natureza exuberante com praias, montanhas, lagos e rios, mas tem uma cultura riquíssima, capaz de atrair os viajantes.

O turismo estimula inclusive a população local a apreciar a sua cultura, valorizar a arte, a música, o artesanato e a gastronomia. À medida que esses atrativos são procurados, motivados, filmados, fotografados, vivenciados pelos turistas, a cidade e a feira vão-se projetando em outros espaços. A valorização turística dos hábitos e costumes constituem um grande potencial de atratividade; na verdade, é uma excelente oportunidade para o encontro entre os povos<sup>2</sup>.

Assim, a Feira pode ser considerada, em grande parte, como expressão de várias atividades derivadas de práticas sociais e, por conseguinte, da utilização das manifestações folclóricas, do artesanato, das danças, músicas e da religião, dentre outras.

Este artigo discute os usos e as apropriações da cultura local e regional na Feira. Busca-se analisar as manifestações do turismo na Feira por meio de seus atrativos, sedução e potencialidades, a partir das expressões culturais aí expostas. O que se pretende analisar, portanto, é o uso da cultura presente na Feira.

## USOS E APROPRIAÇÕES DA FEIRA

Para Cardoso (2000),<sup>3</sup> o fenômeno urbano do mundo de hoje se destaca pela sua heterogeneidade, volubilidade e fragmentação. Algumas cidades sejam históricas, grandes, pequenas, decadentes sejam cidades que revitalizam seus centros, tornam-se próprias para o consumo e o turismo.

Na realidade, para esse autor, a cidade atual, com sua paisagem, realiza uma espécie de composição de materiais com texturas diversas, criando uma imagem a ela associada de tradições locais e reverências históricas do lugar. Desse modo, as cidades representam uma transição de um mundo gerido pela técnica para um mundo voltado para a tecnologia, onde:

As prioridades culturais na cidade estimulam a sua forma e conformam a sua estrutura. O significado das relações sociais e o uso do espaço urbano no processo de construção das prioridades culturais transformam-na numa projeção de imagem corporativa dos ideais de comércio e da mercantilização do espaço. A cidade desempenha a função clássica de acumulação de capital e de consumo de bens e serviços, o que faz com que estejamos assistindo a emergência da ação sobre o espaço como um dos sinais da modernidade.<sup>4</sup>

As representações sociais do espaço adquirem, para Cardoso (2000), importância e

---

<sup>1</sup> RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas, SP: Papirus Editora, 1997. p.50.

<sup>2</sup> *Ibidem*, p.52.

<sup>3</sup> CARDOSO, C. A de A. **A Cidade e a Festa no Interior do Nordeste**: espetáculo de poder, modernização e transformação cultural em Campina Grande. 2000. 214f. Tese (Geografia Humana) - Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo. p.165.

<sup>4</sup> CARDOSO, C. A de A. **A Cidade e a Festa no Interior do Nordeste**: espetáculo de poder, modernização e transformação cultural em Campina Grande. 2000. 214f. Tese (Geografia Humana) - Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo. p.165.

centralidade que consentem materialidade às relações sociais que acontecem neste espaço.<sup>1</sup>

O processo de produzir e reproduzir o espaço é, para Carlos (1996),<sup>2</sup> um ato de apropriação, onde o sentido do espaço produzido é marcado por modos de produção e, por conseguinte, de apropriação.

Cada vez mais o espaço é produzido por novas indústrias como aquela do turismo, e deste modo praias, montanhas e campos entram no circuito da troca, apropriadas, privativamente, enquanto áreas de lazer para quem pode fazer uso delas.<sup>3</sup>

Para a autora, o lazer na sociedade moderna tende a mudar de sentido. De atividade espontânea, busca do original como parte do cotidiano, passa a ser capturado pela sociedade de consumo e transforma-se em mercadoria, tornando o homem um ser passivo. Nesse processo, o lazer tornou-se uma necessidade, que se dá, principalmente, no percurso do desenvolvimento da reprodução das relações sociais, que criam uma nova atividade produtiva, diferenciada, com ocupações que produzem um novo espaço ou formas de uso deste espaço.

