UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO PÚBLICA

LEANDRO FARIAS MASCARENHAS

A ECONOMIA CRIATIVA NA CIDADE DE CACHOEIRA/BA:
Um estudo sobre a venda de produtos de barro na feira do porto.

CACHOEIRA/BA
2025

LEANDRO FARIAS MASCARENHAS

A ECONOMIA CRIATIVA NA CIDADE DE CACHOEIRA/BA:
Um estudo sobre a venda de produtos de barro na feira do porto.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito à obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Pública, pelo curso superior de Tecnologia em Gestão Pública, da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Orientador(a): Profª. Drª Sielia Barreto Brito

CACHOEIRA
2025

LEANDRO FARIAS MASCARENHAS

A ECONOMIA CRIATIVA NA CIDADE DE CACHOEIRA/BA: Um estudo sobre a venda de produtos de barro na feira do porto

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública, Centro de Artes, Humanidades e Letras, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão Pública.

Aprovado em 18 de Julho de 2025.

gov.br Documento assinado digitalmente
SIELIA BARRETO BRITO
Data: 23/07/2025 14:51:54-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Orientadora Prof. Dra. Siélia Barreto Brito
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

gov.br Documento assinado digitalmente
DORALIZA AUXILIADORA ABRANCHES MONTEIR
Data: 18/07/2025 13:42:05-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Profa. Doraliza Auxiliadora Abranches Monteiro
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

gov.br Documento assinado digitalmente
NELSON EUGENIO PINHEIRO MONTENEGRO
Data: 19/07/2025 07:50:01-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Professor Dr. Nelson Eugênio Pinheiro Montenegro
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

Dedico este trabalho primeiramente a Deus por ter me abençoado em toda a caminhada da graduação. Dedico também aos meus familiares e todos aqueles que estiveram ao meu lado trazendo torcendo pela concretização deste trabalho. A todos, muito obrigado!

AGRADECIMENTO

Em primeiro lugar quero agradecer a Deus e toda a crença em um ser superior que sabe os caminhos a serem percorridos por cada um, nos dando força e determinação para alcançar nossos objetivos sem perder fé e enfrentando todos os obstáculos. Gratidão Senhor!

Agradeço aos familiares e pessoas próximas, amigos, que sempre acreditaram no meu potencial e me estimularam em cada semestre. Aos profissionais pelo qual tive o prazer de conhecer e trabalhar, sem vocês eu não teria tido o estímulo necessário para a escolha do curso realizado.

Por fim, agradeço a todo o corpo docente que tive o prazer de conhecer, de aprender e vê nos olhos de cada um a certeza de que estou no caminho. Muito obrigado!

“O fomento à economia criativa formará um país mais rico, sustentável, vivo, inteligente e que valoriza sua cultura”

Augusto Branco

RESUMO

A economia criativa consiste em empresas com atividades econômicas que se originam da criatividade, cultura e inovação e engloba diversos setores e camadas da sociedade visando gerar movimentação econômica para diversos setores da sociedade. A cultura vem sendo um fator de movimentação na economia de muitas cidades, onde as tradições de uma cidade ou comunidade movimentam financeiramente toda a população. O objetivo desta pesquisa foi analisar a economia criativa a partir da Feira do Porto de Cachoeira, identificando seu impacto cultural, social e econômico sobre os produtores locais e a dinâmica comercial da região. A pesquisa teve como método de trabalho a realização de questionários semi-estruturados realizados com produtores de barro na cidade de Maragogipinho, no Recôncavo Baiano, e produtores que fazem o uso da Feira do Porto na cidade de Cachoeira, também no Recôncavo, como local de venda e divulgação de seus trabalhos. A pesquisa teve como base um total de 27 questionários. Os resultados mostram que, apesar das dificuldades encontradas em questão de infraestrutura para os produtores da região, a Feira do Porto de Cachoeira representa um patrimônio vivo, que reúne economia, cultura e identidade em um mesmo espaço. A feira pode ser considerada como um dos mais importantes espaços de comercialização e valorização cultural da cidade de Cachoeira, reunindo uma ampla variedade de produtos para decoração, artigos religiosos, utensílios culinários e alimentos típicos vindo de produtores locais e da região adjacente.

Palavras chave: economia; criativa; cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 9

2 ECONOMIA CRIATIVA 10

2.1 Abrangência e Setores da Economia Criativa 12

2.2 A Economia Criativa no Brasil 15

3 A FEIRA DO PORTO DE CACHOEIRA/BA.....18

3.1 Os produtos de barros na feira do porto de Cachoeira 20

3.2 Metodologia 22

3.3 Dos resultados 24

3.3.1 Das Olarias de Maragogipinho 25

3.3.2 Da feira do porto de Cachoeira/BA.....28

4 CONCLUSÃO 36

REFERÊNCIAS..... 37

APÊNDICE..... 40

1 INTRODUÇÃO

A economia criativa consiste em empresas com atividades econômicas que se originam da criatividade, cultura e inovação e engloba diversos setores e camadas da sociedade visando gerar movimentação econômica para diversos setores da sociedade. A cultura vem sendo um fator de movimentação na economia de muitas cidades, onde as tradições de uma cidade ou comunidade movimentam financeiramente toda a população.

Segundo Howkins (2007), a economia criativa articula criatividade, cultura e mercado; essa perspectiva é complementada por Florida (2002) e por relatórios internacionais (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013). Estas fontes sustentam o enquadramento teórico deste estudo e serão referenciadas novamente ao discutir os resultados.

A UNCTAD enfatiza as dimensões comerciais e de desenvolvimento, enquanto a UNESCO prioriza a salvaguarda do patrimônio cultural. No presente estudo, observa-se que a Feira do Porto opera tanto como mercado local (ênfase UNCTAD) quanto como repositório de práticas culturais (ênfase UNESCO).

Pode-se dizer que a economia criativa se constitui em atividades baseadas na criatividade e habilidade individual ou de um grupo que resultam em produtos ou serviços relacionadas a cultura e o campo das ideias que vão desde o artesanato tradicional até as complexas cadeias produtivas de mercado.

A discussão sobre a economia criativa e seu impacto no mercado aqui no Brasil teve destaque em 2004, no “I Fórum Internacional de Indústrias Criativas” ocorrido no Brasil, na cidade de Salvador, na Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD). Este setor da economia não ficou presa apenas a capital da Bahia, mas é possível observar também no Recôncavo Baiano, onde a cultura local tornou-se de grande importância para o desenvolvimento econômico no interior (UNCTAD, 2010)

Desta forma, a pesquisa teve como objetivo analisar a economia criativa a partir da Feira do Porto de Cachoeira, identificando seu impacto cultural, social e econômico sobre os produtores locais e a dinâmica comercial da região Este trabalho de pesquisa é de grande relevância para a cidade de Cachoeira, no Recôncavo Baiano, por trazer como tema de pesquisa uma atividade econômica que faz parte da tradição cultural da cidade há muitos anos. A Feira do Porto de Cachoeira reúne produtores de toda a

região que aproveitam o período junino na cidade para exercer a venda de seus produtos.

Para o setor acadêmico, este trabalho servirá como estudo para entender como a economia criativa funciona na cidade onde as tradições culturais fazem parte de festividades e datas importantes na região, tornando-se uma cidade com grande potencial de estudo não só da cultura como da economia local.

2 ECONOMIA CRIATIVA

A criatividade no cotidiano do ser humano se faz presente desde a época dos antigos pensadores da filosofia, no entanto, a criatividade e a economia juntas é algo que vem sendo estudado a poucos anos. Toda a discussão sobre o tema e seu impacto na economia global teve início através da Organização das Nações Unidas, dando destaque a propriedade intelectual aliado a tecnologia (HOWKINS, 2007)

A economia criativa abrange atividades econômicas que se originam da criatividade, cultura e inovação e engloba diversos setores e camadas da sociedade, como, por exemplo, os setores audiovisual, artes, design, publicidade, moda, música, cultura e a tecnologia. Desta forma, pode-se dizer que as tradições culturais de uma sociedade podem ser inseridas na economia de forma local e nacional (UNCTAD, 2010)

A economia criativa também é definida como a “economia das ideias”, pois ela coloca a criatividade e os setores culturais ativos nos processos econômicos nacionais influenciando no mercado mundial (HOWKINS, 2007). Destaca-se também, dentro da economia criativa as empresas ligadas ao desenvolvimento sustentável por promover a diversidade cultural, a inclusão social e a inovação tecnológica.

A criatividade é um recurso inesgotável que impulsiona não só o crescimento econômico, como também a diversidade social e a identidade cultural. Nesse sentido, a economia criativa é vista como um modelo econômico alternativo, que se distancia dos modelos tradicionais baseados na exploração de recursos naturais finitos. (FLORIDA, 2002). Desta forma, destaca-se a diferença entre a economia criativa e a economia tradicional pautada apenas no processo capitalista sem analisar outros segmentos da economia.

