

Recebido: 01/04/2024**Aprovado: 15/04/2024****Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review****FEIRA TUPISSAI: A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO
LOCAL NOS ESPAÇOS CULTURAIS DO CENTRO HISTÓRICO DA
CIDADE DE MANAUS.****FEIRA TUPISSAI: THE IMPORTANCE OF LOCAL
ENTREPRENEURSHIP IN CULTURAL SPACES IN THE HISTORIC
CITY CENTER OF MANAUS.****Lilian Karolline Lima Cavalcante¹****E-mail: lklc.tur19@uea.edu.br****ORCID: 0009-0004-8728-5025****José Vinícius Mar de Brito²****E-mail: jvmb.tur19@uea.edu.br****ORCID: 0009-0000-9786-2747****Savana Araújo Olar³****E-mail: sao.tur21@uea.edu.br****ORCID: 0009-0007-4169-0799****RESUMO**

O trabalho tem como objetivo destacar a importância da integração do empreendedorismo cultural com a utilização de monumentos históricos da capital amazonense. Essa análise é fundamentada na experiência dos empreendedores e em toda a jornada percorrida ao longo dos anos dentro da Feira Tupissai, bem como no impacto observado quando a mesma começou a utilizar espaços públicos culturais. Além dos empreendedores, é importante destacar a visão e o impacto causado na sociedade como um todo. A metodologia adotada foi a qualitativa, visto ser uma pesquisa que aborda aspectos culturais e mais subjetivos. Seus objetivos são exploratórios e descritivos em razão de buscar responder os objetivos propostos. Nos resultados obtidos, podemos observar que a feira funciona não somente como ocupação dos museus que carregam o resgate da memória de nossa história, e ancestralidade, mas impulsiona também o desenvolvimento da economia criativa, através da interação, além de agregar uma riqueza cultural significativa.

Palavras-chaves Empreendedorismo. Cultura e Patrimônio

¹ Finalista do Curso de Bacharel em Turismo pela Universidade do Estado do Amazonas – UEA;

² Finalista do Curso de Bacharel em Turismo pela Universidade do Estado do Amazonas – UEA;

³ Discente do Curso de Turismo da Universidade do Estado do Amazonas - UEA.

ABSTRACT

The work aims to highlight the importance of integrating cultural entrepreneurship with the use of historical monuments in the capital of Amazonas. This analysis is based on the experience of the entrepreneurs and the entire journey taken over the years within Feira Tupissai, as well as the impact observed when it began to use public cultural spaces. In addition to entrepreneurs, it is important to highlight the vision and impact made on society as a whole. The methodology adopted was qualitative, as it is a research that addresses cultural and more subjective aspects. Its objectives are exploratory and descriptive in order to seek to respond to the proposed objectives. In the results obtained, we can observe that the fair works not only as an occupation of museums that carry out the recovery of the memory of our history and ancestry, but it also boosts the development of the creative economy, through interaction, in addition to adding significant cultural richness.

Key-words: Entrepreneur. Culture and Patrimony

1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa surgiu a partir do próprio envolvimento dos pesquisadores com a feira, e da necessidade de abordar a temática dentro do turismo, com o objetivo geral de destacar a importância da integração do empreendedorismo cultural com a utilização de monumentos históricos da capital amazonense. A temática é relevante pois abrange novas discussões em relação a utilização dos patrimônios públicos pela população local, e como esse uso pode ser benéfico para o espaço, trazendo divulgação e melhorias estruturais. A partir disso levanta-se a questão: de que forma a feira pode destacar empreendedores locais e suas identidades dentro desses espaços culturais que refletem a cultura amazonense de outras épocas?

A Tupissai⁴ é uma feira empreendedora que tem sido um pilar na promoção da economia criativa em Manaus desde 2020. Mensalmente, ela oferece um palco para celebrar a diversidade, o empreendedorismo e a riqueza da cultura regional. Com mais de 60 expositores por edição, abrangendo uma ampla gama de segmentos, como brechós, artesanato, arte, alimentação, tatuagens, piercings, marcas regionais e coquetelaria típica, a feira se destaca como um ponto de encontro vital para a comunidade local. Além das apresentações musicais e artísticas, bem como oficinas e *workshops*, a Tupissai atrai regularmente entre 500 e 1.000 visitantes por

⁴ **Tupissai**, derivado da língua Pataxó, significa "roupa" ou "vestimenta". Antes de se estabelecer como uma vibrante feira criativa, a Tupissai iniciou sua jornada como um brechó online.

evento. Ao ocupar espaços históricos e culturais em Manaus, a feira reforça a importância de eventos regionais que enaltecem a história e a cultura amazônica.