As transformações espaciais tendem a levar em conta o processo de reprodução social, que resulta em uma nova redistribuição das atividades urbanas, regionais e nacionais.<sup>4</sup> Neste caso, a Feira de Artesanato é resultado das mudanças socioespaciais que a cidade de Montes Claros e região vêm sofrendo, decorrentes, principalmente, das transformações da divisão territorial e social do trabalho, da modernização tanto da agricultura quanto das indústrias, além dos processos de acumulação de capital e de concentração de renda.

Faz-se necessário elucidar que no entendimento do espaço – Feira de Artesanato – como produto social e histórico, conforme Carlos (1996),<sup>5</sup> os processos da produção e reprodução desse espaço se referem, principalmente, à acumulação do capital por meio de sua reprodução.

Para a autora o processo de reprodução se dá, evidentemente, pelo trabalho humano, que se constrói por via das particularidades que pressupõem os processos de circulação, distribuição, troca e consumo. Através de tal processo, reproduzem-se também produtores e consumidores. Todavia, essa reprodução está condicionada às condições sociais da sociedade. Portanto, as condições sociais de produção determinam a ampliação e o desenvolvimento de suas relações.

A análise que se faz nesse momento permeia a compreensão do processo de produção de mercadorias e objetos expostos na Feira. No contexto atual, a Feira e os objetos deixaram de ser somente materiais e tornaram-se estratégicos e políticos. O espaço da Feira entra na troca de mercadorias, na comercialização de objetos advindos da cultura local e regional e isto implica que o espaço seja descoberto por novas possibilidades de reprodução de setores produtivos da cidade, como cultura, lazer e turismo. Desse modo, a Feira e as relações sociais de produção ultrapassam seguramente os limites do mundo da mercadoria e incluem outros aspectos da vida moderna, sobretudo a manifestação dos atributos da cultura local e regional.

A Feira surge, então, como uma consequência da sociedade capitalista, a qual concentra a renda em parcelas minoritárias da população, desprovendo grande parte das pessoas da inclusão no mercado formal: a Feira é uma possibilidade de inclusão de empregados dentro das incompletudes do capitalismo voltado para a globalização. Para os artesãos, ela constitui uma saída, ou seja, um espaço que oferece possibilidades para se restabelecerem relações

---

<sup>1</sup> *Ibidem*, p.165.

<sup>2</sup> CARLOS, A. F. A. **O Lugar no / do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996. p.105.

<sup>3</sup> *Ibidem*, p.108.

<sup>4</sup> *Ibidem*, p.52.

<sup>5</sup> *Ibidem*, p.105.

sociais com o lugar e meio de reprodução de relações de produção não especificamente capitalistas, isto é, que não envolvem assalariamento de mão-de-obra. A Feira também pode ser entendida, segundo Carlos (1996),<sup>1</sup> como o lugar do lazer, do urbano, da cotidianidade onde o “não lugar” é visto a partir do conceito de espaço, mais precisamente das contradições, que resultam na relação direta e contraditória entre o valor e o uso.

A dinâmica das cidades, nessa ótica, baseia-se em fatores que utilizam os pressupostos culturais para a criação de “inovação”, que dá materialidade à cultura local, fazendo ou não a imagem de um lugar que introduz novas dinâmicas.<sup>2</sup>

Isso implica entender que no espaço destinado à Feira existe uma expressão de transição do rural para o urbano, principalmente, nas representações culturais, no lazer, na festa, na cultura da gente do sertão.

Cardoso (2000)<sup>3</sup> lembra que é a partir das cidades - entendidas como um lugar de vivência e da busca de novos sentidos da vida - que as identidades e as diferenças constroem as culturas.

Assim, a partir do discurso a respeito do turismo e da sua importância econômica na ação, pode-se entender a concretização da *feira- festa-espetáculo*, que pode surgir como estratégia comercial para várias esferas da sociedade: econômica, política e da cultura local e regional. Cardoso (2000), ainda, acrescenta que

As idéias de territorialidades, transpostas para a análise da vida social das cidades, permitem interligar comportamentos que se desenvolvem no tempo e no espaço e, com isso, localizar as diferenças e proximidades nos modos como os grupos sociais relacionam-se com o seu real na busca da identidade. A cidade, como lugar, é constituída de múltiplas territorialidades e organizada a partir de elementos que transitam nas exigências do mercado, do Estado e do sagrado.<sup>4</sup>

