



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
PERNAMBUCO – CAMPUS RECIFE

Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo

RAFAELA CARLA SOUZA DOS SANTOS

**PROJETO OFICINAS FAZENDO ARTES, TURISMO E EMPREENDEDORISMO:
CRIAÇÃO DE OFICINAS CULTURAIS NA ASSOCIAÇÃO CLUBE DAS MÃES
NOSSA SENHORA DE GUADALUPE OLINDA-PE**

RECIFE
2024

RAFAELA CARLA SOUZA DOS SANTOS.

**PROJETO OFICINAS FAZENDO ARTES, TURISMO E EMPREENDEDORISMO:
CRIAÇÃO DE OFICINAS CULTURAIS NA ASSOCIAÇÃO CLUBE DAS MÃES
NOSSA SENHORA DE GUADALUPE OLINDA-PE**

Trabalho de conclusão do curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo apresentada ao Departamento de Cursos Superiores - DACS do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnóloga em Gestão de Turismo.

Orientadora: Prof. Me. Sônia Cristina Amorim da Silva

RECIFE

2024

S237p
2024

Santos, Rafaela Carla Souza dos.

Projeto oficinas fazendo artes, turismo e empreendedorismo : criação de oficinas culturais na associação Clube das Mães Nossa Senhora de Guadalupe Olinda - PE/ Rafaela Carla Souza dos Santos. --- Recife: O autor, 2024.
64f. il. Color.

TCC (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco, 2024.

Inclui Referências e Apêndices.

Orientador: Professora Ma. Sônia Cristina Amorim da Silva.

1. Turismo. 2. Cultura. 3. Artesanato. 4. Empreendedorismo. I. Título. II. Silva, Sônia Cristina Amorim da. (orientadora). III. Instituto Federal de Pernambuco.

(21ed.)

CDD 338.4791

Catálogo na fonte: Emmely Silva CRB4/1876

**PROJETO OFICINAS FAZENDO ARTES, TURISMO E EMPREENDEDORISMO:
CRIAÇÃO DE OFICINAS CULTURAIS NA ASSOCIAÇÃO CLUBE DAS MÃES
NOSSA SENHORA DE GUADALUPE OLINDA-PE.**

Trabalho aprovado. Recife, 29 de agosto de 2024.

Professora Orientadora: **Mestra Sônia Cristina Amorim da Silva**

Examinador (a) Interno(a): **Professora Claudia da Silva Santos Sansil.**

Examinador (a) Externo (a): **Professora Verônica Maria Rodrigues da Silva.**

RECIFE

2024

Dedico este trabalho primeiramente a Deus por ser meu criador, me protege e guia meu destino, porque tudo só acontece se for primeiramente da vontade dele. Ao Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE *Campus* Recife e às pessoas com quem convivi nesse ambiente ao longo desses anos. A sabedoria de conviver com amigos nesses espaços, foi a melhor experiência da minha formação acadêmica. A minha orientadora Sônia Amorim pela sua dedicação nas minhas orientações.

“O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis.”

— José de Alencar.

RESUMO

A presente proposta é o “Projeto oficinas fazendo artes, turismo e empreendedorismo”, visa sugerir a realização de oficinas culturais, no Sítio Histórico de Olinda Pernambuco no bairro do Guadalupe, oportunizando conhecimentos nas áreas de empreendedorismo, customização, pintura em tecido, bordados, crochê, além da utilização de materiais recicláveis, possibilitando a participação dos residentes, com o intuito de desenvolver habilidades para execução das práticas sugeridas, nas suas respectivas extensões e também a chance de ganhos financeiros, estimulando atividades que promove a produção, comercialização de produtos turísticos. Na metodologia da pesquisa, os métodos utilizados, pesquisa bibliográfica, obtendo conhecimento teórico em artigos, livros, revistas e o método cartográfico que consiste na pesquisa qualitativa com interação entre os pesquisados e pesquisador e o ambiente que atenderam aos questionamentos dos objetivos e justificativa. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários aplicados às frequentadoras e à presidente da Associação Clube das Mães Nossa Senhora de Guadalupe no bairro de Guadalupe em Olinda–PE. Os resultados da pesquisa, constataram interesse tanto das associadas e presidente da associação, ficando em evidência a carência de parcerias com as redes públicas e privadas, e este projeto trará oportunidades e entretenimento para os residentes.

Palavras-chave: cultura, artesanato, produtos turísticos, empreendedorismo.

ABSTRACT

The present proposal is the “Project workshops doing arts, tourism and entrepreneurship”, aims to suggest the holding of cultural workshops, in the Historic Site of Olinda Pernambuco in the neighborhood of Guadalupe, providing knowledge in the areas of entrepreneurship, customization, fabric painting, embroidery, crochet, in addition to the use of recyclable materials, enabling the participation of residents, with the aim of developing skills to carry out the suggested practices, in their respective extensions and also the chance of financial gains, stimulating activities that promote the production and commercialization of tourist products . In the research methodology, the methods used, bibliographical research, obtaining theoretical knowledge in articles, books, magazines and the cartographic method which consists of qualitative research with interaction between those researched and the researcher and the environment that met the questions of objectives and justification. Data collection was carried out through questionnaires applied to members and the president of the Our Lady of Guadalupe Mothers Club Association in the Guadalupe neighborhood in Olinda–PE. The results of the survey revealed interest from both members and the president of the association, highlighting the lack of partnerships with public and private networks, and this project will bring opportunities and entertainment to residents.

Keywords: culture, crafts, tourism products, entrepreneurship.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Localização do município de Olinda-PE.....	17
Figura 2 - Localização do bairro do Guadalupe.....	19
Figura 3 - Localização do Clube de mães N. Sra. De Guadalupe.....	20
Figura 4 - Clube de mães N. Sra. De Guadalupe.....	20
Figura 5 - Visita técnica no Clube de mães N. Sra. De Guadalupe.....	21
Figura 6 - Visita ao Alto da Sé de Olinda.....	30
Figura 7 - Apreciação de artesanato em crochê e bordado no Alto da Sé de Olinda.....	31
Figura 8 - Apreciação de artesanato em crochê, palha e tecido no Alto da Sé de Olinda.....	31
Figura 9 - Apreciação de artesanato e decoração com sombrinhas de frevo e bonecos gigantes.....	31
Figura 10 -Apreciação de bonecos gigantes de Olinda.....	31
Figura 11 - Visita a atrativo turístico no Alto da Sé de Olinda-PE.....	31
Figura 12 - Localização do Centro Histórico de Olinda.....	32
Figura 13 - Localização do bairro do Guadalupe.....	32
Figura 14 - Localização da Associação Clube de mães de N. Sra. de Guadalupe.....	33

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Cronograma das oficinas culturais.....	42
Tabela 2 - Equipamentos da oficina pedagógica.....	43
Tabela 3 - Oficina de Empreendedorismo.....	43
Tabela 4 - Oficina de Customização em roupas e calçados.....	44
Tabela 5 - Oficina pintura em tecido, crochê e bordados.....	44
Tabela 6 - Oficina de Artesanato com recicláveis.....	45
Tabela 7 - Divulgação.....	46
Tabela 8 - Total do Orçamento.....	46

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Residentes do bairro Guadalupe.....	34
Gráfico 2 – Oportunidade de inclusão nas atividades turísticas.....	35
Gráfico 3 – Interesse em participar de oficinas culturais.....	36
Gráfico 4 – Oportunidade de elaborar produtos turísticos.....	36
Gráfico 5 – Interesse de conhecimento como entretenimento.....	37
Gráfico 6 – Potencializar a economia local com vendas de produtos artesanais...37	
Gráfico 7 – Trabalho em equipe organizado e gerenciado pelos residentes.....	38
Gráfico 8 – Importância da Inclusão de moradores nas atividades turísticas através da Associação Clube das Mães N, Sra. de Guadalupe.....	39
Gráfico 9 – Fomento de atividades artesanais na Associação Clube das Mães N.Sra. de Guadalupe.....	39
Gráfico 10 – Oportunidade de projetos empreendedorismo no bairro do Guadalupe.....	40
Gráfico 11 -Sugestões de Oficinas para o ONG Associação Clube das Mães N. Sra de Guadalupe.....	40

LISTA DE ABREVIATURAS

CBC – Capital Brasileira da Cultura.

CENSO – Conjunto dos dados estatísticos dos habitantes de uma cidade, província, estado, nação.

CONDEPE/FIDEM – Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco.

EMPETUR – Empresa de Turismo de Pernambuco.

h. – horas.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

IFPE – Instituto Federal de Pernambuco.

LGBT – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros.