“O conceito de empreendedor” é derivado do termo francês *entrepreneur* introduzido pelo economista francês Richard Cantillon, que define o empreendedor como o “agente que compra meios de produção em determinados preços a fim de combiná-los num produto novo”. O conceito de empreendedorismo prende-se com um conjunto de fatores que acabam por ir ao encontro daqueles que são os principais traços que as pessoas empreendedoras regularmente possuem. À semelhança do conceito de empreendedorismo, a palavra empreendedor também não possui uma definição única, mas sabe-se que teve origem no termo francês *entreprendre* que significa empreender e foi utilizada pela primeira vez empresarialmente por *Richard Cantillon* com o objetivo de definir alguém que assume os riscos e as incertezas de um novo negócio.” (PEREIRA, 2020)

O interesse em utilizar patrimônios históricos e culturais surge de uma dupla motivação: a expansão da feira, visando alcançar um público mais amplo e diversificado, e a promoção da visibilidade dos monumentos históricos culturais, que são pouco explorados em nossa cidade, e desempenham um papel fundamental na construção da nossa história e identidade social.

Ao buscar ocupar esses espaços históricos, a intenção é criar uma conexão mais profunda entre o evento e a comunidade local, oferecendo uma experiência enriquecedora que vai além do comércio e do entretenimento. Além disso, ao destacar os patrimônios históricos culturais, estamos contribuindo para preservar e valorizar o patrimônio cultural da região, promovendo um maior entendimento e apreciação de nossa herança histórica.

Dessa forma, ao unir a feira aos patrimônios históricos, estamos não apenas ampliando o alcance do evento, mas também enriquecendo a experiência dos visitantes, incentivando o turismo cultural e fortalecendo o vínculo emocional e identitário com nossa cidade e sua história.

Um exemplo de união entre a cultura e o empreendedorismo se deu no Porto Maravilha, localizado na cidade do Rio de Janeiro. A iniciativa veio após o impacto da Copa do Mundo de 2014, administrada pela Companhia de Desenvolvimento Urbano Regional do Porto do Rio (CDURP), que visou unir a ocupação do patrimônio histórico com cultura e empreendedorismo, utilizando o viés do financiamento público e privado. (Domingues e Albinati, 2016).

Segundo Domingues (2015), há uma certa conexão explícita entre o empreendedorismo e a economia criativa. A aposta na atração de empreendimentos criativos pode ocasionar em frutos positivos se bem visto pelo governo local. Com o projeto de revitalização do Porto Maravilha, os benefícios advindos da Prefeitura do Rio de Janeiro ocasionaram, por exemplo, na diminuição de Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), fundos para restauração do patrimônio cultural imóvel, cabeamento de internet de alta velocidade, além do baixo custo de locações imobiliárias para trabalhadores criativos mais jovens, permitindo ambientes de coworking.

Observa-se que a ocupação cultural em locais que remetem a historicidade de uma determinada região, em conjunto com o viés do interesse institucional e iniciativas da sociedade civil que remetem a criatividade, das diferentes vivências, saberes e olhares presentes na população local, ocasionam em uma re significação territorial daquele espaço, trazendo um vínculo entre o patrimônio histórico e cultural, os moradores e seus futuros ocupantes e visitantes. (Domingues e Albinati, 2016)

De acordo com Pereira (2020), o empreendedor cultural apresenta habilidades para a identificação de oportunidades dentro do setor cultural e demonstra grande facilidade de adaptação diante das constantes mudanças do mundo globalizado. Atuando como um agente que mobiliza recursos criativos e, quando necessário, recursos financeiros, além de desempenhar o papel de articulador de redes sociais, com o objetivo de criar, produzir, organizar e sustentar empreendimentos culturais. Os profissionais que trabalham nesse campo se dedicam a preservar as memórias e histórias de determinado local. Nesse sentido, a cultura não apenas oferece contexto e repertório, mas também serve como meio para que os empreendedores culturais alcancem seus objetivos

2. MATERIAS E MÉTODOS

Para Pereira (2020), a cultura é composta por vários elementos, que juntos são responsáveis pela formação da mente, ou seja, são todas aquelas peças que cultivam a mente, no entanto não há uma única definição para esse conceito, devido sua complexidade e mutabilidade, contudo, o tempo passado possui principal papel na construção desse conceito, pois se inclina diretamente com essa formação.

E qual seria o papel da cultura para a sociedade, dentro de uma perspectiva capitalista? Segundo Domingues e Albinati (2016) ela funciona como um recurso para ser utilizada dentro da economia criativa, que também funciona como uma alternativa de desindustrializar a economia, trazendo uma maior diversidade de tipos de empreendimentos. Ou seja, se os elementos que compõem a cultura se formam pela nossa memória, logo isso se traduz em identidade, e se tal elemento for bem utilizado no campo da economia criativa, ele dá uma maior significância e relevância a um produto.