Esses elementos aparecem na Feira, inclusive, sob forma de mercadoria e representam o uso da cultura da cidade e da região. A Feira é cheia de sentidos, de valores da vida cotidiana que, acumulados pelo tempo, são transformados em práticas sociais que se inscrevem nesse espaço, como *produto do trabalho humano, logo, histórico e social*.<sup>5</sup>

Entretanto, a Feira na cidade, enquanto cenário cultural, tende a ser consumida como espetáculo. Nela existem momentos, principalmente, dos *shows*, nos quais não se sabe quem são realmente os sujeitos, os atores, espectadores, vendedores e consumidores. Conforme Cardoso (2000),

A aparência da cidade preparada para a festa é confundida por sua realidade cotidiana, hiper-realizada na tonalidade das cores, nos adereços da decoração. As fronteiras entre realidade e representação se desfazem; esvanece-se o véu que separa o ator do espectador, tudo e todos adornam o espetáculo. Esta é a sedução da festa na ‘cultura de massa’, uma festa de consumação, sem rastros, sem futuro, sem prolongamentos, e feita para

<sup>1</sup> CARLOS, A. F. A. **O Lugar no / do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996. p.107.

<sup>2</sup> CARDOSO, C. A de A. **A Cidade e a Festa no Interior do Nordeste**: espetáculo de poder, modernização e transformação cultural em Campina Grande. 2000. 214f. Tese (Geografia Humana) - Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo. São Paulo, p.154.

<sup>3</sup> *Ibidem*, p.160.

<sup>4</sup> CARDOSO, *loc.cit.*

<sup>5</sup> CARLOS, A. F. A. **O Lugar no / do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996. p.39.

existir no presente.<sup>1</sup>

A Feira, transformada em evento, é para a cidade uma obra em movimento, em que há um trabalho de recriação de elementos que fazem parte da vida cotidiana, propagado entre o visível, o palpável e o imaginário, que é criado de imagem, representações, sonhos, histórias e tradições. É parte real e representação do *mundo saturado de valores modernos que abre lugar para valores alternativos, de contornos imprecisos, mas cuja presença não dá para negar.*<sup>2</sup>

As apresentações folclóricas - musicais, estilos, ritmos, o artesanato e a gastronomia - são elementos componentes da cultura local e regional que se fizeram presentes na Feira de Artesanato de Montes Claros. Essa cultura expressa na Feira está em processo de construção e significa que os valores culturais foram e estão sendo elaborados dentro do processo histórico da cidade, do povo que envolve identificação, interação, aculturação e integração com o mundo.

As diversas manifestações que acontecem na Feira têm uma relação com o mundo, o qual por meio das diferentes culturas se torna "real", repleto de estilos, ritmos e vida. A cidade e a Feira tendem a se tornar então globais, mas para a maior parte da população de uma cidade como Montes Claros, a Feira está ainda distante de configurar um modo de ligação orgânica com a cultura. No espaço da Feira, as expressões culturais estão mais constituídas.

A Feira desenvolve um papel social importantíssimo para a comunidade, seja através do lazer, seja da comercialização e divulgação dos produtos resultantes da cultura local. Economicamente, a Feira é expressão da economia informal e implica o fortalecimento das raízes culturais e, sobretudo, a oportunidade do Norte de Minas Gerais se mostrar ao mundo.

Nas atuais condições do município, parece que novas configurações territoriais tendem à aglutinação de mercados, definindo um novo espaço opcional para o comércio de mercadorias e lazer. Nesse sentido, a criação da Feira como expressão da cultura local pode representar uma aspiração comum tanto para os trabalhadores informais quanto para a população em geral.

Por outro lado, existem apropriações que as populações fazem da Feira e dos seus espaços. Vários setores da sociedade montesclarenses transformam a Feira em um importante espaço de consumo de mercadorias, de serviços e de lazer. As pessoas que usam a Feira estão propondo outros significados, principalmente, espaço de desenvolvimento da pessoa, do cidadão, segundo sua capacidade financeira e sensibilidade cultural.

Os usos e apropriações da Feira indicam uma afirmação de uma importante área de lazer para várias segmentos da população da cidade. Lembra Ferrara (1996)<sup>3</sup> que operar a cultura supõe resgatar, por meio da leitura, as representações, os signos que mediatizam valores e visões de mundo e, através deles, produzir a compreensão das manifestações culturais.