Sobre economia criativa e sua relação com a cultura, Tollita (2007) afirma que a relação entre economia criativa e a cultura não é tão recente. Em seu estudo, o autor já citado investiga como os setores econômicos têm moldado e sido moldadas pela expressão cultural da sociedade. Ele examina como as transformações econômicas, como as revoluções industriais e os sistemas de produção em larga escala, influenciaram a produção artística, os padrões de consumo cultural e as percepções de valor estético e social deixando claro que existe uma ligação entre estruturas econômicas e diversidade cultural.

Sendo assim, pode-se dizer que a economia criativa compõe um conjunto de atividades, bens e serviços culturais que possuem valor econômico e cultural para a comunidade, tendo como objetivos também alcançar os setores da economia no mercado mundial (Santos, 2008).

De acordo com Miguez (2007), a economia criativa se constitui em atividades baseadas na criatividade e habilidade individual ou de um grupo que resultam em produtos ou serviços relacionadas a cultura e o campo das ideias. Essas atividades criativas vão desde o artesanato tradicional até as complexas cadeias produtivas de mercado.

Desta forma, pode-se dizer que a economia criativa inclui setores como artes visuais, música, cinema, design, moda, arquitetura, publicidade, gastronomia, entre outros, que se conectam influenciando um ao outro e estimulando a inovação e a colaboração criativa. Ao promover a diversidade e a riqueza cultural de uma sociedade, a economia criativa contribui para a preservação do patrimônio cultural, a promoção do diálogo intercultural e o fortalecimento da identidade cultural de um país ou região (NEWBIGIN, 2010).

Além disso, a economia criativa possui particularidades que a distinguem de outros setores econômicos. Ela é frequentemente caracterizada pela presença de ativos intangíveis, como ideias, conhecimentos, habilidades criativas e propriedade intelectual. Outro aspecto relevante da economia criativa é a interação entre os agentes criativos e as dinâmicas regionais, desempenhando um papel crucial no desenvolvimento desse setor. Cada região possui características culturais, recursos e potenciais criativos únicos, contribuindo para a formação de ecossistemas criativos distintos (PEREIRA; DATHEIN, 2017).

Para Tollita (2007), as dinâmicas regionais se referem aos bens culturais que carregam significados, valores e identidades que são intrínsecos à sociedade. Estes

bens transcendem sua natureza material e estão enraizados em contextos sociais, históricos e simbólicos que interagem com os sistemas econômicos, moldando e sendo moldados por eles. O autor destaca que os bens culturais possuem uma dimensão intrínseca que vai além de seu valor monetário.

Essas atividades econômicas criativas também têm o potencial de valorizar e preservar tradições culturais nas comunidades locais. A abrangência da economia criativa no Brasil não se restringe apenas às grandes cidades, mas também abraça as regiões periféricas e rurais, onde a criatividade é expressa de maneiras distintas. A valorização da cultura local e das tradições artísticas regionais contribui para a formação de identidades culturais fortes para o desenvolvimento de economias locais mais diversificadas e resilientes (FIRJAM, 2018).

A presença de um ambiente de apoio e estímulo à criatividade é uma característica que pode definir o sucesso de um ecossistema criativo. Cidades que investem em políticas públicas, infraestrutura e programas de incentivo tendem a atrair talentos e empresas criativas gerando renda para o país. Segundo Florida (2002), a criação de "distritos criativos" e espaços de coworking são exemplos de como ambientes colaborativos podem fomentar a criatividade e a inovação. Tais iniciativas não apenas atraem profissionais criativos, mas também estimulam a economia local (FLORIDA, 2002)

Sendo assim pode-se dizer que a economia criativa abarca diversos setores da sociedade que atuam nos valores mundiais de desenvolvimento econômico, destacando as ideias e a cultura como formas de ganho econômico de mercado.

2.1 Abrangência e Setores da Economia Criativa

As áreas que engloba a economia criativa é ampla e alcança setores da economia que têm em comum a utilização da criatividade como principal insumo, no entanto, na literatura acadêmica, existe uma pequena discordância de conceitos quando se trata da abrangência. De acordo com Stoneman (2010), muitas vezes os conceitos fazem uma distinção quando se fala de indústrias criativas e indústrias culturais, por isso, busca-se definir melhor os bens e serviços que cada indústria produz no momento das definições de setores.

Falando sobre a abrangência da economia criativa, a UNESCO (2013) afirma que os setores criativos podem ser divididos em quatro grandes categorias: (1) as artes e o patrimônio, que incluem a produção artística, os museus e as atividades culturais tradicionais; (2) os setores das mídias, como o cinema, a televisão, o rádio e a produção editorial; (3) os setores funcionais, que envolvem o design, a arquitetura, a moda e a publicidade; e (4) os setores tecnológicos, como os videogames, o desenvolvimento de software e a animação digital.

Simplificando o conceito relacionado a abrangência, Reis (2008) afirma que de acordo a literatura, a economia criativa pode ser dividida em quatro abordagens distintas: (1) indústrias criativas; (2) economia criativa; (3) cidades e espaços criativos; e, (4) economia criativa como estratégia de desenvolvimento.

O Ministério da Educação afirma que considera economia criativa os setores que utilizam como processo principal o ato criativo em atividades que abrangem a riqueza cultural, social e econômica da sociedade ou de uma região específica de forma que a parte cultural possa se inserir no mercado gerando renda e números no mercado local e mundial (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2011)

Entre os anos de 2008 e 2009, a Unesco e a UNCTAD designavam como setores da economia criativa e sua ligação com a economia mundial as áreas referentes ao patrimônio natural e cultural, espetáculos e celebrações, artes visuais e artesanato, livros e periódicos, audiovisual e mídias interativas, design e serviços criativos, manifestações tradicionais, artes performáticas, novas mídias, design e publicações e mídias impressas, artes visuais, sítios culturais. No ano de 2011, o Ministério da Cultura aumenta a abrangência de setores relacionados a economia criativa inserindo neste contexto o patrimônio material, patrimônio imaterial, arquivos e museus, culturas indígenas, culturas afro-brasileiras, arte digital, dança, música, circo, teatro, cinema e vídeo, publicações e mídias impressas, moda e arquitetura. (REIS et.al., 2017).

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada destaca desde o ano de 2013 o patrimônio cultural e todas as suas formas de arte e cultura como fonte de economia criativa por permitir através da cultura um retorno econômico, que movimenta o mercado regional, em muitos casos através do turismo. Ou seja, a cultura de uma determinada região passa a ser utilizado como fonte de renda para a população e para o Estado (ARAÚJO et.al., 2013)

Pode-se dizer que cada um desses setores citados desempenha um papel fundamental no desenvolvimento da economia criativa, gerando inovação, empregos e novas oportunidades de negócios que impactam o mercado mundial por permitir aos países em desenvolvimento um crescimento no ranking de crescimento econômico De acordo com a UNCTAD (2010), a economia criativa representa uma importante fonte de crescimento econômico e desenvolvimento social, principalmente nos países em desenvolvimento, onde a cultura e a criatividade são recursos valiosos. Esses setores são altamente dinâmicos e dependem da inovação constante para se manterem competitivos.

Marketer (2021) produziu um relatório mostrando a importância da publicidade e seus novos métodos em campanhas criativas e personalizadas trazendo a atenção do expectador para o produto a ser estimulado a venda e chamando a atenção dos consumidores, incluindo bastante na atualidade a questão cultural e social como produto de mercado. Essa dinâmica que permite o uso da criatividade ligada a cultura e sociedade vem crescendo no mercado abrindo novos campos de visão para a junção entre cultura e economia.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2019), o turismo cultural é um dos segmentos ligados a economia criativa que mais cresce no país, atraindo visitantes interessados em experiências que valorizem a cultura local, como festivais, exposições e patrimônio histórico. Essa interação entre turismo e economia criativa promove a geração de emprego e a preservação da cultura local, criando um ciclo positivo de desenvolvimento econômico e cultural.

A interseção entre criatividade, inovação, cultura e publicidade vem atraindo investidores que enxergam a cultura e todo o seu patrimônio material e imaterial como grandes potências de mercado e movimentação da economia. Segundo o relatório da Art Basel (2021), a economia criativa e seus setores tem crescido exponencialmente, atraindo tanto artistas quanto investidores. Essa nova onda de criatividade apresenta oportunidades únicas, mas também desafios em relação à regulamentação e à sustentabilidade do mercado.

A ligação dos setores culturais com a economia traz para o mercado resultados significativos que beneficiam não apenas os indivíduos, mas também a economia como um todo. Essa sinergia pode potencializar o impacto da economia criativa, contribuindo para o crescimento econômico sustentável e o desenvolvimento social. A economia criativa tem a capacidade de transformar essas ideias, a criatividade e o

patrimônio cultural em produtos e serviços de valor econômico que movimentam o mercado mundial, atraindo um grande número de trabalhadores para o mercado formal (HOWKINS, 2007).

Outra característica do mercado criativo é a sua flexibilidade e adaptabilidade. A economia criativa é altamente dinâmica, e os profissionais que atuam nesses setores precisam estar constantemente inovando para se manterem competitivos. Além disso, os setores criativos geralmente operam em um ambiente de incerteza, o que demanda agilidade e capacidade de adaptação às mudanças que ocorrem no mercado a cada nova tecnologia lançada (BAKHSHI; FREEMAN; HIGGS, 2013).