N. Sra. – Nossa Senhora.

ONG – Organização não Governamental.

PE – Pernambuco.

PIB – Produto Interno Bruto. R.- Rua.

PNT - Plano Nacional do Turismo

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas.

SPHAN – Serviço do Patrimônio Histórico Nacional

TBC – Turismo de Base Comunitária.

TCC – Trabalho de conclusão de curso.

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

SUMÁRIO

1	JUSTIFICATIVA.....	13
2	OBJETIVOS	16
2.1	Objetivo Geral.....	16
2.2	Objetivo Específicos	16
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
3.1	O município de Olinda	17
3.1.1	Olinda e o IPHAN.....	18
3.1.2	O bairro do Guadalupe, em Olinda	18
3.2	O segmento do Turismo.....	21
3.2.1	Políticas Públicas no Turismo.....	22
3.2.2	O Turismo e cultura.....	22
3.2.3	O planejamento estratégico nas atividades turísticas	23
3.2.4	Atividades turísticas sustentáveis.....	24
3.3	Empreendedorismo.....	26
3.3.1	Empreendedorismo social.....	27
4	METODOLOGIA	29
4.1	Metodologias de pesquisa.....	29
4.2	Estrategica de ação.....	30
4.2.1	Identificação do espaço.....	30
4.2.2	Realização de oficinas culturais	33
4.3	Análise de resultados	34
4.3.1	Tamanho da Amostra (Universo da pesquisa – quantos responderam ao questionário e entrevista)	34
4.3.2	Gráficos das respostas aos questionários	34
4.3.3	Resultados das entrevistas com os presidente da Associação Clube de mães N.Sra. de Guadalupe.....	41
4.3.4	Estratégias de implantação das oficinas Culturais.....	41
4.3.5	Tabelas orçamentárias.....	42
5	Apoios	47
6	Considerações finais.....	48
	REFERÊNCIAS.....	49
	APENDICE A - Artes de divulgação.....	53
	APÊNCIDE B - Questionário de pesquisa de campo com a presidente da instituição.....	53
	APENDICE C- Questinário de pesquisa de campo com os residentes.....	59
	APENDICE D- Termo de consentimento livre e esclarecido.....	60

1 JUSTIFICATIVA

O “Projeto oficinas fazendo artes, turismo e empreendedorismo”, procura criar Oficinas Culturais no bairro do Guadalupe no município de Olinda, Pernambuco. Este, conhecido como um local de referência do carnaval, onde acontecem várias apresentações de agremiações carnavalescas, movimentando o Turismo local.

Pretende-se, portanto, desenvolver atividades que envolvam capacitação, produção e criação com os residentes do bairro de Guadalupe, em diversas áreas que abrangem empreendedorismo, customização, reciclagem, bordados. O projeto visa promover práticas sustentáveis, além de respeitar e preservar a identidade cultural do local, elaborando produtos artesanais, colaborando para o despertar da inclusão social, com o intuito de gerar economia local, além de oportunizar empregos diretos e indiretos, tornando-se uma proposta relevante para o município.

De acordo com Lima (2024), “As oficinas culturais são espaços de aprendizado e troca de conhecimento, onde as pessoas podem participar de atividades práticas relacionadas à cultura, arte, música, dança, teatro, literatura, artesanato e muito mais”. Além disso, Cabrera-Martínez, Igartua-Perosanz e Vidal-Ortega (2023), afirmam que os espaços de patrimônio cultural, ou seja, os espaços onde as tradições, conhecimentos e bens culturais são socializados, são também espaços de construção de identidade e geram aumento significativo nas ações comunitárias relacionadas ao empreendedorismo, turismo e lazer.

O local escolhido, como projeto-piloto, foi a Associação Clube das Mães Nossa Senhora de Guadalupe, no município de Olinda. Trata-se de uma Organização não governamental¹ (ONG), onde foram realizadas pesquisas de campo e entrevistas, tanto com a presidente da associação, quanto com usuários da ONG e residentes da localidade. Ressalto que, com a escolha do método cartográfico, no qual, de acordo com Barros e Passos (2009), o pesquisador se torna parte do contexto de investigação e intervenção, posso me ver, totalmente inserida nesse projeto de pesquisa, não apenas por ser moradora do município de Olinda, mas, também, por ter vivência na área de artesanato.

¹ Uma organização não governamental (ONG) é uma instituição que não pertence a um governo, ou seja, é uma instituição privada, mas que não tem fins lucrativos. As ONGs atuam em várias áreas, desde causas ligadas ao meio ambiente e defesa dos animais, à proteção de direitos e oferta de assistência a grupos que necessitem de assistência que não é provida pela iniciativa privada ou pelo governo. (Porfírio, F. 2024, p.1).

Aprendi com minha mãe, Maria do Bom Parto, sobre comprar os materiais necessários, como produzir e vender artesanato. Sou moradora da cidade alta, em Olinda, onde existe comércio com artesanato participando e consumindo. Além disso, sou graduada em Administração e graduanda em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Pernambuco (IFPE). Por fim, sou mulher e posso contribuir com os meus conhecimentos acadêmicos e pessoais, para o desenvolvimento local, com olhos ao empreendedorismo social, através desta proposta.

Segunda Silva, Lins e Xavier (2013), o Turismo no município de Olinda carece, atualmente, de atividades de base comunitária para desenvolver novas perspectivas de geração de trabalho e renda, com medidas inovadoras e investimentos em projetos estratégicos com aspectos que integram os contextos sociais, ambientais e econômicos como meio de valorizar com produção de material didático específico para divulgação geral sobre empreendedorismo comunitário.

As mudanças citadas precisam ser desenvolvidas por quem tenha suas atividades direcionadas à geração de melhorias, não visando lucros, mas a resolução de problemas socioeconômicos dos munícipes. Faz-se necessário um planejamento sustentável, que atenda às necessidades atuais, visando preservar o ambiente e o patrimônio para gerações futuras, por meio de oficinas culturais que propiciem aprendizagem, além de elaborar produtos turísticos.

Observa-se que as grandes empresas, investidoras na área do Turismo, são beneficiadas pelo seu desenvolvimento no mercado com grandes redes de relacionamentos, que vai desde fornecedores a clientes. A maioria da comunidade da Cidade Alta de Olinda é consumidora, uma minoria produz e comercializa os produtos turísticos artesanais.

Durante minha jornada acadêmica na Administração, tive experiência no Laboratório de Eventos e Empreendedorismo. Com base nestes conhecimentos, escolhi desenvolver um projeto que pode contribuir para mudar a realidade de um bairro no meu município. Acredito que precisamos valorizar a cultura em que vivemos e melhorar a nossa realidade. O projeto consiste em incentivar mulheres a produzir e vender artigos artesanais, para que deles provenha sua renda principal ou extra.

Percebe-se pouco engajamento dos residentes com as ações públicas para desenvolver projetos de capacitações, cursos, oficinas e programas de treinamento onde o próprio morador possa aprender a produzir artesanatos e comercializá-los, promovendo os eventos na sua comunidade, tendo uma renda e contribuindo com a

economia local, sendo gestor nos eventos e festivais da sua comunidade. Sendo assim é pertinente oportunizar a aprendizagem e comercialização de produtos turísticos visando o desenvolvimento local da cidade de Olinda e o empoderamento das artesãs.

2OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

- Oportunizar a aprendizagem e comercialização de produtos turísticos visando o desenvolvimento local da cidade de Olinda e o empoderamento das artesãs.

2.2 Objetivo Específicos

- Identificar o interesse e participação da população local em produzir e comercializar produtos turísticos artesanais.
- Proporcionar aprendizado do artesanato através de oficinas e parcerias com empresas que certifiquem.
- Inserir os produtos turísticos produzidos pela população local em eventos e espaços de vendas.

de qualidade para a população, além de organizar os eventos promovidos pelo município com segurança para os residentes e visitantes.

Aos visitantes, o município propicia a apreciação do Carnaval, uma festa popular onde a comunidade utiliza da criatividade com fantasias, danças e apresentações de blocos carnavalescos. Não podemos esquecer da composição do ambiente com igrejas nas quais é possível observar arte barroca, rococó, maneirismo, além de casarões coloniais, museus, festivais de música, gastronomias e artes.

3.1.1 Olinda e o IPHAN

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Cidadania que responde pela preservação do patrimônio cultural brasileiro, ou seja, monumentos, conjuntos de construções e sítios arqueológicos, de fundamental importância para a memória, a identidade e a criatividade dos povos e a riqueza das culturas (IPHAN, 2024).