Em Montes Claros e região, a leitura que se procurou fazer foi da paisagem. A partir dessa leitura, descobriu-se que a convivência com a seca, com o sertão, com as dificuldades socioeconômicas levou a população a criar hábitos, costumes, crenças específicos do lugar. Assim, pode-se dizer que a *cultura é inerente à vida humana*<sup>4</sup> e expressa modos de vida, mesmo que residuais, de uma comunidade local e/ou regional.

<sup>1</sup> CARDOSO, C. A. de A. **A Cidade e a Festa no Interior do Nordeste**: espetáculo de poder, modernização e transformação cultural em Campina Grande. 2000. 214f. Tese (Geografia Humana) - Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo. São Paulo, p.149.

<sup>2</sup> *Ibidem*, p.149.

<sup>3</sup> FERRARA, L. D'A. O Turismo dos Deslocamentos Virtuais. In: YAZIGI, G.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. da. (Org.). **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Editora HUCITEC, 1996. p.15.

<sup>4</sup> CORIOLANO. L. N. M. T. **Do Local ao Global**: o turismo litorâneo cearense. Campinas: Papyrus, 1998, p.47.

Por tudo que foi descrito, a Feira de Artesanato de Montes Claros pode ser vista como um *depositário de valores culturais manifestos*<sup>1</sup>. Esse espaço representa a integração de pessoas, culturas, saberes, costumes, fortalecendo a divulgação da cidade, maximizando a oportunidade do lugar se mostrar ao mundo a partir das suas manifestações culturais.

A cultura materializa-se em dança, música, comida, artesanato, manifestando assim a tradição, o jeito de viver e ser do povo. A partir desses grupos, o folclore e a cultura de Montes Claros e da região são expostos ao público e ao mundo. A Feira de Artesanato possibilita a divulgação e valorização da cultura local e regional ao se constituir em um espaço de promoção do lugar, potencializando seus hábitos, tradições e costumes.

Quando se considera a Região Norte do Estado de Minas Gerais, algumas especificidades devem ser destacadas, pois são vários os aspectos humanos e naturais que se encontram representados na Feira. Observando a paisagem de Montes Claros, é possível visualizar, logo na chegada da cidade, os montes de rocha calcária, de coloração cinza-claro. Nas chapadas entre o cinza-ocre da caatinga e o verde-amarronzado dos cerrados, os vales úmidos e verdes. No conjunto, forma-se um patrimônio ambiental e cultural, fonte de matéria-prima e inspiração para o desenvolvimento de sentidos, sentimentos e sabedorias que moldam a vida através de várias estratégias.

Nesse contexto, a Feira revela-se um atrativo turístico. Torna-se uma possibilidade de desenvolvimento, pois, através da Feira, o artesanato e o folclore são inseridos no cotidiano da população. No que tange ao modo de vida desse povo, Freire (1999) comenta que

Um conjunto de valores caracterizam modos de viver enquanto culturas próprias, singulares, isto é, fonte de onde nasce o diferente, de onde minam os folclores; uma prática cultural apoiada em determinismos tradicionais, em elementos (da moradia, da alimentação, do jeito de se vestir, do modo de se comportar, das relações, do modo de produzir, etc.) ligados do passado que se enraízam, se fortalecem, criam e reproduzem identidades. Positivamente esses são traços que caracterizam grupos e comunidades encerradas em territórios não muito extensos; espécie de localismos culturais ou regionalizadas dentro de espaços mais vastos, tais como de um país, nação, mas que, muitas vezes são reproduzidos em espaços maiores, como nas grandes cidades.<sup>2</sup>

Carlos (1996)<sup>3</sup> afirma que a reprodução das relações sociais pela compra, venda e especulação do espaço é marcada pelas estratégias advindas dessa reprodução. Assim, os que fazem a Feira se apropriam do cotidiano, da rua, do urbano e do rural, que são reproduzidos em função do fomento das relações de produção estabelecidos pela sociedade no espaço.

A Feira de Artesanato, ao incluir a cultura, valoriza, resgata hábitos e tradições da população. Por via das diversas manifestações que acontecem e movimentam os negócios da Feira, o lugar e a região usam e são usados pelo espaço criado pela Feira. Os lugares, segundo Claval (1999)<sup>4</sup>, não têm somente uma forma, uma cor, uma racionalidade funcional e econômica. Eles estão carregados de sentido, tanto para aqueles que os habitam, como para aqueles que os frequentam. No espaço da Feira os frequentadores estabelecem contatos com uma criação coletiva, renovada, dos homens, a qual molda os indivíduos e define os contextos da vida social. A arte e o artesanato são meios pelos quais se procura conquistar o visitante. Esse

<sup>1</sup> CARDOSO, C. A. de A. **A Cidade e a Festa no Interior do Nordeste: espetáculo de poder, modernização e transformação cultural em Campina Grande**. 2000. 214f. Tese (Geografia Humana) - Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo. São Paulo, p.145.