A economia criativa também é caracterizada pela sua capacidade de gerar impactos sociais positivos, pois não visam apenas a lucratividade, mas também a inclusão social e o empoderamento de comunidades. Projetos que promovem a cultura local e a participação comunitária, como oficinas de arte e programas de capacitação, demonstram como a criatividade pode ser um motor de mudança social. Essas iniciativas criativas são fundamentais para o desenvolvimento de sociedades mais justas e igualitárias (O´REILLY, 2017).

De acordo o relatório do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES, 2020), a economia criativa estimula a promoção de práticas culturais contribuindo para a coesão social e o empoderamento das comunidades, gerando benefícios tanto econômicos quanto sociais que refletem tanto no presente quanto no futuro.

Em suma, a economia criativa forma um ecossistema dinâmico e inovador de possibilidades de mercado e renda para economia, destacando seu potencial para contribuir significativamente para o desenvolvimento econômico e social ao utilizar o patrimônio cultural e a criatividade como chave para a movimentação econômica de uma população ou comunidade.

2.2 A Economia Criativa no Brasil

O Brasil é um país que possui vasta diversidade cultural que se reflete em uma produção criativa dinâmica e única. O setor da economia criativa desempenha um papel fundamental na geração de empregos, especialmente para jovens profissionais. Ele impulsiona a inovação e o desenvolvimento de novos produtos e serviços, ao

mesmo tempo em que valoriza a cultura e a identidade nacional, contribuindo para o fortalecimento do tecido social

No Brasil, a discussão sobre a economia criativa e seu impacto no mercado iniciou em 2004, no “I Fórum Internacional de Indústrias Criativas” ocorrido no Brasil, na cidade de Salvador, na Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD). Convém ressaltar que a criação de um setor da ONU sobre a economia criativa deu-se em 1965 com o intuito de discutir a economia mundial e suas novas possibilidades (REIS et.al., 2017).

Devido ao crescimento na economia criativa e seu impacto no país, o Ministério da Cultura lança no Brasil, em 2011, o ‘Plano da Secretaria da Economia Criativa” com o intuito de definir políticas e ações que possam promover o desenvolvimento da economia criativa no país. Em 2012, o Decreto 7.743 regulamenta a criação da Secretaria da Economia Criativa, subordinada ao Ministério da Cultura com objetivo de realizar e conduzir políticas públicas que ligadas ao desenvolvimento local e regional, tornando a cultura um eixo estratégico de desenvolvimento do Brasil (REIS et.al., 2017)

O Brasil tem um potencial significativo no setor criativo, especialmente em áreas como o audiovisual, a moda, o design, música e artesanato. Esses setores são alavancados pela diversidade cultural e pela capacidade de inovação dos profissionais brasileiros, que se destacam pela criatividade e pela qualidade de suas produções atrelado a cultura de suas cidades e familiar (FIRJAN, 2008)

A economia criativa tem influência no mercado brasileiro e uma quantia significativa no PIB brasileiro. No ano de 2006 a indústria criativa correspondia a 21,8% dos trabalhadores formais no Brasil, em 2012 o número de indústrias criativas deu um salto devido a implementação de novas categorias ao mercado. Com isso, no ano de 2012, o número de estados brasileiros que registravam empresas ligadas a indústrias criativa na renda do país cresceu para 26, resultando em mais de 30% no PIB. (FIRJAN, 2008)

O crescimento gradativo da economia criativa no país é marcado pelo aumento da população pelos bens de consumo relacionado a cultura popular e a arte. De acordo com Alves e Souza (2012) os gastos com cultura deram-se devido o aumento do interesse cultural pelos segmentos A, B e C da sociedade e do estímulo a cultura dado pelas entidades públicas tanto fora do lar quanto dentro do lar, atuando tanto em

edificações como museus, teatro e futebol, quanto através do mundo digital através da TV e outros eletrônicos mais atuais.

O desenvolvimento cultural e a sua diversidade atraem a atenção do mercado nacional e internacional devido a sua variedade cultural e regional, bem como a valorização de tradições, estilos e expressões artísticas que fortalece a identidade brasileira e chama a atenção de diversos setores do mercado de multinacionais. O processo de urbanização tendo como base de sua atuação as necessidades do cotidiano de uma comunidade ou cidade (SANTOS, 2008)

Para ajudar no desenvolvimento de economias criativas no Brasil, surgiu no ano de 1972 com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE). Esta empresa tem como objetivo estimular a economia criativa através de apoio, inclusive financeiro e de orientação, para pequenas e médias empresas que estão iniciando em diversos ramos, principalmente quando se refere de economia criativa (CASTRO E FIGUEIREDO, 2016). O SEBRAE foi instituído em 1972. Desde então, tem apoiado micro e pequenas empresas, incluindo iniciativas de capacitação e apoio a empreendimento criativos.

No estado na Bahia, a cidade de Salvador se destaca na economia criativa devido à valorização do seu processo cultural, que gera renda através do turismo para trabalhadores formais e informais, além da movimentação financeira gerada para o Estado devido o grande número de turistas. Além da questão histórica, Salvador e o Recôncavo Baiano é conhecido pela a sua religiosidade de matriz africana e trabalhos de artesanato comuns de serem encontrados no Pelourinho e feiras culturais no Recôncavo (SANTOS, 2020).

A quantidade de turistas existentes na cidade de Salvador, principalmente no verão, mostra como a cultura regional torna-se uma forma de economia criativa, onde a cultura da região pode é utilizada como fonte de movimentação econômica local e estadual. Salvador é considerada uma cidade criativa, pois permite que o clima turístico seja de acolhimento, ambiente acessível que traga a ideia de socialização (SANTOS et.al., 2016)

Convém ressaltar que economia criativa atrelada as tradições regionais trazem as várias formas de trabalho tanto formal quanto informal. Além do retorno financeiro para o Estado que utiliza a cultura como um dos métodos de aquisição e desenvolvimento econômico para o local.

Fica claro, de acordo a bibliografia abordada, que a economia criativa promove a valorização do patrimônio cultural e da identidade local. A Organização Mundial do Turismo (2019) afirma que ao integrar elementos culturais em produtos e serviços, os empreendedores criativos conseguem preservar a cultura local e, ao mesmo tempo, gerar inovação. Isso é evidente em setores como o turismo cultural realizado em Salvador e no Recôncavo Baiano, onde a autenticidade e a tradição se tornam atrativos para os visitantes.

As tradições culturais do Recôncavo Baiano estão inseridas no processo de economia criativa, onde a cultura local movimenta as cidades economicamente e permitem uma grande movimentação de pessoas e financeira.

3 A FEIRA DO PORTO DE CACHOEIRA/BA

A cidade de Cachoeira, no Recôncavo Baiano, teve seu início no ano de 1531 com a chega do fidalgo Paulo Dias Adorno e seu primeiro engenho de açúcar na região. Com a chegada de Paulo Dias Adorno, outros senhores de engenho começaram a se instalar na região fazendo da cidade de Cachoeira, antes chamada de Vila de Nossa Senhora do Rosário. Além do açúcar, a produção de fumo era extensa e fazia do Recôncavo Baiano e do porto da Vila de Nossa Senhora do Rosário uma região de grande produção comercial (SANTOS et.al., 2016)

A cidade de Cachoeira possui um grande legado cultural oriundo do contingente de africanos trazidos para o trabalho forçado desde o século XVI que deixou um legado cultural relacionado a religiosidade, arte, arquitetura, festas populares (NETO, 2011). Destas tradições ainda mantidas na cidade é possível perceber a economia criativa atuando na movimentação financeira da cidade (SANTOS et.al., 2016). A feira do porto de Cachoeira é um exemplo dessas tradições.

Do século XVII até o século XIX, a vila de Nossa Senhora do Rosário, atual cidade de Cachoeira, tornou-se o segundo maior ponto comercial da Bahia contendo um porto de grande movimentação de produtos e de pessoas. O número de moradores cresceu e a quantidade de africanos chegados de forma forçada para trabalhar em plantações de açúcar e fumo era intensa. Com isso, o legado cultural africano tornou-se intensa na região, juntando-se aos valores culturais também de outras regiões do mundo (SOUZA, 2010)

De acordo com Almeida (2015), na década de 70 a cidade de Cachoeira era marcada pelos festejos juninos e a Feira do Porto. Nesta feira ocorria a venda de produtos típicos do período junino, principalmente gêneros alimentícios, que eram produzidos pelas pessoas da cidade e regiões próximas. Desta forma, Almeida (2015) afirma que a Feira do Porto de Cachoeira tornou-se um comércio que faz parte da tradição popular referente ao período junino na cidade.

A feira do porto da cidade de Cachoeira acontece no período de junho e acompanha os festejos juninos na cidade, durante a festa tem-se o período o maior movimento da feira e, consequentemente, da venda dos produtos da região de Cachoeira e Recôncavo. Destaca-se como ponto importante da feira do Porto e, objeto deste estudo, a venda dos produtos confeccionados com o barro, matéria prima característica de parte da região do recôncavo baiano. A confecção de produtos com o barro, aponta para as tradições e legados afro-brasileiros (ALMEIDA, 2015).