De acordo com Nascimento (2021), Olinda foi a mais importante vila da capitania de Pernambuco construída no Brasil colonial, sendo uma das primeiras vilas. Hoje, com seu grande acervo arquitetônico e histórico, é berço da nacionalidade brasileira e cultural. Em suma, o ambiente e acervo cultural são grandes atrativos turísticos e atraem pessoas do mundo inteiro, que, além de visitar a cidade, querem adquirir produtos dela.

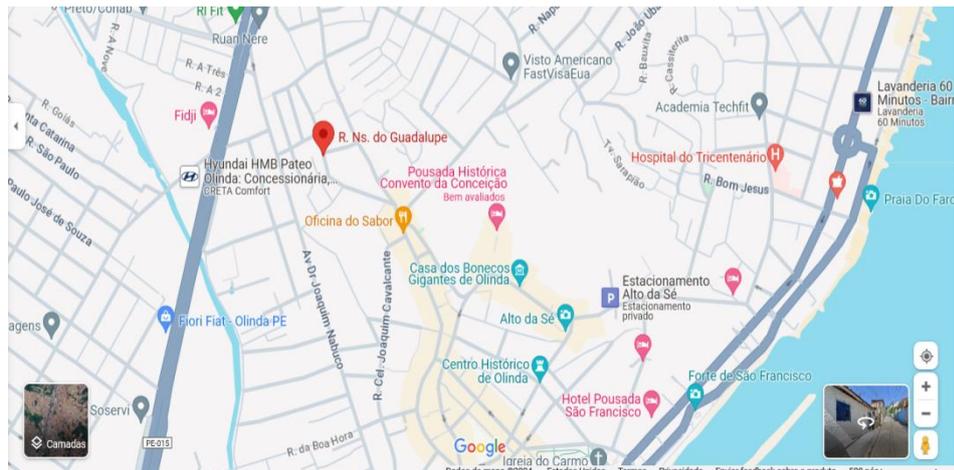
3.1.2 O bairro do Guadalupe, em Olinda

Guadalupe é o bairro do município de Olinda que escolhi para desenvolver este projeto de pesquisa. É nele que identifiquei uma grande oportunidade do desenvolvimento da atividade turística, a fim de movimentar não só a economia local, mas gerar uma grande contribuição cultural para o município e pessoas, proporcionando conhecimento, educação para que o público feminino possa ter um começo de vida financeira ou recomeço através das oficinas culturais possibilitando empreender e também como lazer, e um local que possibilita aos visitantes apreciar a cidade alta e prestigiar as agremiações carnavalesca, danças, músicas, curtindo todo paisagismo, arquitetura, multiculturalidade que Olinda proporciona.

O Bairro do Guadalupe, segundo Gonzaga (2019), começou através da igreja de Nossa Senhora de Guadalupe, construída em 1626 durante a unificação dos reinos Espanha e Portugal. Após a construção da igreja, surgiu o bairro, que atualmente,

pertence ao centro histórico de Olinda. O Guadalupe mantém a tradição do canto e dança do coco com oficinas e cursos. Além disso, é sede de blocos carnavalescos tradicionais do município, como O cariri que é o primeiro bloco de carnaval de Olinda, fundado em 1921, e O Homem da Meia Noite, que, de acordo com Gonzaga (2019), representa a identidade cultural da cidade.

Figura 2 - Localização do bairro do Guadalupe



Fonte: Google Maps. Modificado pela autora (2024)

Conforme a com a Base de Dados do Estado de Pernambuco (2010)², na contagem então realizada pelo IBGE, a população do Guadalupe era composta 53.35% de mulheres 46.65% de homens. Sendo a população total, 21.4% de jovens e 8.6% de idosos. O foco deste projeto é o trabalho com mulheres, sendo as maiores produtoras de artesanato na localidade.

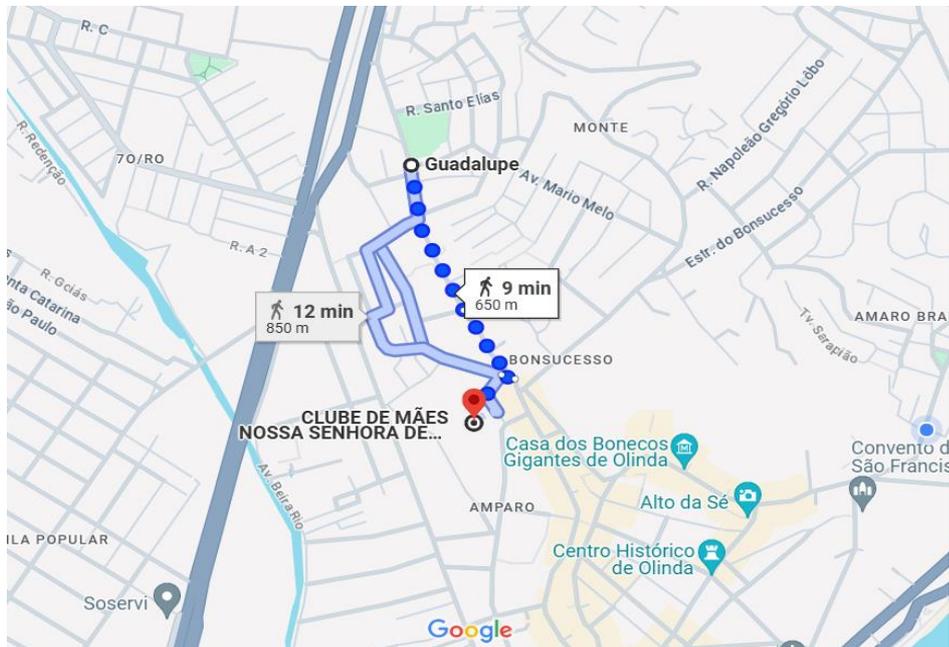
No bairro, existe a associação³ Clube das mães N.Sra. de Guadalupe, lugar de investigação e aplicação do presente projeto, pois faz parte da dinâmica das mulheres e artesãs da comunidade. Minha mãe, por exemplo, que além de moradora da região, é professora e artesã, pode utilizar o espaço associativo para compartilhar conhecimentos relacionados à elaboração de produtos artesanais, e através deles, ter uma fonte de renda, além de impulsionar outras mulheres a também utilizar o

² O Censo mais recente foi realizado em 2022, entretanto, nos seus resultados, não foram disponibilizadas informações por bairro, apenas por município. De acordo com o último Censo (IBGE, 2022), a população de Olinda é composta por 160.683 homens e 189.283 mulheres.

³ Associação é qualquer iniciativa formal ou informal que reúne pessoas físicas ou outras sociedades jurídicas com objetivos comuns, visando a superação de dificuldades e geração benefícios para os seus associados. Ou seja, é uma forma jurídica de legalizar a união de pessoas em torno de seus interesses. (SEBRAE, 2022).

artesanato como fonte de renda.

Figura 3 - Localização do Clube de mães N. Sra. De Guadalupe



Fonte: Google Maps. Modificado pela autora (2024)

Figura 4 - Clube de mães N. Sra. De Guadalupe



Fonte: Autora (2024).

Figura 5 – Visita técnica no Clube de mães N. Sra. De Guadalupe.



Fonte: Autora (2024).

3.2 O segmento do Turismo

De acordo com Santos (2010), o mercado turístico é formado pela interação entre turistas e prestadores de serviços, onde os viajantes se deslocam para consumir produtos e serviços oferecidos no local. Esse mercado inclui atrativos turísticos, que sendo os principais pontos de interesse. Além disso, Gavião (2020) afirma que:

“O Turismo, atualmente vislumbrado como um fenômeno global num contínuo crescimento, é uma área de grande negócio que pode ser visto como um processo, uma atividade em que os proveitos surgem das interações e relações entre turistas, governos, fornecedores de serviços, meio ambiente e comunidades receptoras que, em conjunto, conseguem atrair visitantes a determinado local.” (Prentice, 1993; Benediktsson, 2004, cit. por Ponte, 2013, apud Gavião, M.M.M.C. 2020, p.16).

Atualmente o mercado tem o objetivo de atender as necessidades de um determinado público consumidor, por isso o setor turístico é segmentado, facilitando a oferta de experiências correspondentes ao gosto dos visitantes. O que traz vantagens como a fidelização de clientes, crescimento do mercado e otimização de recursos. O Turismo é um segmento dinâmico, que requer a inclusão dos residentes nas atividades turísticas como empreendedores. Assim, mostra-se que é possível a melhoria da qualidade de vida da comunidade local com práticas sustentáveis. É um processo contínuo com os aspectos culturais, sociais, ambientais, políticas pública, considerado na prática um processo dinâmico.