<sup>2</sup> FREIRE, A. L. O. **O Comércio Tradicional e as Transformações na Cidade**. 1999. Tese (Geografia Humana) - Universidade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas – Universidade de São Paulo, 1999. p.73.

<sup>3</sup> CARLOS, A. F. A. **O Lugar no / do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996. p.94.

<sup>4</sup> CLAVAL, P. **Geografia Cultural**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1999. p.55.

espaço, a Feira, é representativo de um modo de ser, de identidades individuais e coletivas das pessoas, do lugar. Isto possibilita à cultura local e regional ser transmitida e difundida. Afinal, a Feira é usada e apropriada por diferentes sujeitos sociais e diferentes expressões culturais.

Os atrativos e seduções da Feira, como o artesanato, a comida típica, a tradição, as manifestações, constituem para os artesãos e para a população um meio de identificar, valorizar e explorar o espaço, os recursos e o próprio meio. Dessa forma, Claval (1999) comenta que *a cultura fornece ao homem os meios de se orientar, de recortar o espaço e de explorar o meio*. Afinal, a Feira é usada e apropriada por diferentes agentes e expressões culturais.<sup>1</sup> As técnicas, nesse caso, a produção do artesanato, da comida, do crochê e tricô, estabelecem relações entre os grupos com seu ambiente. Nesse meio, o ambiente é um componente da cultura, que ajuda a transmitir e fixar essa cultura.<sup>2</sup>

Assim, o *uso cultural da cultura* da Feira de Artesanato está nos sentidos e valores atribuídos às coisas, pessoas, atividades envolvidas, como as danças, as músicas, o folclore, o lazer. E, apesar de a cultura não ser uma superestrutura, é uma forma de expressão de saberes que fundamenta a produção e reprodução da Feira e daqueles que a fazem.

A Feira proporciona lazer, o qual é visto como elemento do processo de reprodução, em que o tempo se organiza em função da reprodução de relações sociais. Usa-se o espaço da Feira para proporcionar opções de consumo do tempo livre. Dessa forma, ao espaço da Feira é dada a função de proporcionar entretenimento diverso e diversificado e, assim, atender às expectativas de seus visitantes.

Para Silveira (1999),<sup>3</sup> a produção imaterial dos lugares é resultado da produção imaterial do turismo. O lugar turístico torna-se um produto da ciência e da tecnologia, com conteúdo tanto informacional quanto ideológico, que para o capitalismo é facilmente comerciável.

A produção global do turismo, para a autora, é, sobretudo baseada nas formas de organização da atividade turística que impõe ritmos à sociedade. A Feira, como uma ação municipal conduzida para divulgar cultura, ampliar a economia informal e o turismo local e regional, surge também para valorizar “a cultura como fonte de riqueza” das populações locais e regionais. Associada às atratividades da Feira está a necessidade de lazer e do tempo de ócio do homem moderno. Desse modo, as excursões para as festas, feiras, refeições típicas, cidades históricas são formas de mercantilização desse tempo. As pessoas da Feira de Montes Claros são *convidadas a uma multiplicidade de opções onde a sociedade trabalha para a produção e reprodução dos serviços turísticos*.<sup>4</sup>

Na produção do turismo em Montes Claros, através da Feira, a construção da imagem local e regional demonstra aspectos da globalização, principalmente, dos códigos culturais das necessidades e dos gostos. Nessa perspectiva, acrescenta Ferrara *apud* Silveira (1999) que o turismo nada mais é do que uma globalização do imaginário, no qual se exporta a natureza, o produto ou o indivíduo tomados como marcas, sinais, índices do pitoresco, que definem o território. Segundo a autora, *essa estratégia é responsável por uma curiosa máscara que permite encontrar, no mundo, a imagem de todos os territórios*.<sup>5</sup>

Através da Feira, a cultura local e regional torna-se elemento de um código universal. A gastronomia, as manifestações folclóricas presentes na Feira acabam desenvolvendo uma necessidade de “consumo globalizado”.