Castro (2012) também cita a importância da Feira do Porto de Cachoeira afirmando que o tombamento da cidade de Cachoeira no Recôncavo Baiano destacou a existência da feira como parte de uma tradição cultural onde os produtos típicos do mês de junho costumam ser comercializados. A feira passou a ter mais destaque nos anos 70 com o desenvolvimento e crescimento do sistema de transportes na região, tais como ônibus, van, dentre outros.

Castro (2012) também afirma que na atualidade, a feira passou a ser utilizada também para a venda de produtos criados nas regiões do Recôncavo, tendo como destaque a produção de elementos produzidos com o barro tanto para artesanato quanto para produtos utilizados em áreas profissionais como as panelas e tachos de barro para restaurantes. A comercialização de tais produtos é fato que carece certa atenção, pois a região do Recôncavo Baiano possui muitos artesãos de produtos à base de barro principalmente no município de Maragogipinho, localizado a 91,7 Km da Cidade de Cachoeira, que utilizam a Feira do Porto como maior período de comercialização de seus produtos (CARBONELI, 2015).

Fotografia 1 e 2: Barracas de produtos expostos na Feira do Porto
Fonte: Autoral, 2025 – Cachoeira – BA

3.1 Os produtos de barros na feira do porto de Cachoeira

A comercialização de produtos de barro na Feira do Porto de Cachoeira possui uma importância econômica e cultural que se destaca pela produção de produtos feitos com argila. Embora a cidade de Cachoeira possua uma rica cultura, reconhecida por suas tradições religiosas, patrimônio histórico e artistas renomados, grande parte desses produtos é originária de Maragogipinho, distrito de Aratuipe, localizado a aproximadamente 91,9 km de Cachoeira, que por se encontrar em uma região próximo de água e, consequentemente, mangues, tem facilidade em obter a matéria prima para dar seguimento a uma tradição familiar (CARBONELL, 2015).

A feira, historicamente, sempre ocorreu à beira do cais da cidade de Cachoeira e sempre teve um grande fluxo de compra e venda. A feira tornou-se evento tradicional nas festividades de junho da cidade, sendo um local de atração e visitação dos moradores e turistas (CASTRO, 2012).

Na Feira do Porto da cidade de Cachoeira encontra-se muitos produtos de argila que são produzidos no município de Maragogipinho, principalmente, e também em outras localidades do Recôncavo Baiano. Toda essa movimentação na Feira do Porto de tantos produtores/artesãos mostra como a feira, que antes vendia-se apenas produtos alimentício típicos das festas juninas, também se tornou importante local na comercialização dos produtos de barro (ALMEIDA, 2015).

Fotografia 3: Produtos de barro exposto na Feira do Porto
Fonte: Autoral, 2025 – Cachoeira – BA

Fotografia 04 e 05: Produtos de barro expostos na Feira do Porto
Fonte: Autoral, 2025 – Cachoeira – BA

Esses produtos por serem incorporados ao circuito comercial da Feira do Porto e estar diretamente ligados à identidade cultural local, o estudo deste tema buscou entender como esses elementos cerâmicos, mesmo não sendo diretamente de Cachoeira, se tornam centrais na feira e no imaginário coletivo da cidade, transformando-se em componentes estratégicos da economia criativa regional e da

movimentação comercial intensa no período de realização da feira do porto na cidade de Cachoeira/BA.

As olarias da cidade de Maragogipinho é a principal fornecedora dos produtos cerâmicos comercializados na Feira do Porto de Cachoeira. Ignorar essa origem comprometeria a compreensão completa da dinâmica produtiva e comercial que sustenta a feira. É importante ressaltar que Maragogipinho é amplamente reconhecido como um dos maiores polos de cerâmica artesanal da América Latina, sendo indispensável para uma análise aprofundada da cadeia de valor associada à feira de Cachoeira. Dessa forma, a investigação procurou valorizar e preservar as raízes dessa tradição artesanal, promovendo uma visão ampliada e integrada do fenômeno em estudo.

3.2 Metodologia

O objeto da pesquisa deste trabalho são os produtores/vendedores dos produtos de barro na feira do porto da cidade de Cachoeira-BA. Ficou claro durante a pesquisa que muitos dos vendedores eram os próprios produtores dos produtos de barro vendidos na feira. Para alcançar esta conclusão a pesquisa mapeou um total de 20 vendedores/produtores de produtos de barro na feira do porto de Cachoeira. Após mapeados, constatou-se que parte que 50**%** são produtores, dedicando-se exclusivamente à fabricação e venda de seus próprios produtos. **35%** são produtores que, além de sua própria fabricação, também adquirem produtos de outros artesãos para revenda. **15%** atuam apenas com revenda, comercializando produtos feitos por terceiros.

Foram conduzidas 20 entrevistas presenciais na Feira do Porto de Cachoeira, entre 1º e 2 de junho de 2025, e 7 entrevistas nas olarias de Maragogipinho, em 8 de julho de 2025, totalizando 27 participantes. Os dados de natureza quantitativa foram examinados por meio de análise de frequência (frequências absolutas e relativas), enquanto as respostas abertas foram interpretadas por análise de conteúdo temática, permitindo identificar padrões, recorrências e categorias emergentes.

No distrito de Maragogipinho, foram realizadas entrevistas com sete olarias situadas no entorno da praça central. Todos os entrevistados declararam exercer a atividade de produção artesanal de barro, identificando-se como produtores.

Assim, foram feitas duas entrevistas: uma nas olarias de Maragojipinho e outra na feira do porto de Cachoeira. As entrevistas realizadas na cidade de Maragogipinho

foi realizada no período de 08 de junho, sendo possível o contato e diálogo direto, onde foi declarado a existência de uma tradição familiar na produção dos produtos e sua venda na feira do porto. A segunda etapa da entrevista ocorreu no período de 01 de junho a 02 de julho de 2025, na feira do porto de Cachoeira/BA, sendo realizada um total de 20 entrevistas com produtores e vendedores de argila da região.

Esta pesquisa seguiu um modelo misto de abordagem, que combinou métodos qualitativos e quantitativos, com objetivos exploratórios e descritivos. A abordagem qualitativa permitiu uma compreensão aprofundada das motivações, percepções e experiências dos vendedores/artesãos de produtos de barro em relação à Feira do Porto de Cachoeira/BA, ao mesmo tempo que buscou entender como esses fatores subjetivos influenciam a decisão de participar ou não da comercialização dos produtos no evento. Para isso, a pesquisa explorou as narrativas dos participantes, buscando identificar temas recorrentes sobre o impacto da feira em sua prática comercial, em suas condições de vida e em sua identidade cultural.

A abordagem quantitativa forneceu dados objetivos e estruturados, permitindo a análise da participação dos produtores de maneira sistemática, possibilitando, assim, a identificação de padrões gerais em termos de frequência de participação, volume de vendas e outros aspectos mensuráveis. A pesquisa exploratória forneceu as informações sobre os produtores da região fazendo uma ligação com a economia local.

De acordo com Gil (2008), a pesquisa exploratória visa promover um maior entendimento sobre um problema pouco conhecido ou em fase inicial de investigação. Ela permite obter uma visão preliminar sobre um fenômeno ou determinado assunto, gerando hipóteses que poderão ser investigadas em pesquisas futuras.

Este trabalho também pode ser considerado uma pesquisa descritiva. Conforme Lakatos e Marconi (2003), a pesquisa descritiva busca registrar, analisar e correlacionar as características de um fenômeno ou população de forma detalhada. Desta forma, a presente pesquisa teve como objetivo mapear as características da participação dos produtores na feira, seus hábitos comerciais e as percepções relacionadas à importância da feira para suas atividades.

O principal instrumento de coleta de dados realizado foi um questionário semiestruturado, projetado para capturar tanto informações quantitativas quanto qualitativas. A estrutura do questionário combinou perguntas fechadas, que forneceram dados numéricos que foram analisados por meio de frequências e,

perguntas abertas, que possibilitaram uma investigação mais profunda das percepções subjetivas dos participantes.

Os questionários semiestruturados são eficazes por permitir que o pesquisador tenha um controle sobre os tópicos abordados, ao mesmo tempo que oferecem flexibilidade para explorar respostas mais espontâneas e detalhadas. Essa combinação possibilita uma visão mais completa do fenômeno estudado, equilibrando rigor quantitativo com uma compreensão qualitativa das experiências dos participantes (MINAYO, 2012)

O método de análise dos questionários deu-se através de comparações de respostas tanto fechadas quanto abertas. As respostas fechadas, que fornecem dados estruturados, foram analisadas utilizando análise de frequência (frequências absolutas e percentuais), como percentuais e frequências absolutas e relativas. Esses dados permitiram identificar padrões gerais de comportamento e características comuns entre os participantes, como a frequência de participação na feira, o volume de vendas, e a proporção de renda derivada das vendas na feira.