3.2.1 Políticas Públicas no Turismo

Para o desenvolvimento da atividade turística, é necessário ter toda uma estrutura econômica, social e ambiental, que propicie o desenvolvimento local. Nesse sentido, o desenvolvimento de políticas públicas⁴ para atividades sustentáveis e fortalecimento das relações sociais, impulsiona as atividades econômicas, principalmente aquelas relacionadas ao segmento do Turismo.

Vilela (2020) define que as políticas públicas precisam ser baseadas em planejamentos e normas. Para a sua execução, é necessário ter previsões de orçamento, planos, programas e linhas de ação, que corresponda às necessidades da comunidade.

As políticas públicas devem desenvolver ações que melhorem a qualidade de vida da comunidade local. Enquanto política pública, Plano Nacional do Turismo (PNT) atua na definição os papeis dos diferentes atores no desenvolvimento do Turismo, para haver maior controle na promoção do desenvolvimento de diversas atividades relacionadas ao segmento, inclusive o Turismo de Base Comunitária.

3.2.2 O Turismo e cultura

Nessa abordagem ressaltaremos o Turismo e a cultura como pilar para o desenvolvimento socioeconômico de uma localidade. O Turismo é uma área que está interligada à cultura. As pessoas viajam para ter experiências, proporcionadas pelo local a ser visitado, Gavião (2020), por exemplo, diz que alguns autores associam:

Turismo ao sentido de lugar, no que concerne a atmosfera, folclore, exotismo, gastronomia, entre outros. (...) concebe cultura como toda a espécie de costumes e manifestações, levando à inferência de que todo o Turismo é cultura, tendo em conta que a deslocação das pessoas para outros locais implica o acesso a novos conhecimentos, novas experiências, novos encontros. (Ashworth, 1995 apud Gavião, M. M. M. C. 2020, p. 31)

De acordo com Carvalho, Cutrim e Costa (2022), a cultura local é fundamental para despertar a curiosidade dos turistas em conhecer o ambiente, hábitos e tradições.

⁴ Políticas públicas são ações e programas que são desenvolvidos pelo Estado para garantir e colocar em prática direitos que são previstos na Constituição Federal e em outras leis. São medidas e programas criados pelos governos dedicados a garantir o bem-estar da população. (Macedo. E. 2018, p.1).

Essa interação pode gerar renda, desde que realizada de maneira sustentável, respeitando o meio ambiente e as tradições locais. É essencial incluir os moradores no processo, estimulando o empreendedorismo e a colaboração em novos negócios e serviços. O Turismo cultural se destaca por proporcionar experiências enriquecedoras, promovendo a interação com a comunidade e a conscientização sobre práticas de Turismo sustentável.

Como já foi exposto, Olinda é referência no Turismo e cultura. Como moradora, tenho contato frequente com turistas, atividades e produtos voltados ao Turismo. A interação entre Turismo e cultura é fundamental e traz conhecimento para os visitantes e moradores, sendo uma troca de experiências. Segundo Gavião (2020), a maneira como cada cultura recebe visitantes é crucial. Os moradores precisam compreender sua própria cultura e como transmiti-la, garantir uma resposta positiva dos turistas e despertando o interesse em retornar. Isso envolve valorizar a identidade cultural, o patrimônio histórico e os recursos naturais, além de promover um entendimento mais profundo sobre a cultura local.

Os moradores do Guadalupe terão a oportunidade de mostrar sua cultura, serviços e produtos específicos de sua comunidade, empreendendo, gerando economia local, é através do turismo que esse desenvolvimento acontece. A área de turismo funciona como um processo interagindo de forma contínua ofertando serviços segmentados para corresponder às demandas e clientes exigentes no mercado atual que deseja cada vez mais diferentes vivências e lazer, conhecendo a identidade cultural de cada local, costumes e tradições.

3.2.3 O planejamento estratégico nas atividades turísticas

Antes de iniciar qualquer atividade, o planejamento é fundamental para promover um trabalho de conscientização sobre a conservação do ambiente e da cultura local. É essencial identificar quais atividades e produtos a comunidade pode desenvolver sem comprometer seu meio ambiente, ao mesmo tempo, em que sensibiliza os visitantes sobre a importância da preservação para as futuras gerações. Como destaca Marinho (2022):

Para que impactos positivos surjam do Turismo, é necessário haver um planejamento prévio e consistente da atividade, focado na conservação do patrimônio, que projete a identidade cultural. A emergência em valorizar o patrimônio é, ainda, mais incisiva nas zonas urbanas, pois será, provavelmente, nessas que se notará maior descaracterização do meio. O planejamento da atividade pode facilitar a possibilidade de um real

intercâmbio cultural entre o turista e a comunidade local (Oliveira, 2008 apud Marinho, C. S., 2022, p. 12).

O planejamento estratégico é essencial nas atividades turísticas, pois ele envolve a interação com a natureza, a comunidade, as culturas e as tradições locais. A conservação dessas características possibilita o desenvolvimento de segmentos como o Turismo de base comunitária e o Turismo de experiência, que são cada vez mais valorizados pelos turistas. Esses segmentos não apenas promovem a economia local, mas também evitam problemas ambientais e sociais. Sobre o Turismo de base comunitária,

embora não tenha uma única definição amplamente aceita, (...) como elemento comum, a participação da comunidade local como protagonista na gestão da atividade turística e na valorização e desenvolvimento do seu território (V. F. Carvalho, 2007 apud Marinho, C. S., 2022, p. 8).

Em suma, com as ferramentas de gestão e capacitação adequadas, a comunidade participante poderá aprender a realizar diagnósticos organizacionais e desenvolver um planejamento eficaz, integrando elementos cruciais como o meio ambiente, a identidade cultural, as tradições e as atividades que se conectam ao Turismo de base comunitária e à experiência. O planejamento também é essencial para a preservação do patrimônio e da identidade cultural do grupo.

3.2.4 Atividades turísticas sustentáveis

O desenvolvimento turístico sustentável não implica apenas a conservação dos recursos naturais e culturais do destino. Para a prática do Turismo Sustentável, de acordo com Amorim, Conto e Pereira (2022), será necessário estabelecer relações entre o ambiente e as pessoas, respeitando princípios éticos de reciprocidade e responsabilidade para não haver prejuízos à conservação do espaço.

No que dialoga com a temática ambiental, Damas (2020) destaca que no caso do Turismo, a sustentabilidade tem uma concepção estratégica e duradoura de desenvolvimento que precisa vir apoiada por uma interpretação interdisciplinar e integral da dinâmica regional, resultando assim de uma sinergia que seja mutante e apoiada na noção do que possa estar vinculado ao espaço material e imaterial, lugar, cenários de interações, conflitos e as próprias transformações, tanto do contato simbólico entre o local e o global.

Para se manter no mercado nacional e internacional, as empresas relacionadas

ao Turismo devem seguir o modelo de preservação ambiental, requisito para prática das atividades. Segundo Gavião (2020), a sustentabilidade tornou-se indispensável para a inserção e manutenção de produtos turísticos no mercado, afinal, diante do discurso ambientalista da atualidade, é inevitável a mudança de interesse do consumidor por produtos que proporcionem experiências sustentáveis.

Para a sustentabilidade do Turismo deve-se reconhecer a importância de planejamento a longo prazo e utilizar indicadores de desempenho e monitoramento da valorização econômica, ambiental e socioambiental, segundo Amorim, Conto e Pereira (2022). Assim, as atividades turísticas sustentáveis são importantes para que nossa geração e futuras gerações possam usufruir dos ambientes, tradições e culturas.

“Turismo sustentável, por sua vez, trata da oferta organizada e consciente de produtos turísticos no destino, respeitando e adequando-se aos eixos propostos para a sustentabilidade. Envolve sete princípios: respeitar a legislação vigente; garantir os direitos da população local; conservar o meio natural e sua diversidade; considerar o patrimônio cultural e os valores locais; estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos; garantir a qualidade de produtos, processos e atitudes e estabelecer o planejamento e a gestão responsáveis.” (Ashton, 2009 apud Amorim; Conto; Pereira, 2022, p. 1264).

Segundo Agnol (2012), a inclusão da comunidade local no mercado do Turismo tem objetivo de gerar renda e oportunidades para essas pessoas. Conforme a autora, a inclusão da comunidade também pode criar um ambiente mais receptivo com os turistas, mas para que isso aconteça, é necessária educação para haver mudanças de comportamento de conservação ambiental, gerando produtos e serviços sustentáveis.