---

<sup>1</sup> *Ibidem*, p.89.

<sup>2</sup> *Ibidem*, p.189.

<sup>3</sup> SILVEIRA, M. L. Da Fetichização dos Lugares à Produção Local do Turismo. In: RODRIGUES, A. B. **Turismo. Modernidade. Globalização.** (Org.). São Paulo: Hucitec, 1999. p.37.

<sup>4</sup> *Ibidem*, p.39.

<sup>5</sup> *Ibidem*, p.41.

Portanto, o turismo ofertado na feira, enquanto ramo da atividade econômica, produz também artificialidades, como o “não-lugar”, além de envolver uma questão que se refere à própria definição. Carlos (1996)<sup>1</sup> acrescenta ainda que o turismo – atividade econômica – engloba um conjunto de atividades produtivas e não-produtivas. O processo de reprodução da Feira constitui, então, na produção de relações sociais, um espaço, um modo de vida, uma cultura, valores e desejos, além do modo de gastar o tempo do não-trabalho.

Para Carlos (1996),<sup>2</sup> o processo de valorização e desvalorização dos lugares está condicionado ao ponto estratégico do sistema de reprodução das relações sociais que, enquanto lugares estratégicos controlados por estruturas, permitem manter e reproduzir o sistema mundial. Afinal, a sociedade urbana caminha rumo à sua realização global, na qual a informação e as redes são fatores de suma importância para a concretização desse processo.

A Feira de Montes Claros, enquanto lugar turístico, tende a estar no global, sem deixar de ser específica do lugar e do regional. Articulando uma rede de lugares, a Feira atrai os de dentro e os de fora de Montes Claros. O processo então tem, como pano-de-fundo, a mundialização da sociedade, da economia, da cultura e do próprio espaço, que se constitui em um espaço cada vez mais articulado e conectado em um novo olhar sobre o local. Assim, os espaços materializam-se em estratégias concretas de reprodução. Carlos (1996) comenta

A diferenciação entre os lugares aparece como produto da especialização e da divisão espacial e social do trabalho, onde as parcelas particulares participam de modo diferenciado da reprodução do sistema.<sup>3</sup>

Portanto, a Feira não pode ser entendida, segundo Carlos (1996),<sup>4</sup> como lugar em que se desenvolve a vida em todas as suas dimensões. Isso significa que a Feira de Artesanato, mesmo sendo parte da história da cidade, da região, desenvolvendo-se em função da cultura, tradição, língua, tem hábitos que são próprios e foram construídos ao longo da história, é organizada com um espaço turistificado e apropriável para o desenvolvimento do turismo.

Apesar de oferecer um espaço temporário de lazer, é envolvida também em relações cotidianas, como as de vizinhança, principalmente, através do contato com as barracas e outros artesãos. Permite encontros de pessoas, espaço para ouvir música e fazer degustação. Assim, parte da vida cotidiana está presente nos atos rotineiros que acabam criando laços profundos com os artesãos. A Feira não é o *lugar que o homem habita dentro da cidade que diz respeito a seu cotidiano e a seu modo de vida aonde se locomove, trabalha, passeia*: significa a maneira pela qual o homem apropria e usa este lugar.<sup>5</sup>

Ainda segundo Carlos (1996),

Todavia a cidade é produzida a partir da articulação de áreas diferenciadas com temporalidades diferenciais que se produzem, fundamentalmente da constituição de uma forma de apropriação para uso que envolve especificidades que dizem respeito à cultura, aos hábitos, costumes, etc, que produzem singularidades espaciais que criam lugares nas cidades das quais a rua aparece como elemento importante de análise.<sup>6</sup>

O uso dos espaços, visto por meio da Feira, possui múltiplas dimensões. Dentre vários sentidos, a Feira tem sentido de fim. O sentido de fim aparece quando seu uso se volta para a comercialização de mercadorias, de mercado vinculado à troca. Isto é percebido na reunião de pessoas, no comércio e na economia informal. A Feira de Artesanato tem, também, um sentido

<sup>1</sup> CARLOS, A. F. A. **O Lugar no / do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996. p.112.

<sup>2</sup> CARLOS, A. F. A. **O Lugar no / do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996. p.49.