Este estudo não realizou análise inferencial nem modelos estatísticos. Os resultados quantitativos apresentados baseiam-se unicamente em análise de frequência (contagens e percentuais).

As respostas abertas, que oferecem um espaço maior para a expressão subjetiva dos participantes, serão analisadas por meio da análise de conteúdo temática. De acordo com Bardin (2011), a análise de conteúdo envolve a categorização dos dados textuais que permitiu identificar padrões e tendências recorrentes nas respostas dos participantes, proporcionando uma interpretação mais profunda das percepções e opiniões sobre o tema.

3.3 Dos resultados

A leitura dos resultados a seguir baseia-se em 27 entrevistas (20 em Cachoeira; 7 em Maragogipinho), realizadas nas datas indicadas na seção de metodologia. As análises quantitativas se restringem a frequências e percentuais.

3.3.1 Das Olarias de Maragogipinho

Fotografia 06,07 e 08: Praça de Maragogipinho e Olarias no entorno.
Fonte: Autoral, 2025 – Aratuípe – BA

Durante a pesquisa de campo foram aplicados sete questionários junto a produtores da localidade de Maragogipinho, com o objetivo de compreender o perfil, as motivações e as dificuldades desses artesãos que atuam na Feira do Porto de Cachoeira. A aplicação inicial dessa pesquisa serviu como base para um novo levantamento, que foi, também, realizado durante o próprio evento, permitindo assim a comparação dos dados e a identificação de possíveis mudanças nas percepções e nas condições de venda dos participantes.

A aplicação do questionário ocorreu presencialmente nas olarias do município de Maragogipinho-Ba e, também na Feira do Porto da cidade de Cachoeira, onde os produtores podem ser encontrados em seu ambiente de trabalho. Isso permitirá que o pesquisador estabeleça uma relação mais direta e empática com os participantes, facilitando o processo de coleta de dados e garantindo a compreensão contextual das respostas.

O objeto de pesquisa foi composto por artesãos e produtores de barro que estão ativos em Maragogipinho/BA, especificamente aqueles que, de forma direta ou indireta, comercializam seus produtos na feira do porto de Cachoeira por serem indivíduos contendo uma base relevante para o estudo. Desta forma, os participantes foram escolhidos por sua experiência direta com a Feira do Porto de Cachoeira/BA através dos produtos vendidos.

Fotografia 09,10,11: Olaria Santo Antônio
Fonte: Autoral, 2025 – Aratuípe – BA

Os resultados apontam que 100% dos produtores entrevistados nas olarias de Maragojipinho comercializam seus produtos na feira do Porto, evidenciando a relevância desse espaço como canal de vendas para a produção de barro da região.

Fotografias 12,13,14,15: Fornos utilizados em olarias de Maragogipinho para queima.
Fonte: Autoral, 2025 – Aratuípe – BA

Em relação ao tempo de participação, 71,4% afirmaram atuar na feira há mais de 10 anos, demonstrando um vínculo histórico com o evento, enquanto 28,6% participam entre 1 e 3 anos, o que evidencia também a inserção de novos produtores.

Quanto à forma de comercialização, 57,1% dos entrevistados afirmaram que vendem seus produtos diretamente ao consumidor final na feira do porto, 28,6% repassam em atacado para terceiros, e 14,3% utilizam ambas as formas de venda.

Todos os entrevistados indicaram três principais motivos para sua participação na feira: a oportunidade de vendas, a maior visibilidade dos seus produtos e a tradição familiar. Esses fatores sinalizam que o evento tem grande importância econômica, cultural e social para os produtores.

Em relação à renda, 28,6% dos entrevistados apontaram que a feira representa até 25% do faturamento com o artesanato; 57,1% afirmaram que ela representa entre 26% e 50% da renda; e 14,3% disseram que a feira contribui com entre 51% e 75% do faturamento. Apesar desse impacto financeiro, todos afirmaram que sua produção não depende exclusivamente da feira para continuar.

As vantagens da participação na feira foram unanimemente destacadas pelos entrevistados, que mencionaram o alto fluxo de visitantes e compradores, a possibilidade de vender grandes quantidades, a divulgação dos produtos para outras cidades e o contato direto com o público consumidor como pontos positivos para a permanência anual de muitos produtores na feira.

Todos os produtores reconheceram que a feira contribui para fortalecer a identidade cultural do município de Maragogipinho que tem como marco a grande produção de produtos feitos com o barro. Quanto ao impacto no reconhecimento de seus trabalhos, 42,9% afirmaram que a feira melhora bastante a visibilidade, enquanto 57,1% disseram não perceber alterações significativas.

A maioria dos entrevistados, 85,7%, manifestou interesse em que a feira disponha de espaços fixos ou cobertos, enquanto 14,3% se mostraram indiferentes a essa possibilidade. Por fim, todos os produtores afirmaram que, no momento, não consideram viável complementar as vendas com outras formas de comercialização, como vendas online ou por encomenda.

Em síntese, a pesquisa reforça o papel central da Feira do Porto de Cachoeira na economia e na cultura dos produtores de Maragogipinho. Entretanto, evidencia também desafios estruturais e logísticos que precisam ser enfrentados para garantir melhores condições de trabalho e promover a sustentabilidade dessa importante tradição artesanal. A realização do novo levantamento, durante o evento, possibilitou

uma análise comparativa mais aprofundada e um diagnóstico ainda mais preciso sobre a realidade vivenciada pelos produtores.

Fotografia 16,17,18 – Olarias de Maragogipinho
Fonte: Autoral, 2025 – Aratuípe – BA

3.3.2 Da feira do porto de Cachoeira/BA

A Feira do Porto de Cachoeira é um dos mais tradicionais e relevantes eventos culturais e econômicos da região do Recôncavo. Trata-se de um espaço que vai além da mera comercialização de produtos, tornando-se um importante ambiente de preservação de saberes, práticas e tradições locais. Reunindo vendedores de diversos municípios, o evento é marcado pelo encontro entre o artesanato regional, a culinária típica e a produção de itens religiosos e decorativos, consolidando-se como uma verdadeira expressão da identidade cultural local.

Fotografia 19 e 20: Feira do Porto 2025.
Fonte: Autoral, 2025 – Cachoeira – BA

Os vendedores que atuam na feira possuem um perfil bastante característico, marcado pela forte ligação com a produção artesanal. Dados obtidos por meio de

entrevistas com 20 comerciantes revelaram que metade deles atuam exclusivamente como produtores, confeccionando seus próprios artigos. Além disso, 35% dos entrevistados também compram produtos de outros produtores para revenda, buscando complementar sua oferta e atender a um público mais diversificado. Apenas uma pequena parcela, equivalente a 10%, dedica-se exclusivamente à revenda de mercadorias. Esses números revelam que a feira preserva, em grande parte, seu caráter original, mantendo como principal atrativo o artesanato genuíno e o trabalho manual de produtores locais e regionais.

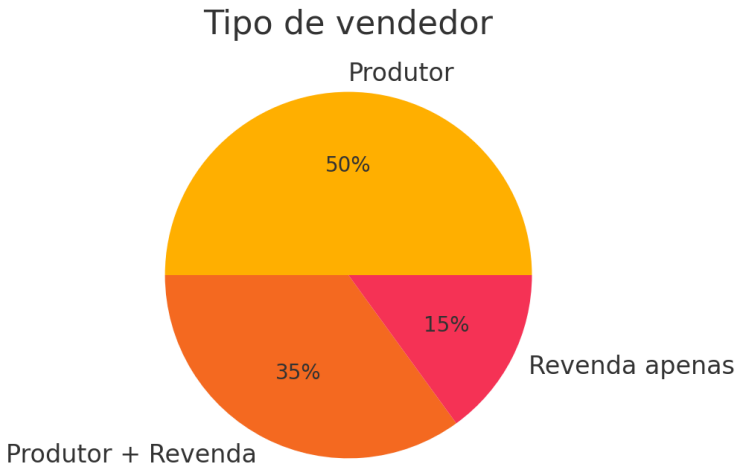

Figura 1: Tipo de vendedor
Fonte: Arquivo Pessoal

Essa predominância de produtores entre os vendedores também reflete a importância da feira como espaço de autonomia econômica. Muitos dos entrevistados relataram ter na feira uma fonte significativa de renda. Aproximadamente 60% afirmaram que entre 26% e 50% de sua renda provém diretamente das vendas realizadas no evento ressaltando que, apesar de vender em outras praças, a feira do porto, ainda atua na contribuição expressiva dos ganhos. Inclusive, outros 30% indicaram percentuais ainda mais elevados, chegando a apontar que mais da metade de seus rendimentos está atrelada à comercialização de seus produtos na feira. Esse dado reforça o papel do evento não apenas como um espaço de exposição cultural, mas como um ambiente estratégico para a sustentabilidade econômica de muitas famílias.

Outro aspecto que chama atenção é o tempo de atuação dos vendedores na

feira. Mais da metade deles, precisamente 55%, informou que participa do evento há mais de uma década. Isso demonstra não apenas o compromisso desses trabalhadores com a feira, mas também evidencia a consolidação de redes sociais e comerciais no contexto local. A permanência prolongada dos vendedores também sugere um forte vínculo afetivo com o evento, o qual acaba integrando as trajetórias pessoais e profissionais dos participantes.