“O Turismo sustentável reúne as três dimensões básicas da sustentabilidade. Isto é, reconhece a necessidade de valorizar as dimensões ambientais e socioculturais enquanto instrumento propiciador da produção de mudanças com efeitos de longo prazo. Por sua vez, considera o desejo de maximizar e distribuir os benefícios econômicos entre a comunidade receptiva, assim como a necessidade de satisfação de visitantes e comunidade anfitriã”. (Burgus, 2015 apud Amorim; Conto; Pereira, 2022, p. 1264).

Posso concluir que é muito importante que o desenvolvimento da atividade turística se dê com responsabilidade social e ambiental. É preciso oferecer serviços que promovam a estabilidade entre desejos dos clientes e manutenção dos espaços visitados. A inclusão da comunidade deve ser realizada com capacitações onde os participantes compreendam o setor turístico e a importância da sustentabilidade, permitindo a elaboração de eventos gerenciados pela própria comunidade, baseados

nas experiências dos residentes.

3.3 Empreendedorismo

Nesse item abordaremos a devida importância do empreendedorismo social para o desenvolvimento do Turismo junto aos autores desta atividade tão relevante. Empreendedorismo Social foi um termo criado pelo empreendedor novo iorquino Bill Drayton em 1943. Segundo Bezerra (2022), esse tipo de empreendedorismo visa a melhoria da sociedade por meio de projetos que busquem o desenvolvimento social e humano. Trata-se de um método muito importante de transformação social enquanto apresenta soluções inovadoras para os problemas sociais, ambientais e culturais das sociedades.

Segundo Baggio e Baggio (2014), o empreendedorismo social gera valor para a sociedade, oferecendo práticas que proporcionam benefícios e riqueza, o que atrai a atenção das políticas econômicas em países em desenvolvimento e desenvolvidos. Segundo os autores, no Brasil, um país com pessoas criativas e motivadas, o empreendedorismo ocupa a 15ª posição em oportunidades e a 4ª em necessidades.

De acordo com Neto, Cabral e Rodrigues (2022). Desde o século XX o empreendedorismo tem incentivado a globalização resultando em desenvolvimento tecnológico onde o empreendedor terá ferramentas para aproveitar as mudanças e torná-las em oportunidades de negócio e colaborar com o crescimento da economia global, proporcionar inovação deverá ter recursos, políticas e novas tecnologias juntos com processos necessários para a sua realização.

De acordo com Reis (2018), empreendedorismo não é só criar empresas e sim desenvolver comportamentos, processos, serviços e produtos. Ou seja, trata-se da criação e aproveitamento de oportunidades, sejam elas novas ou já existentes. Segundo Bezerra (2022), empreender é uma atitude, uma maneira de observar problemas e obstáculos como matéria-prima para as oportunidades. Em resumo, para empreender, é necessário saber identificar os problemas que se apresentam e lidar com eles, os transformando em oportunidade de transformação.

Bezerra (2022), aponta que o movimento empreendedor no Brasil iniciou na década de 1990, com o apoio de instituições como o Serviço Brasileiro de apoio a Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). A principal dificuldade para o crescimento desse setor foi a falta de conhecimento. No entanto, dados do SEBRAE de 2014/2015

mostraram que a taxa de novos empreendimentos aumentou de 23% para 34,5% em uma década. Isso é positivo, pois o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento, tecnologia e inovação no país. Além disso, segundo a autora, cerca de 70% dos brasileiros aspiram a abrir um negócio, seja por oportunidade ou por necessidade.

Para além da habilidade de aproveitar oportunidades, Monteiro (2022) aponta que o empreendedor também precisa conhecer suas próprias qualidades e Dreher (2004) indicou que personalidade do empreendedor contribuiu para definir a cultura da empresa. Sendo assim, a capacidade só indivíduo de gerir a si e posiciona-se, pode definir como a empresa será vista e o seu posicionamento no mercado.

3.3.1 Empreendedorismo social

Baggio e Baggio (2014) indicam que o empreendedorismo social é um conceito em desenvolvimento, mas, cujo objetivo é trazer soluções para a exclusão social e a pobreza. Ainda que se trate de um conceito em construção, os autores afirmam que ele tem suas próprias características, princípios e valores, e diferem o empreendedorismo social do empreendedorismo:

O empreendedorismo social difere do empreendedorismo propriamente dito em dois aspectos: não produz bens e serviços para vender, mas para solucionar problemas sociais, e não é direcionado para mercados, mas para segmentos populacionais em situações de risco social (exclusão social, pobreza, miséria, risco de vida). (Baggio; Baggio, 2014, p. 30).

Em complemento, Anastácio et al. (2022) e Silva (2022), afirmam que o empreendedorismo social é um processo renovador em massa, afinal, ele se apropria daquilo que usualmente é considerado problema, como doenças, pobreza, exclusão social e destruição do meio ambiente, e os utiliza como base para encontrar as oportunidades que criem valor social e renda para a comunidades, além de melhor qualidade de vida.

Ou seja, no empreendedorismo social, é possível criar valor social por meio de produtos, serviços, inovações metodológicas, proporcionando a cidadania, minimizando os problemas da fome, pobreza, ausência de emprego, educação, a falta de saúde com isso construir valor social, oportunidades, transformações na vida das pessoas de forma coletiva. Com base nisso, acredito que a aplicação das ferramentas de gestão empresarial e projetos, quando direcionada para o desenvolvimento social e humano, diminui as diferenças existentes, possibilitando ter uma igualdade de

oportunidades, inclusão social.

Ao retomar Baggio e Baggio (2014), vejo que, para que o empreendedorismo social funcione, requer parcerias com participação ativa do setor privado, comunidade e setor público, mediante práticas sustentáveis para proporcionar uma qualidade ambiental e uma economia cultural que contribua com a vida social. Assim, requer sensibilidade social com responsabilidade.

Segundo Silva (2022), a globalização e seus processos exigem pessoas em busca de qualificação de forma desafiadora e constante. O futuro empreendedor deverá ter compromisso com a própria formação e atualização de conhecimentos para ser uma figura de liderança, para isso, precisa ter disciplina e saber utilizar ações profissionais e os espaços sociais.

Segundo Dreher (2004), tem aumentado o empreendedorismo na área do turismo tem aumentado o número. Há uma necessidade de crescimento para corresponder às demandas justificadas pelas mudanças demográficas, como o aumento de aposentados interessados em viagens, mudanças tecnológicas, melhorias de renda, redução do custo e tempo de viagens. O Turismo é uma atividade socioeconômica, gera serviços e produção de bens para a sociedade com o objetivo da satisfação atendendo as necessidades dos clientes e surpreendendo. É nesse sentido que se constrói o empreendedorismo social relacionado ao Turismo.

Com o presente projeto, será possível favorecer mudanças que possibilitem, por meio do empreendedorismo social, melhorias na qualificação das artesãs do Guadalupe, na sua relação com a venda de produtos artesanais e na sua qualidade de vida. É um projeto social voltado a otimização de mudanças coletivas, geração de oportunidade, renda e conscientização da população local.

4 METODOLOGIA

4.1 Metodologias de pesquisa

O presente estudo foi iniciado por meio de revisão bibliográfica, com abordagem qualitativa e cartográfica. De acordo com Ribeiro e Ramos (2022), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos e sua principal vantagem é permitir ao pesquisador uma cobertura mais ampla do que se fosse pesquisar diretamente em campo.

Por isso, para direcionar os estudos sobre a cidade de Olinda, me apoiei em autores como Barreto e Milet (2021), Nascimento (2009 e Pontual e Milet (2002). Sobre o segmento do Turismo e suas derivações, como o Turismo Sustentável e o Turismo de Base comunitária, Amorim, Conto e Pereira (2022), Burgos e Mertens (2016), Carvalho, Cutrim e Costa (2017), Damas (2020), Gavião (2020), Marinho, (2022), Rocha (2020), Santos (2010) e Vilela e Costa (2020).

Para embasar os entendimentos sobre empreendedorismo e empreendedorismo social, recorri a autores como Anastácio et al. (2022), Baggio e Baggio (2014), Bezerra (2022), Carvalho, Cutrim e Costa (2017), Dreher (2004), Monteiro (2022), Neto e Rodrigues (2022), Reis (2018), Silva e Silva (2020) e Silva (2022). Sobre associações e ONGs, Pereira (2020), Porfírio (2024) e SEBRAE (2022). O suporte em relação às estratégias de intervenção, como as oficinas veio dos autores Pimentel, Carneiro e Guerra (2007), SEBRAE (2022) e em relação às estratégias de marketing, Camarotto (2009), Farias et. al. (2021), Gomes et. al (2013), Kotler, Wong, Saunders e Armstrong (2005).