A presente pesquisa possui abordagem qualitativa, pois propõe analisar características subjetivas e relacioná-las à prática através dos conceitos. O estudo buscou realizar uma análise comparativa entre o caso do Porto maravilha do Rio de Janeiro e a Feira Tupissai, revelando similaridades de propostas de ocupações de espaços públicos e/ou culturais com o objetivo de ressignificar os locais. O estudo possui análise de natureza exploratória, que está diretamente relacionada aos objetivos específicos.

O estudo foi desenvolvido seguindo algumas etapas, como: levantamento bibliográfico e busca de documentação. Durante a primeira etapa, foram realizados levantamentos bibliográficos, em artigos, periódicos e resumos publicados referentes aos principais conceitos de centros culturais e empreendedorismo local, e como eventos ligados à cultura e economia criativa podem contribuir para reestruturação desses espaços.

Para a segunda etapa, adotou-se a busca documental através de publicações nas mídias sociais, de conteúdos gravados em formato de vídeos, e entrevistas semi-estruturadas, com relatos e experiências dos empreendedores locais que participam da feira Tupissai.

Relata-se que a análise dos resultados, foi utilizado a abordagem exploratória crítica, fundamentada pela bibliografia, considerando as seguintes reflexões expostas: como a nova visão capitalista agrega valores empreendedores dentro da economia criativa e como estes promovem política (Albinati, 2016, p. 438; Domingues, 2016, p. 438), e como o exercício do empreendedorismo, para além das satisfações pessoais, promove a independência econômica de uma cidade (Pereira, 2020). A partir do entendimento dessas duas referências, se elaborou os resultados.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao fazermos uma análise minuciosa sobre a execução das edições da Feira Tupissai nos centros culturais presentes no centro histórico da cidade de Manaus, é possível perceber que há

um aumento significativo no número de visitantes dentro desses espaços enquanto o evento está em execução. Além da difusão da cultura local através do empreendedorismo, a feira acaba colaborando indiretamente e diretamente na transformação espacial e dinâmica desses patrimônios museais que agregam a cultura e a historicidade em seu conjunto, além do fomento a economia local, já que muitos dos expositores conseguem ser beneficiados com a venda de seus produtos e seus empreendimentos.

Domingues e Albinati (2016), indagam que nas estratégias urbano-culturais, o poder das noções sobre o empreendedorismo colaboram diretamente na transformação espacial, utilizando o termo “urbanismo global”, existente desde a década de 1990. A ocupação da Feira Tupissai, tanto quanto outros eventos que envolvem o empreendedorismo e a iniciativa criativa dentro de espaços museais ou de historicidade, foi possível notarmos uma repercussão positiva na visibilidade desses espaços culturais em torno da população, trazendo a tona a relação intrínseca entre os moradores, visitantes e patrimônio histórico.

Para Ferro (2016), as cidades são espaços multidimensionais, no sentido de que as relações sócio-culturais existentes se interligam e interagem entre si, fazendo uma cidade ir além de sua função espacial, relacionando diversos temas, culturas, lugares, situações e sua complexidade não pode reduzir-se a apenas uma pequena amostra da sociedade, mas sim na globalização e na troca das relações dos indivíduos que ali residem ou visitam.

Nesta complexidade, a Feira Tupissai se destaca por dar a oportunidade a micro empreendedores locais a investirem e apresentarem seus empreendimentos das mais diversas áreas para a população local, além da integração dos frequentadores da feira com o patrimônio arquitetônico museal presente nos centros culturais do centro histórico. Com as mídias sociais em ascensão nos dias atuais, o marketing da feira também pode ajudar na divulgação dos espaços museais existentes no centro da cidade para o melhor acesso da população local, ocasionando em um aumento simbólico dos visitantes nestes espaços.

Mediante isso, notou-se que os resultados obtidos foram satisfatórios enquanto analisar a feira como um grande potencializador ao utilizar esses espaços culturais e públicos, ressignificando os lugares e integrando o empreendedorismo local com aspectos históricos da cidade de Manaus, e em uma visão maior, o impacto da iniciativa de eventos deste porte também podem vir a colaborar com a transformação espacial em conjunto com a cultura local, e iniciativa criativa dos próprios residentes.