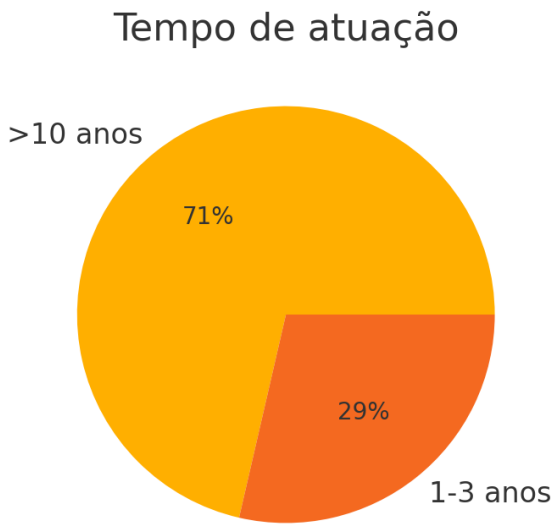

Figura 2: Tempo de venda na feira
Fonte: Arquivo Pessoal

A organização familiar do trabalho é outro traço marcante nas atividades da feira. Impressionantes 95% dos vendedores afirmaram atuar em conjunto com seus familiares, enquanto apenas um único entrevistado relatou trabalhar sozinho. Esse dado revela o papel da feira como ambiente de cooperação familiar e comunitária, funcionando como um espaço de transmissão intergeracional de conhecimentos e técnicas artesanais. Além disso, o envolvimento familiar no processo produtivo e comercial contribui para a manutenção de tradições locais e para o fortalecimento do sentimento de pertencimento à comunidade.

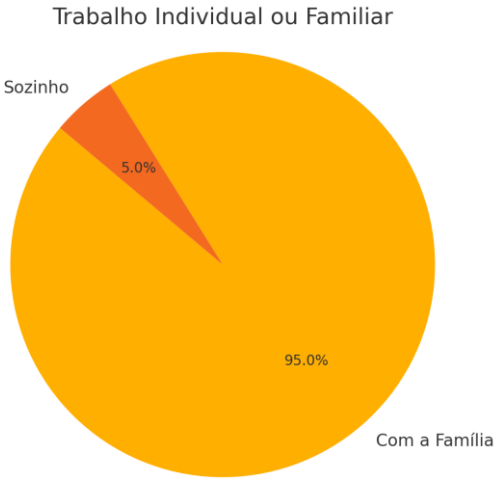

Figura 3: Trabalho individual ou familiar
Fonte: Arquivo Pessoal

Quanto à origem dos produtos comercializados, a pesquisa mostrou que a grande maioria das mercadorias expostas tem origem em Maragojipinho, representando 80% do total. Esse dado evidencia a forte dependência dessa localidade para o abastecimento da feira, principalmente no que se refere à cerâmica artesanal, reconhecida como patrimônio cultural baiano. Outras origens mencionadas, como Cachoeira, Salvador, Recife e alguns distribuidores, representaram apenas 5% cada, o que reforça ainda mais o papel central de Maragojipinho na dinâmica produtiva e comercial do evento.

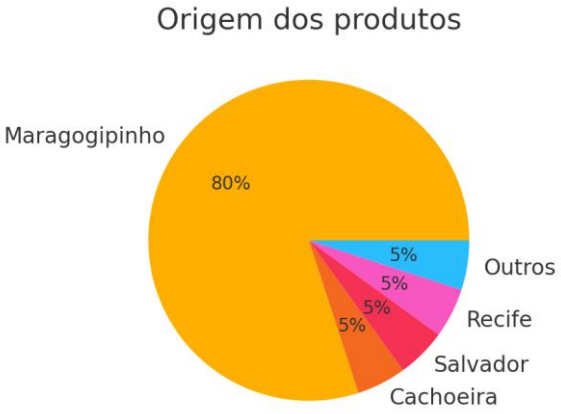

Figura 4: Origem dos Produtos
Fonte: Arquivo Pessoal

Embora Cachoeira tenha grande destaque nacional por sua rica produção cultural e artesanal, reconhecida pelos renomados ateliês de entalhes e pela presença de nomes consagrados nesse segmento, o que realmente predomina na Feira do Porto são os elementos moldados em argila. As peças em cerâmica, oriundas principalmente de Maragogipinho, acabam sendo o principal atrativo do evento, reforçando a identidade regional ligada à tradição oleira.

A logística de transporte também se mostrou um ponto sensível entre os entrevistados. A grande maioria, correspondente a 95%, relatou utilizar transporte rodoviário, seja por meio de caminhão ou veículo próprio, para levar seus produtos até a cidade de Cachoeira. Apenas um entrevistado mencionou utilizar transporte aéreo, evidenciando o caráter predominantemente regional da feira e a necessidade de condições adequadas de infraestrutura viária para garantir o acesso dos vendedores. As dificuldades logísticas, inclusive, foram unanimemente apontadas pelos participantes como um dos principais desafios enfrentados na rotina de vendas. Todos os entrevistados destacaram que a melhoria da infraestrutura da feira e das condições de transporte é uma necessidade urgente, o que demonstra como essas limitações impactam diretamente na realização do evento.

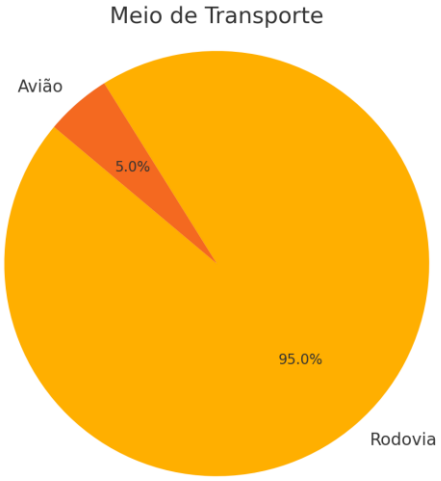

Figura 5: Meio de transporte
Fonte: Arquivo pessoal

A logística atual abriu espaço para o modal rodoviário, que, embora tenha conferido maior agilidade ao transporte de mercadorias, também encareceu o serviço e, de certa forma, contribuiu para o abandono de uma antiga tradição: os saveiros. Em

outros tempos, essas embarcações singravam o Rio Paraguaçu com imponência, enchendo o cenário de vida e movimento. Hoje, porém, esses símbolos do cotidiano local estão desaparecendo, restando apenas nas páginas dos livros de história e nas memórias dos mais velhos, que ainda guardam com saudade os tempos em que o rio era palco de um vibrante comércio fluvial.

O papel cultural e social da feira foi amplamente reconhecido pelos vendedores entrevistados. A maioria, correspondente a 95%, afirmou que a feira contribui de maneira significativa para a valorização da cultura local, incluindo o artesanato, a culinária e outras tradições regionais. Além disso, muitos relataram que a participação no evento promove o reconhecimento de seu trabalho. Cerca de 75% dos entrevistados afirmaram que a feira influencia positivamente na visibilidade e no prestígio de suas atividades, fortalecendo o orgulho profissional e motivando a continuidade da produção artesanal.

Os entrevistados também manifestaram grande interesse em continuar atuando na feira. Aproximadamente 80% afirmaram que pretendem manter suas atividades no evento nos próximos anos, enquanto os demais demonstraram alguma incerteza, mas sem descartar completamente essa possibilidade. No entanto, é importante destacar que essa permanência está condicionada a melhorias nas condições estruturais da feira. Entre as principais demandas apontadas pelos vendedores, destacam-se a necessidade de uma divulgação mais eficiente e de uma melhor organização, citadas por 90% dos entrevistados. A segurança também foi mencionada por uma pequena parcela dos participantes, o que sugere a importância de ações voltadas à qualificação do ambiente.

Outro ponto relevante refere-se ao desejo de contar com espaços fixos ou cobertos para comercialização. Cerca de 85% dos entrevistados expressaram o interesse por estruturas mais adequadas, que proporcionem maior conforto e proteção contra intempéries. Esse dado revela que, embora a feira preserve aspectos tradicionais, há uma demanda clara por modernização e melhorias nas condições de trabalho.

Em relação às vendas online, foi possível identificar certa resistência entre os vendedores. Aproximadamente 60% afirmaram não ver as plataformas digitais como uma oportunidade para complementar suas vendas. Esse dado sugere a necessidade de ações de capacitação tecnológica e inclusão digital, uma vez que muitos comerciantes podem não estar familiarizados com essas ferramentas ou não

enxergam nelas uma alternativa viável para seu modelo de negócio. No que diz respeito aos produtos mais vendidos, o destaque ficou para os itens de decoração, que representaram 60% das preferências dos clientes. Os artigos religiosos ocuparam a segunda posição, com 25%, seguidos pelos produtos culinários, com 10%. Esse panorama evidencia a importância do artesanato decorativo como principal atrativo da feira, ao passo que os demais segmentos também possuem relevância, embora em escala menor.