<sup>3</sup> *Ibidem*, p.50.

<sup>4</sup> *Ibidem*, p.20.

<sup>5</sup> *Ibidem*, p.21.

<sup>6</sup> *Ibidem*, p.86.

de festas, com suas apresentações folclóricas, suas músicas e danças; tem sentido de encontro de pessoas, saberes e culturas.<sup>1</sup> Nesse contexto, Carlos (1996) acrescenta que:

O processo de produção do espaço urbano tende para a homogeneidade, o que não elimina uma forte distinção de áreas do território da cidade, que se diferenciam pelos modos de apropriação; usos. São áreas de poder, de riqueza, de lazer, espaços nobres, vulgares, residenciais, comerciais, industriais, áreas de migrantes, conjuntos para elite, onde cada vez mais os laços entre formas espaciais e culturais são tênues e difíceis de serem estabelecidos na metrópole.<sup>2</sup>

O uso dos recursos naturais do lugar é feito pela população, pelos visitantes, pelos artesãos, que a partir do barro, das árvores, dos frutos, do solo, da paisagem se apropriam desses recursos e dos seus hábitos, costumes, do seu modo de vida e transformam em artesanato, em cerâmica, em licor, em obras de arte, em comida típica e em lazer.

A gastronomia local e regional apropria-se da produção rural, como a farinha de mandioca, o queijo, o frango, o feijão, a carne, o pequi, o tempero, entre outros, e a transforma em produtos típicos expostos e comercializados na Feira.

A culinária regional constitui-se para a Feira em um dos grandes atrativos culturais, proporcionando aos frequentadores, visitantes e à comunidade o contato com a tradição da cozinha norte-mineira e a possibilidade de degustarem, apreciarem e manterem seus costumes.

A partir do uso da Feira de Artesanato, é possível compreender a cidade de Montes Claros e região. As feiras sempre estiveram presentes nos modos de vida das populações do Norte de Minas. Porém, a Feira do Artesanato manteve e transformou o significado dos encontros, principalmente, como atratividade turística.

O turismo vem por meio da Feira de Montes Claros realizar suas apropriações, principalmente, das tradições culturais da região. A Feira também representa uma alternativa de valorização da cultura, de geração de subempregos, renda e melhoria da qualidade de vida de uma parcela de desempregados. Na cidade e para o cidadão, ela tem gerado um espaço de lazer.

A Feira, enquanto espaço de lazer, cria laços mais ou menos tênues entre a rua e a cultura, movimenta a comunidade por meio da prática social que expõe o vivido, com seus símbolos e funções informativas e lúdicas.<sup>3</sup>

A rua, onde acontece a Feira de Artesanato, representa parte do cotidiano da vida social de Montes Claros; nela o espaço se transforma em lugar de passagem, de interferências de circulação e comunicação, tornando a Feira *microscópio da vida moderna*.<sup>4</sup>

Como os usos são variados e diversificados, pode-se considerar que os artesãos, a comunidade, a Prefeitura, as empresas privadas, entre outros, também têm suas inscrições na Feira. A seu modo, apropriam-se da cultura local e regional e a consomem, seja por meio do lazer, do comércio, da mercantilização, seja pela espetacularização do espaço da Feira.

A população - jovens, adultos, idosos, crianças, famílias - prestigia as manifestações culturais da Feira como *shows*, a música, a dança folclórica. É a busca de saberes, de (re)encontros, do lazer. É a cultura como atrativo e sedução da Feira de Montes Claros.

A Feira, como lugar de manifestação da cultura, aparece como universo de escolha, opções,

<sup>1</sup> CARLOS, A. F. A. **O Lugar no / do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996. p.90.

<sup>2</sup> *Ibidem*, p.66.

<sup>3</sup> *Ibidem*, p.91.

<sup>4</sup> LEFEBVRE *apud* CARLOS, A. F. A. **O Lugar no / do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

produção, circulação e consumo de sentido e de valor. Essa visão agrega a cultura aos diversos níveis e instâncias de fenômenos sociais (econômicos, religiosos, políticos), em vez de localizá-la na totalidade da vida social.