Imagem 01: Edição da Feira Tupissai no Centro Cultural Palacete Provincial



Fonte: Imagens coletadas pela equipe

A cultura empreendedora se tornou mais frequente diante a uma solução que não está de alcance dos governantes, e o empreendedorismo acaba virando não somente uma alternativa, mas também um comportamento, porque ele acaba abrigando não somente um novo negócio, mas um negócio que possui identidade, que são formados pelos objetivos e desejos pessoais de quem empreende (Sczmanski, Brizolla, Kohler, Acosta, 2019). A atividade do empreendedorismo se torna mais fortalecida diante do setor turístico, já que este possui potencial especial dentro do desenvolvimento local, e permite que o empreendedor fortaleça suas competências, ou seja, eles estão diretamente relacionados pois ambos podem trabalhar para o desenvolvimento socioeconômico e sustentável (Souza, Farias, Medeiros, Ferreira, 2020). Diante disso, a Feira consegue integrar a identidade do empreendedor, juntamente com a identidade da cidade e assim contribuir para o setor econômico e cultural.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi realizar e refletir sobre os principais impactos que a feira Tupissai pode causar dentro dos espaços culturais, e como ela pode ser uma aliada no desenvolvimento da economia criativa ocupando lugares públicos e reestruturando, visto que atrai movimento e inclui novas linguagens. O estudo mostra diferentes definições de conceitos de cultura e empreendedorismo local, e através dos relatos dos próprios empreendedores que

participam da feira, busca conhecer suas motivações e iniciativas, e opiniões acerca dos benefícios que o evento proporciona.

O estímulo à economia criativa local, ao empreendedorismo e à revitalização da identidade cultural de nossa sociedade através da ocupação e preservação de patrimônios culturais, busca não apenas promover a valorização do legado histórico, mas também despertar o interesse da população em conhecer e se orgulhar de sua própria história. A proposta do presente trabalho é o uso e a exploração responsável desses patrimônios, que ao serem incentivados, e ocupados pela própria comunidade visam construir um senso de pertencimento e consciência coletiva, fundamentais para a construção de uma sociedade mais consciente e engajada com sua herança cultural. Além de colaborar para que os órgãos gestores desses espaços possam movimentar recursos financeiros e equipar com melhorias estruturais. Essas ações não apenas preservam nossa história, mas também fortalecem os laços comunitários e promovem o desenvolvimento sustentável, criando um futuro onde as gerações vindouras possam se orgulhar e se conectar com suas raízes.

É importante também considerar os impactos negativos da exploração em massa desses espaços. Por exemplo, o aumento do movimento de pessoas e atividades comerciais pode gerar mais resíduos e poluição nos espaços públicos, caso não haja um plano adequado de gestão de resíduos e consciência ambiental por parte dos participantes e organizadores. Além disso, a comercialização em larga escala pode diluir a autenticidade cultural, resultando na produção em massa de produtos genéricos que não capturam adequadamente a riqueza e diversidade da cultura local.

Considerando esses pontos negativos, é fundamental que os organizadores e participantes da feira Tupissai implementem medidas para mitigar esses impactos e garantir que o evento contribua de maneira justa e sustentável para o desenvolvimento da comunidade local.

REFERÊNCIAS

- DOMINGUES, João. **O Porto Maravilha e a ênfase cultural dos novos projetos urbanos**. In: CASTRO, FlaviaLages; TELLES, Mário Fagundes de Pragmácio. (Org.). *Dimensões Econômicas da Cultura: experiência no campo da Economia Criativa no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2015. p. 59-92.
- DOMINGUES, J.; ALBINATI, M. **Espaço empreendedor e empreendedores da cultura: notas sobre a transformação urbana da Zona Portuária do Rio de Janeiro**. *Políticas Culturais em Revista, [S. l.]*, v. 9, n. 2, p. 437–458, 2016. DOI: 10.9771/pcr.v9i2.17628. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/17628>. Acesso em: 22 mar. 2024.
- FERRO, Lígia. (2016). **Da rua para o mundo: etnografia urbana comparada do graffiti e do parkour**, Lisboa: ICS: *Análise Social*, 2018 (n.º 226), pp. 232-236. Disponível em: <https://doi.org/10.31447/as.00032573.2018226.14> Acesso em: 01 abril, 2024.
- PEREIRA, B. L. **O impacto do empreendedorismo cultural na cidade de Covilhã**. Tese (mestre em estudos de cultura) - faculdade de artes e letras, Universidade da Beira interior Covilhã. Portugal. 2020
- SCZMANSKI, A. C.; BRIZOLLA, M. M. B.; KOHLER, R.; ACOSTA, A. C. **Empreendedorismo: uma análise do perfil, história e realidade**. *Salão do Conhecimento, [S. l.]*, v. 5, n. 5, 2019. Disponível em: <https://publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/12706>. Acesso em: 31 mar. 2024.
- SOUZA, H. D.; FARIAS, M. F.; MEDEIROS, V. C. F. A.; FERREIRA, L. V. F. **Turismo, empreendedorismo social e desenvolvimento local: o caso da associação de jovens agroecologistas amigos do cabeça (JOCA)**. *Revista turismo, estudos & prática*, v. 9, n. 1, 2020. Disponível em: <https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/618/588>. Acesso em: 31 mar. 2024.