Durante o período da feira (período de xx a xx), a maioria dos vendedores utilizou soluções de hospedagem bastante simples. A pesquisa revelou que 80% dos entrevistados se hospedam em barracas, o que reflete não apenas a natureza popular e acessível do evento, mas também a carência de estruturas adequadas para acolher os participantes. Os demais relataram utilizar casas de amigos ou moradias próprias, em menor proporção.

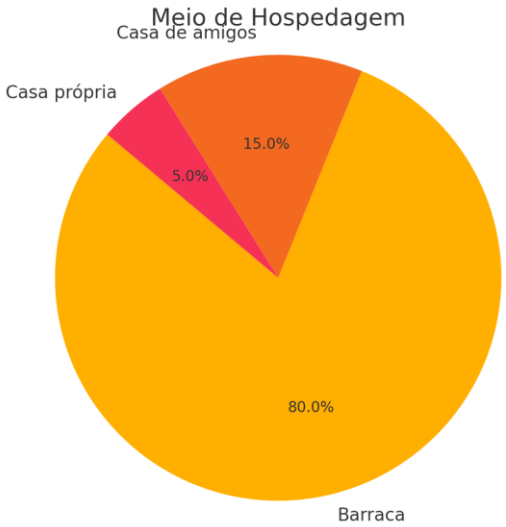

Figura 6: Hospedagem
Fonte: Arquivo Pessoal

Com base em todo o material analisado, é possível afirmar que a Feira do Porto de Cachoeira possui um valor inestimável para a economia local, para a preservação cultural e para a promoção da identidade regional. Ela transcende o simples ato de vender produtos, configurando-se como um espaço de construção social, onde histórias, práticas e saberes são compartilhados e preservados. No entanto, para garantir sua continuidade e fortalecimento, torna-se essencial investir em melhorias

na infraestrutura física e logística, além de fomentar ações de qualificação profissional, divulgação e inclusão digital.

Os dados revelam, ainda, a necessidade de políticas públicas específicas que considerem as particularidades da feira e seu papel estratégico para o desenvolvimento local. O incentivo à criação de espaços fixos ou cobertos, a ampliação das ações de divulgação e a oferta de condições seguras e acessíveis para transporte e hospedagem são medidas fundamentais para assegurar a sustentabilidade do evento e o bem-estar dos vendedores.

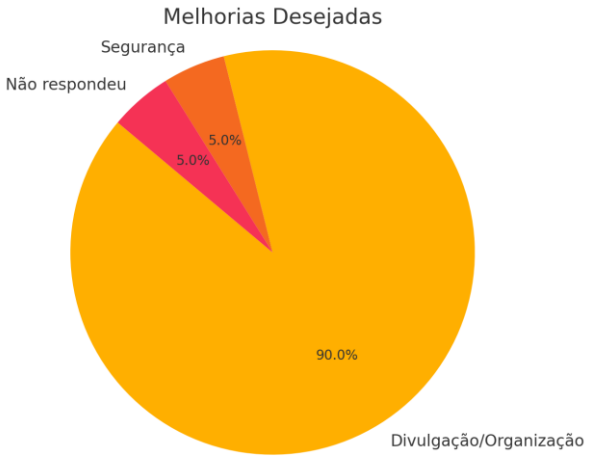

Figura 7: Melhorias desejadas
Fonte: Arquivo Pessoal

Indicador	Valor/Descrição
Amostra	27 entrevistados (20 em Cachoeira; 7 em Maragogipinho)
Tipo de vendedor	50% produtores; 35% produtores+revenda; 15% revenda apenas
Origem dos produtos	80% Maragogipinho; 5% Cachoeira; 5% Salvador; 5% Recife; 5% outros
Modal de transporte	95% rodoviário
Hospedagem	80% em barracas
Produtos mais vendidos	60% decoração; 25% religiosos; 10% culinários

Quadro 1 – Resumo executivo dos principais indicadores (inserido conforme solicitação da banca)
Fonte: Arquivo Pessoal

A Feira do Porto de Cachoeira representa, portanto, um patrimônio vivo, que reúne economia, cultura e identidade em um mesmo espaço. Sua preservação e valorização dependem do reconhecimento de seu papel multifacetado, que articula tradição e contemporaneidade, memória e inovação, trabalho e arte. Este relatório, ao documentar de forma detalhada as percepções e vivências dos vendedores, contribui para esse processo de valorização e oferece subsídios concretos para futuras ações de fortalecimento e desenvolvimento da feira.

4 CONCLUSÃO

A Feira do Porto de Cachoeira, realizada tradicionalmente no período junino, destaca-se como um dos mais importantes espaços de comercialização e valorização cultural da cidade, reunindo uma ampla variedade de produtos para decoração, artigos religiosos, utensílios culinários e alimentos típicos. Sua relevância não é recente: desde os anos 1970, a feira se consolidou como um importante ponto de circulação de pessoas e mercadorias, acompanhando o desenvolvimento urbano e econômico da região.

O evento possui grande atratividade, recebendo visitantes em busca de produtos que carregam forte identidade cultural e artesanal. Mesmo diante de desafios, como a necessidade de melhorias na infraestrutura para os vendedores e a logística de transporte, a feira segue cumprindo um papel fundamental no fortalecimento da economia local e regional. A maioria dos artesãos e vendedores enxerga na feira uma oportunidade ímpar para aumentar sua renda, divulgar seu trabalho e, sobretudo, manter viva a tradição familiar.Além de proporcionar ganhos econômicos, a feira também atua como um espaço de preservação da memória coletiva da cidade. Os produtos de barro, especialmente aqueles oriundos de Maragogipinho, assumem papel de destaque, não apenas pela sua expressividade cultural e qualidade artesanal, mas também pelo vínculo afetivo que mantêm com os moradores e visitantes da região.

Embora o transporte rodoviário tenha se tornado a principal forma de acesso ao evento, substituindo o protagonismo histórico dos saveiros, a Feira do Porto de Cachoeira ainda carrega consigo o simbolismo desses tempos passados,

permanecendo no imaginário popular como uma janela aberta para a história e para as tradições locais.

Para além do aspecto econômico, a feira representa um elo entre passado e presente, integrando memória, cultura e trabalho. No entanto, seu fortalecimento e continuidade dependem de investimentos urgentes em infraestrutura, transporte e divulgação, bem como de políticas públicas específicas que valorizem sua importância cultural e econômica.

Dessa forma, a Feira do Porto de Cachoeira se consolida como um verdadeiro patrimônio vivo, sendo não apenas um espaço de venda, mas também de encontro, troca de saberes e fortalecimento da identidade regional, mantendo-se como um dos principais símbolos da economia criativa do Recôncavo Baiano.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mariângela. Feiras tradicionais no Recôncavo Baiano. Salvador: EDUFBA, 2015.

ARAÚJO, Bruno César de; OLIVEIRA, João Maria de; SILVA, Leandro Valério Silva. Panorama da economia criativa no Brasil. Texto para discussão, n. 1880. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/2026>. Acesso em: 15 abr. 2025.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Tradução: Luís Antero Reto; Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BAKHSHI, H.; FREEMAN, A.; HIGGS, P. A dynamic mapping of the UK creative industries. London: Nesta, 2013. Disponível em: <https://www.nesta.org.uk/report/a-dynamic-mapping-of-the-uks-creative-industries/>. Acesso em: 5 maio 2025.

CARBONELL, Mariana. Maragogipinho: capital brasileira da cerâmica artesanal. Salvador: EDUFBA, 2015.

CASTRO, Jânio Roque Barros de. As manifestações culturais no contexto das festas juninas espetacularizadas da cidade de Cachoeira, no Recôncavo Baiano. In: BARTHE-DELOIZY, F.; SERPA, A. (Org.). Visões do Brasil: estudos culturais em Geografia. Salvador: EDUFBA; Edições L'Harmattan, 2012. p. 111-126.

CASTRO, Francisco Gómez; FIGUEIREDO, Luiz Fernando. A economia criativa como proposta de valor nos modelos de negócio. Navus – Revista de Gestão e Tecnologia, Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 67-78, jul./set. 2016.

FIRJAN. A cadeia da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, 2008.

FIRJAN. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, 2018.

FLORIDA, Richard. The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books, 2002.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HOWKINS, John. The creative economy: how people make money from ideas. London: Penguin, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARKETER. Global digital ad spending 2021. New York: eMarketer, 2021.

MIGUEZ, Paulo. Repertório de fontes sobre economia criativa. Salvador: CULT/UFBA, 2007.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. Ciência & Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 621-626, 2012.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano da Secretaria da Economia Criativa: política, diretrizes e ações 2011-2014. Brasília, DF: Ministério da Cultura, 2011.

NEWBIGIN, John. A economia criativa: um guia introdutório. British Council, 2010.

O'REILLY, Tim. WTF?: What's the future and why it's up to us. New York: HarperBusiness, 2017.

OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Global report on cultural tourism. Madrid: OMT, 2019.