Busquei, ainda, autores para fundamentar minha metodologia de pesquisa e análise de dados, foram eles: Fortuna (2017), Gil (2002), Ribeiro e Ramos (2022), Romagnoli (2009) e Souza (2011). Além disso, foi necessário recorrer a instituições como o IPHAN, IBGE e Banco de dados do Estado de Pernambuco, para identificação de dados gerais sobre o município, sua história e habitantes.

Durante a construção do trabalho houve uma identificação com método de pesquisa cartográfica, definido por Fortuna (2017), como uma possibilidade de estudo para objetos subjetivos, na perspectiva de produzir conhecimento por meio de pesquisas participativas do tipo pesquisa-intervenção. Segundo Romagnoli (2009), nesse método, a pesquisa é compreendida sempre como intervenção. A escolha do método se deu pela minha proximidade com o objeto de estudo e as estratégias de

ação, sendo eu moradora na cidade e, minha mãe, integrante do Clube de mães N. Sra. De Guadalupe.

Como parte do projeto, foram realizadas visitas à Associação Clube de mães N. Sra. de Guadalupe, entrevistas com a presidente e membros da associação e com moradores do bairro do Guadalupe, cujos resultados serão apresentados na seção 4.4. Foram idealizadas oficinas sobre artesanato e empreendedorismo para as associadas ao Clube e elaboradas estratégias de implementação dessas oficinas.

4.2 Estratégias de ação

4.2.1 Identificação do espaço

Foram visitados o centro histórico de Olinda e o bairro de Guadalupe, assim como a Associação Clube de mães de N. Sra. de Guadalupe. Foi possível vislumbrar a perspectiva do turista, do visitante que busca serviços e produtos locais e percorre as ruas em busca deles. Fui a Cidade Alta, onde moro, mas numa perspectiva de visita. Estive acompanhada pela minha mãe vimos a Catedral de São Salvador do Mundo ou Catedral Sé de Olinda, em frente a ela, vimos o comércio de artesanato e comidas típicas. Fomos, ambas de camisa vermelha para representar o gênero feminino e a força para iniciativa, crescimento, na vida.

Figura 6 - Visita ao Alto da Sé de Olinda



Fonte: Autora (2024)

Na figura acima e nas figuras 7 e 8, a seguir, posso transmitir, em parte, minha visão e identificação cultural como moradora e consumidora dos produtos artesanais de Olinda.

Figura 7 - Apreciação de artesanato em crochê e bordado no Alto da Sé de Olinda



Fonte: Autora (2024)

Figura 8 - Apreciação de artesanato em crochê, palha e tecido no Alto da Sé de Olinda



Fonte: Autora (2024)

A visita pela Cidade Alta seguiu com a apreciação de outros atrativos turísticos, não diretamente ligados ao comércio. Vimos símbolos da cultura local, como as sombrinhas de frevo e os bonecos gigantes, ilustrados nas figuras a seguir.

Figura 9 - Apreciação de artesanato e decoração com sombrinhas de frevo e bonecos gigantes



Fonte: Autora (2024)

Figura 10 - Apreciação de bonecos gigantes de Olinda



Fonte: Autora (2024)

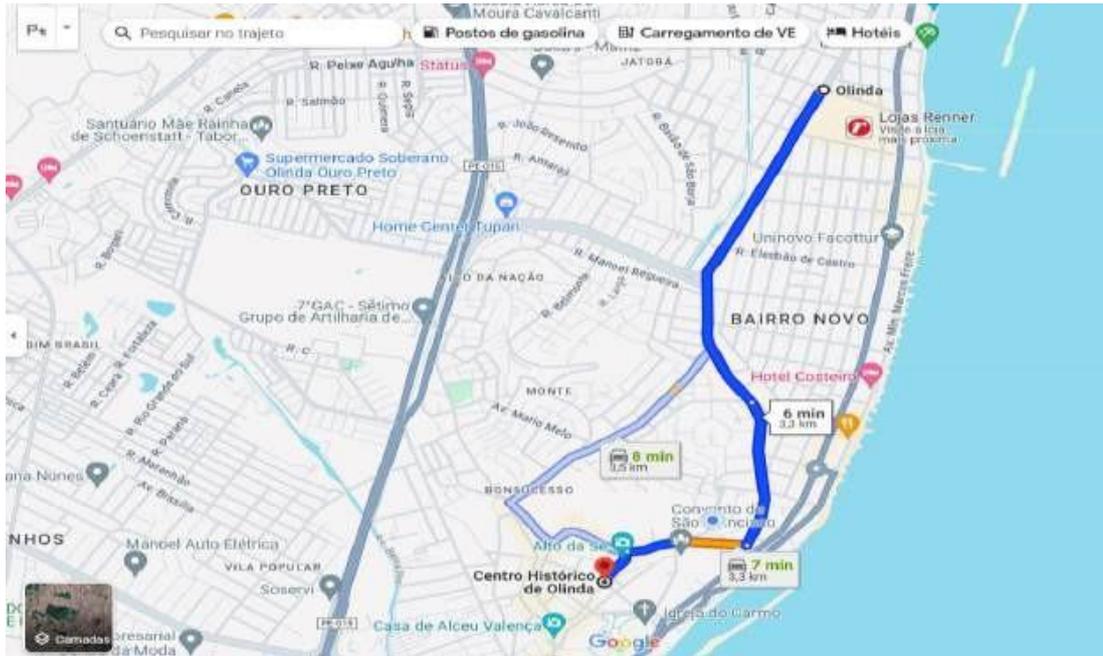
Figura 11 - Visita a atrativo turístico no Alto da Sé de Olinda



Fonte: Autora (2024)

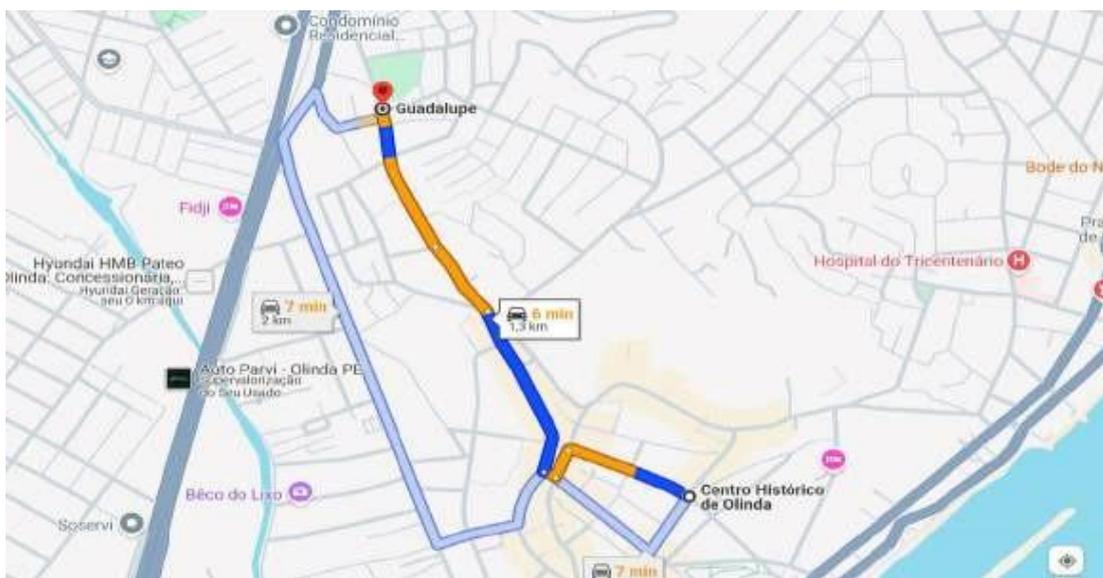
Nas figuras a seguir, é possível ver a localização do Centro Histórico de Olinda no mapa, o trajeto do Centro Histórico para o bairro de Guadalupe e a localização da Associação Clube de mães de N. Sra. De Guadalupe. Essas localizações são importantes porque considero que compreender e situar como o visitante irá se deslocar de um atrativo turístico para o outro.

Figura 12 - Localização do Centro Histórico de Olinda



Fonte: Google Maps. Modificado pela autora (2024)

Figura 13 - Localização Centro Histórico para o bairro de Guadalupe



Fonte: Google Maps. Modificado pela autora (2024)

Figura 14 - Localização da Associação Clube das Mães N.Sra. de Guadalupe



Fonte: Autora (2024)

4.2.2 Realização de oficinas culturais

Para este projeto sugerimos a proposta da realização de oficinas culturais no espaço da Associação Clube das Mães N.Sra. de Guadalupe com o intuito de oportunizar a mudança de comportamento através da aprendizagem do artesanato. Afinal, de acordo com Pimentel, Carneiro e Guerra (2007), as oficinas culturais podem ser compreendidas como um espaço de aprendizado de saberes, experimentação, práticas, reprodução de informações e, também, como um espaço de descoberta e de inovação.