Para Meneses (1996),<sup>1</sup> os valores culturais não são espontâneos, não nascem com o indivíduo e não são produtos da natureza. Na verdade, decorrem da ação social. Nesse sentido, o turismo tem que respeitar a dimensão plural da cultura. Só assim poderá ser *fonte fecunda de renovação*; do contrário, apenas atenderá às exigências do mercado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Feira de Artesanato de Montes Claros é, na realidade, um espaço onde as pessoas, os artesãos, as instituições públicas e/ou privadas se apropriam e usam os espaços direta e indiretamente. Porém, mesmo no sentido de “festa – evento - espetáculo”, a Feira ainda consegue ser um espaço próprio com as características locais, onde é possível observar as tradições proporcionando sedução aos que a freqüentam.

Considerando-se as potencialidades da Feira, entende-se que a Prefeitura Municipal de Montes Claros, através da Secretaria da Indústria Comércio e Turismo e, atualmente, da Secretaria de Cultura, criou e usa a Feira com o objetivo de ampliar a comercialização dos produtos produzidos pelos setores informais da economia local e suas estratégias visam promover o fortalecimento da economia informal. Nesse sentido, a Feira gera, também, expectativas de renda e ocupação para uma parcela da população que não consegue atender às exigências da economia formal.

Além disso, a Feira tem demonstrado capacidade de proporcionar ao microempresário e aos artesãos, oportunidades de negócios para sua produção e de criar um mercado próprio. Representa um espaço próprio para comercialização dos produtos do setor informal como a arte, a cultura, os costumes, as diversas manifestações folclóricas, os festivais. Assim, devido à dimensão socioeconômica que ela alcança, os objetivos propostos inicialmente foram extrapolados.

Hoje a Feira é muito mais que um espaço de negócios da economia informal. Ela representa lazer, cultura, comida, festa, ponto de encontro, tradição, alegria e, recentemente, atrativo turístico. Representa a concretização de um espaço público para o lazer, para o encontro, para a divulgação da cidade e o reconhecimento de talentos artísticos.

A Feirinha já faz parte do cotidiano, da vida e da cidade. É o lugar onde não existe diferença de classes sociais, raça, estilos. Constitui-se no maior espaço de representatividade da cultura local e regional. Como espaço público, dá oportunidade à gente do sertão de conhecer, admirar, sentir e se emocionar com as diversas manifestações de diversos lugares e povos.

Pode-se dizer que, além de ser usada e apropriada por vários sujeitos sociais, a Feira é também um espaço que potencializa a cultura, seduz as pessoas, contribui para o desenvolvimento turístico, levando em conta as peculiaridades do lugar e de sua gente. A Feira representa possibilidades de melhorar a qualidade de vida dos artesãos, da população envolvida e, principalmente, divulgar ao mundo a “simplicidade”, as tradições, o folclore e a cultura do sertão mineiro e da sua gente.

## REFERÊNCIAS

CARDOSO, C. A de A. **A Cidade e a Festa no Interior do Nordeste**: espetáculo de poder, modernização e transformação cultural em Campina Grande. 2000. 214f. Tese (Geografia

---

<sup>1</sup> MENESES, U. T. B. de. Os “Usos Culturais” da Cultura: contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais. In: YAZIGI, G., CARLOS, A. F. A., CRUZ, R. C. A. da. (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Editora HUCITEC, 1996. p.88.

Humana) - Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo. p.165.

CARLOS, A. F. A. **O Lugar no / do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CLAVAL, P. **Geografia Cultural**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1999.

CORIOLOANO. L. N. M. T. **Do Local ao Global**: o turismo litorâneo cearense. Campinas: Papirus, 1998.

FERRARA, L. D'A. O Turismo dos Deslocamentos Virtuais. In: YAZIGI, G., CARLOS, A. F. A., CRUZ, R. C. A. da. (Org.). **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Editora HUCITEC, 1996.

FREIRE, A. L. O. **O Comércio Tradicional e as Transformações na Cidade**. 1999. Tese (Geografia Humana) - Universidade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas – Universidade de São Paulo, 1999.

MENESES, U. T. B. de. Os “Usos Culturais” da Cultura: contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais. In: YAZIGI, G., CARLOS, A. F. A., CRUZ, R. C. A. da. (Org.). **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Editora HUCITEC, 1996. p.88.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas, SP: Papirus Editora, 1997.

SILVEIRA, M. L. Da Fetichização dos Lugares à Produção Local do Turismo. In: RODRIGUES, A. B. **Turismo. Modernidade. Globalização**. (Org.). São Paulo: Hucitec, 1999.