PEREIRA, Adriano José; DATHEIN, Ricardo. Aliança capitalista e enraizamento da dependência tecnológica na economia brasileira: uma visão institucionalista evolucionária. Economia e Sociedade, Campinas, v. 26, n. 1, p. 303-335, jan./abr. 2017.

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

REIS, Paula Cristiane Gianini et al. Diálogo com a economia criativa. Caderno Setorial Etene, Rio de Janeiro, v. 2, n. 4, p. 52-73, jan./abr. 2017.

SANTOS, Elder Dias dos. Creative economy report 2008. Genebra: UNCTAD, 2008.

SANTOS, Fabiana Arcanja dos. Economia criativa: Salvador na rota dos distritos criativos. Brazilian Journal of Development, Curitiba, v. 6, n. 11, p. 89181-89193, nov. 2020.

SANTOS, Tatiane Gonçalves dos; TAVARES, Claudia Pereira da Silva; BENEVIDES, Tânia Moura. Economia criativa: uma análise do potencial do município. Revista Formadores – Mosaico Cachoeirano, v. 9, n. 2, p. 80-90, 2016.

SOUZA, Jacó dos Santos. Vozes da abolição: escravidão e liberdade na imprensa abolicionista cachoeirana (1887-1889). 2010. Dissertação (Mestrado em História Regional e Local) – Universidade do Estado da Bahia, Salvador, 2010.

STONEMAN, Paul. Soft innovation: economics, product aesthetics, and creative industries. Oxford: Oxford University Press, 2010.

TOLLITA, Paul. Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2007.

UNCTAD – UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. Creative economy report 2010. Geneva: UNCTAD, 2010.

APÊNDICE

Questionário aplicados a produtores em Maragojipinho.

Venda na Feira

1. Você vende seus produtos na feira do porto de Cachoeira?
( ) Sim ( ) Não
2. Desde quando você participa dessa feira?
( ) Menos de 1 ano ( ) Entre 1 e 3 anos ( ) Entre 4 e 10 anos ( ) Mais de 10 anos
3. Você mesmo revende seus produtos na feira, ou repassa em atacado para outras pessoas comercializarem lá?
( ) Eu mesmo(a) vendo diretamente na feira ( ) Eu vendo em atacado para outros revenderem ( ) Ambos

Motivação

4. O que levou você a começar a vender seus produtos na feira do porto de Cachoeira? (pode marcar mais de uma opção)
[ ] Indicação de outros produtores
[ ] Aumento das vendas
[ ] Maior visibilidade dos produtos
[ ] Tradição familiar
[ ] Necessidade de novos mercados
[ ] Outro motivo (especifique): _____

Importância da Feira

5. Atualmente, a venda na feira representa qual porcentagem da sua renda com a produção de barro?
( ) Até 25% ( ) De 26% a 50% ( ) De 51% a 75% ( ) Mais de 75%
6. Se sim ou em parte, por que motivo? (pode marcar mais de uma opção)
[ ] A feira garante fluxo de vendas regulares
[ ] A feira divulga o trabalho para novos clientes
[ ] A feira permite a sobrevivência financeira da olaria
[ ] A feira mantém a tradição do artesanato local
[ ] Outro motivo (especifique): _____

8. Quais são as principais vantagens de vender na feira do porto de Cachoeira? (pode marcar mais de uma opção)
[ ] Alto fluxo de visitantes/compradores
[ ] Possibilidade de vender grandes quantidades
[ ] Melhores preços de venda
[ ] Divulgação dos produtos para outras cidades
[ ] Contato direto com o público consumidor
[ ] Outro (especifique): _____

7. Quais são as maiores dificuldades de vender lá? (pode marcar mais de uma opção)
[ ] Competição entre os vendedores
[ ] Preço baixo imposto pelos compradores
[ ] Custos com transporte e instalação na feira
[ ] Instabilidade de movimento/vendas
[ ] Dificuldade de espaço ou infraestrutura
[ ] Outro (especifique): _____

8. A feira ajuda a fortalecer a identidade cultural dos produtores de Maragogipinho?
( ) Sim ( ) Não ( ) Em parte

9. Vender na feira impacta de que forma o reconhecimento do seu trabalho?
( ) Melhora bastante ( ) Melhora um pouco ( ) Não altera ( ) Diminui o reconhecimento

Perspectivas Futuras

10. Você pretende continuar vendendo seus produtos na feira do porto de Cachoeira nos próximos anos?
( ) Sim ( ) Não ( ) Ainda não sei

11. O que poderia melhorar a sua experiência de venda na feira? (pode marcar mais de uma opção)
[ ] Melhor organização da feira
[ ] Divulgação da feira para turistas e moradores
[ ] Melhor infraestrutura para os feirantes (barracas, iluminação)
[ ] Apoio logístico (transporte, montagem)
[ ] Capacitações e cursos de vendas
[ ] Outro (especifique): _____

12. Você gostaria que a feira tivesse espaços fixos ou cobertos para a comercialização?
( ) Sim ( ) Não ( ) Tanto faz

Questionário de Identificação e Experiência dos Vendedores da Feira do Porto de Cachoeira

Atuação na Feira

Você vende seus produtos como:
( ) Produtor(a) (você mesmo fabrica os produtos)
( ) Revendedor(a) (compra de outros para revender)
( ) Ambos
( ) Outro (especifique): _____

Há quanto tempo você vende na feira do porto de Cachoeira?
( ) Menos de 1 ano
( ) Entre 1 e 3 anos
( ) Entre 4 e 10 anos
( ) Mais de 10 anos

Você trabalha sozinho(a) ou com uma equipe/família?
( ) Trabalho sozinho(a)
( ) Trabalho com equipe/família

Origem dos Produtos

De onde vêm os produtos que você vende? (pode marcar mais de uma opção)
[ ] Produzidos por mim mesmo
[ ] Produzidos em outras cidades da Bahia:
[ ] Especificamente em Maragogipinho [ ] Outras cidades da Bahia (especifique): _____
[ ] Comprados de distribuidores/atacadistas
[ ] Outro (especifique): _____

Como você leva seu material (produtos, estrutura, etc.) para a feira em Cachoeira?

[ ] Rodovia
[ ] Saveiros
Carros próprios
Outros (qual)

Importância da Feira

Atualmente, quanto da sua renda vem das vendas realizadas na feira do porto de Cachoeira?
( ) Até 25%
( ) De 26% a 50%
( ) De 51% a 75%
( ) Mais de 75%

Você considera que a feira do porto de Cachoeira é essencial para a manutenção do seu trabalho como vendedor(a)?
( ) Sim
( ) Não

( ) Em parte

Se sim ou em parte, por que motivo? (pode marcar mais de uma opção)
[ ] Garante vendas regulares
[ ] Ajuda na divulgação dos produtos
[ ] Permite sustento financeiro
[ ] Preserva tradições locais
[ ] Atrai clientes da minha comunidade/cidade
[ ] Outro (especifique): _____

Quais são as principais vantagens de vender na feira do porto de Cachoeira? (pode marcar mais de uma opção)
[ ] Grande fluxo de visitantes
[ ] Boas oportunidades de venda
[ ] Preços atrativos para o vendedor
[ ] Divulgação para turistas e outras cidades
[ ] Contato direto com os clientes
[ ] Outro (especifique): _____

Quais são as maiores dificuldades que você enfrenta para vender na feira do porto de Cachoeira? (pode marcar mais de uma opção)
[ ] Concorrência alta
[ ] Pressão para reduzir preços
[ ] Gastos com transporte e montagem
[ ] Movimento de clientes instável
[ ] Falta de infraestrutura adequada
[ ] Outro (especifique): _____

A feira do porto de Cachoeira contribui para valorizar a cultura local (artesanato, culinária, tradições)?
( ) Sim
( ) Não
( ) Em parte

Vender na feira influência de que forma o reconhecimento do seu trabalho?
( ) Melhora bastante
( ) Melhora um pouco
( ) Não altera
( ) Diminui o reconhecimento

Sazonalidade das Vendas

As suas vendas na feira variam ao longo do ano?
( ) Sim (Quais meses/períodos são mais fortes/fracos?) _____
( ) Não

Perspectivas Futuras

Você pretende continuar vendendo na feira do porto de Cachoeira nos próximos anos?
( ) Sim

( ) Não
( ) Ainda não sei

O que poderia melhorar sua experiência como vendedor(a) na feira? (pode marcar mais de uma opção)

[ ] Melhor organização da feira
[ ] Divulgação mais ampla para atrair clientes
[ ] Melhor infraestrutura (barracas, iluminação)
[ ] Apoio logístico (transporte, montagem)
[ ] Cursos de capacitação para vendas e atendimento
[ ] Mais segurança no local da feira
[ ] Outro (especifique): _____

Você gostaria que a feira tivesse espaços fixos ou cobertos para os vendedores?

( ) Sim
( ) Não
( ) Tanto faz

Você vê as vendas online ou as encomendas como uma oportunidade para complementar as vendas feitas na feira?

( ) Sim
( ) Não
( ) Talvez

Comentários e Sugestões

Você gostaria de adicionar algum comentário ou sugestão sobre a feira do porto de Cachoeira?

Agradecemos a sua participação!