As oficinas serão uma jornada que passará pela apresentação do que o artesanato, como produzi-lo, gerenciá-lo e vendê-lo, como transformar o artesanato em fonte de renda e sobre diferentes tipos de artesanato: customização, pintura em tecido, crochê, bordados e artesanato com recicláveis. As oficinas serão ofertadas por artesãs que já são membro do clube.

Para Pimentem, Carneiro e Guerra (2007), as oficinas culturais favorecem a aprendizagem, promovem o pensamento criador, a imaginação e a compreensão do mundo. Essas atividades constituem oportunidades de experimentação dos mais diversos tipos de linguagens expressivas. Do mesmo modo, as oficinas culturais podem ter o formato de treinamento e práticas específicas que favorecem o aprendizado e o desenvolvimento de teorias e técnicas.

4.3 Análise de resultados

4.3.1 Tamanho da Amostra (Universo da pesquisa – quantos responderam ao questionário e entrevista)

A Associação Clube de Mães N. Sra. De Guadalupe conta atualmente com 60 associadas, entretanto, apenas 22 têm frequentado a ONG com regularidade. Entre as 22, 4 não se sentiram confortáveis em responder ao questionário ou não estavam presentes no período de aplicação. Por isso, a pesquisa foi relacionada com apenas 18 associadas.

4.3.2 Gráficos das respostas aos questionários

Esperava-se que houvesse uma maior adesão de pessoas à resposta dos questionários. A principal dificuldade foi o baixo número de associadas frequentando a associação com regularidade. Diante da inesperada amostra reduzida, de apenas 18 pessoas, não foi possível ter um panorama amplo sobre os impactos do projeto no bairro todo, entretanto, acredita-se as respostas foram mais focadas e poderão resultar e oficinas melhor estruturadas. As respostas serão apresentadas a seguir:

O gráfico 1 apresenta as respostas das entrevistadas sobre o local de residência. A pergunta foi: Você é residente do bairro Guadalupe? Com 72% dos respondentes sendo residentes de Guadalupe, isso indica que a maioria das mulheres associadas está inserida na comunidade local, o que pode facilitar a participação nas oficinas de artesanato. Apenas 3% não residem no bairro, o que sugere que as oficinas podem ser mais bem direcionadas para as necessidades e interesses das residentes.

Gráfico 1 – Residentes do bairro de Guadalupe



Fonte: Autora (2024)

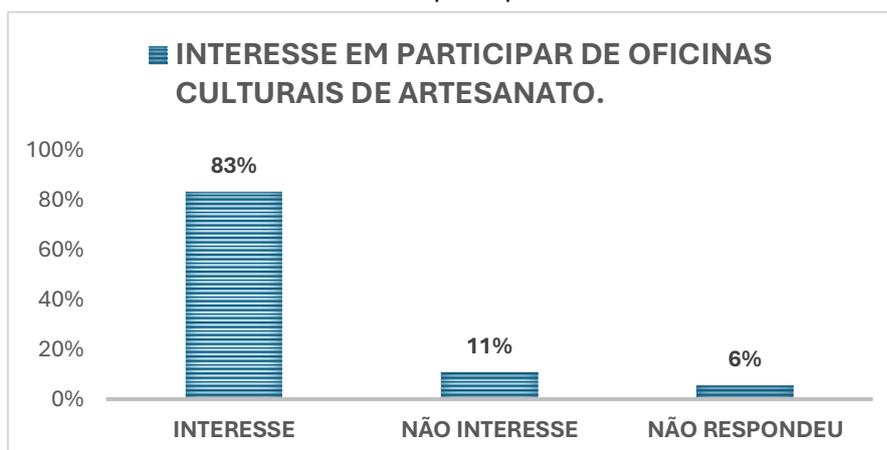
O próximo gráfico oferece percepções importantes sobre a inclusão das mulheres associadas ao Clube de Mães N. Sra. De Guadalupe em atividades turísticas. A pergunta foi: Já teve oportunidade de ser incluído nas atividades turísticas no município de Olinda? Se SIM quais? Com 72% das mulheres afirmando que não tiveram oportunidade de inclusão em atividades turísticas, isso indica uma lacuna significativa em acesso a esses projetos. Apenas 11% tiveram essa oportunidade, o que sugere que, mesmo entre as participantes, as oportunidades são limitadas.

Gráfico 2 – Oportunidade de inclusão nas atividades turísticas



Fonte: Autora (2024)

A terceira pergunta do questionário foi: gostaria de fazer parte da Associação das Mães de Guadalupe participando de oficinas e atividades culturais de artesanato? E os resultados são bastante encorajadores e oferecem uma visão positiva sobre o interesse das mulheres em participar das oficinas e atividades culturais. Como podemos ver no gráfico a seguir, 83% demonstraram interesse em participar, isso sugere que há uma demanda significativa por oficinas e atividades culturais de artesanato. Apenas 11% expressaram que não têm interesse, o que é uma porcentagem relativamente baixa. Isso indica que a maioria das mulheres está aberta a participar.

Gráfico 3 – Interesse em participar de oficinas culturais

Fonte: Autora (2024)

A pergunta seguinte foi: gostaria de ter a oportunidade de aprender a elaborar produtos turísticos artesanais? Se SIM quais produtos? Como podemos ver no gráfico 4, 80% das entrevistadas têm interesse em aprender a elaborar produtos turísticos artesanais. Essa taxa elevada demonstra um forte desejo entre as mulheres de aprender a criar produtos artesanais que possam ser utilizados no turismo. Isso não só destaca a relevância das oficinas propostas, mas também indica uma oportunidade de empoderamento econômico, permitindo que elas possam gerar renda a partir do turismo. Apenas 3% demonstraram não ter interesse na oportunidade, essa baixa porcentagem de mulheres que não estão interessadas sugere que a maioria vê valor nessa aprendizagem, o que é positivo para a realização das oficinas.

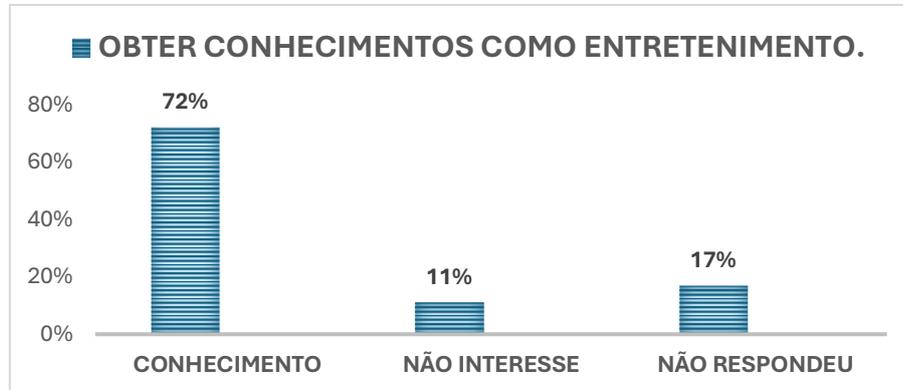
Gráfico 4 – Oportunidade de elaborar produtos turísticos

Fonte: Autora (2024)

A seguir, no gráfico 5, podemos ver que uma maioria significativa está interessada em participar das oficinas de artesanato como uma forma de lazer e entretenimento. Isso sugere que as oficinas não apenas podem servir como uma atividade criativa, mas também como uma oportunidade para socialização. Embora uma minoria, 11% das

mulheres podem não ver o artesanato como uma forma de entretenimento ou podem ter outras prioridades, como o artesanato enquanto fonte de renda.

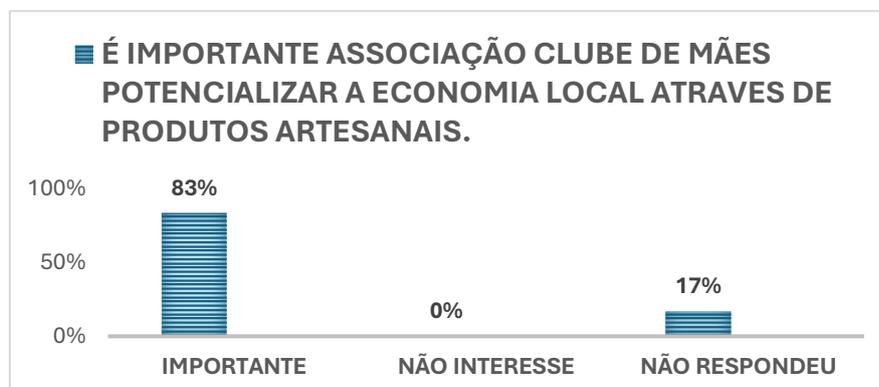
Gráfico 5 – Interesse de conhecimento como entretenimento



Fonte: Autora (2024)

A sexta pergunta foi: Você acha importante que a Associação das Mães de Guadalupe em Olinda-PE tenha como objetivo, potencializar a economia local preservando a identidade e cultura do seu bairro através do Artesanato? Os resultados são mostrados no gráfico 6, abaixo 83% das entrevistadas consideram importante potencializar a economia local e preservar a identidade cultural. Este resultado demonstra um forte apoio à ideia de que a associação deve trabalhar para fortalecer a economia local por meio do artesanato, ao mesmo tempo, em que preserva a identidade e a cultura do bairro. Essa percepção indica que as participantes valorizam não apenas o aspecto econômico, mas também o social e cultural das atividades. Diante disso, podemos usar o artesanato como uma forma de contar a história do bairro, incentivando as participantes a compartilhar suas experiências e tradições.

Gráfico 6 – Potencializar a economia local com vendas de produtos artesanais

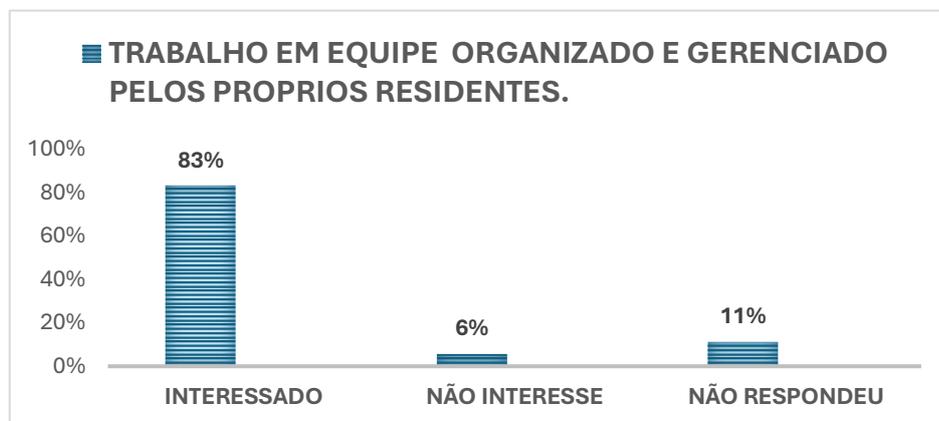


Fonte: Autora (2024)

Em seguida, foi perguntado às entrevistadas se gostariam de aprender a

trabalhar em equipe, com atividades organizadas e gerenciadas pelos próprios residentes. De acordo com os resultados apresentados no gráfico 7, existe um aparente desejo de aprender e participar ativamente em atividades organizadas e geridas pelos próprios residentes de Guadalupe. Com base nisso, os treinamentos podem ser focados em habilidades de trabalho em equipe, organização de eventos e gerenciamento, preparando as participantes para liderar iniciativas. Além disso, as mulheres podem trabalhar juntas, e juntas fortalecer o senso de pertencimento a comunidade.

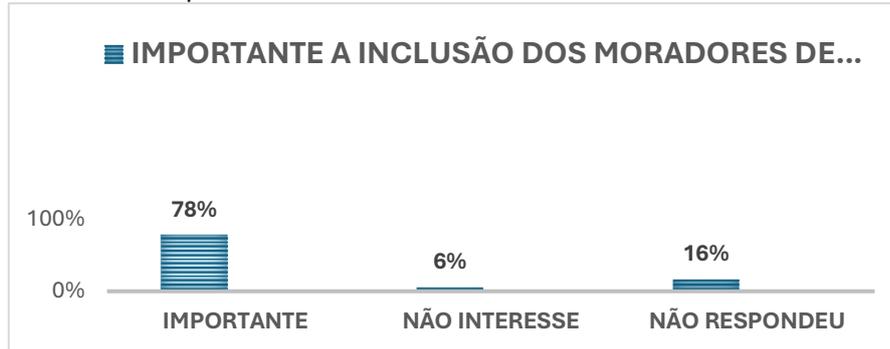
Gráfico 7 –Trabalho em equipe organizado e gerenciado pelos residentes



Fonte: Autora (2024)

A pergunta 8 foi: acha importante fazer parte de um projeto, na Associação das Mães de Guadalupe, com o objetivo de inclusão dos moradores nas atividades do Turismo? Os resultados da pergunta mostram um forte apoio à inclusão dos moradores nas atividades turísticas.

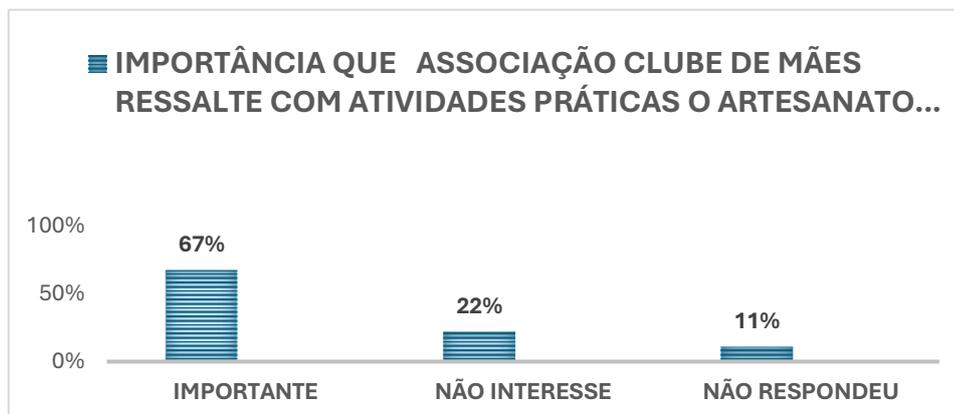
Com 78% das participantes considerando isso importante. Esse interesse reforça a ideia de que as oficinas de artesanato podem ser um caminho para fortalecer a comunidade e promover um turismo mais integrado. O fato de 16% não terem respondido pode indicar um nível de desinteresse, mas a maioria parece ver valor na inclusão, o que é um ponto forte para o desenvolvimento de projetos futuros.

Gráfico 8 – Importância da Inclusão de moradores nas atividades turísticas

Fonte: Autora (2024)

A pergunta de número 9 foi: O Bairro do Guadalupe em Olinda, pela sua característica cultural e identidade, precisa de que a associação ressalte, com atividades práticas, a importância do artesanato integrando seus moradores?

Os resultados da pergunta 9, mostrados no próximo gráfico, indicam que 67% das participantes reconhecem a importância do artesanato como parte da identidade cultural do bairro. Isso sugere que há um reconhecimento do valor do artesanato na promoção da cultura local e na integração dos moradores. Os 22% que não demonstraram interesse nas atividades podem indicar barreiras, como falta de tempo ou percepção de que as atividades não atendem às suas necessidades. Para lidar com as resistências, as oficinas precisarão abordar a identidade cultural do bairro como elemento estrutural da cultura da cidade toda.

Gráfico 9 – Importância em ressaltar as atividades artesanais na Associação Clube das Mães N.Sra. de Guadalupe

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

A décima e última pergunta foi: O Bairro do Guadalupe precisa de projetos que proporcionem oportunidades de aprendizado sobre empreendedorismo para os moradores? Se SIM. Em quais áreas e produtos? Os resultados foram divididos em

dois gráficos, como pode ser visto abaixo.

O gráfico 10 mostra que 67% das participantes acreditam que o bairro precisa de projetos que ofereçam oportunidades de aprendizado sobre empreendedorismo. Essa percepção indica que há uma demanda por desenvolvimento de habilidades empreendedoras entre os moradores. Os 33% que não responderam podem representar um grupo que ainda não tem uma opinião formada sobre o tema ou que pode não se sentir representado por essa necessidade. Esses dados reforçam a ideia de que as oficinas de artesanato podem não apenas ensinar habilidades manuais, mas também incluir aspectos de empreendedorismo, capacitando as mulheres a transformar suas habilidades em oportunidades de geração de renda.

Gráfico 10 – Oportunidades de projetos empreendedorismo no Bairro de Guadalupe



Fonte: Autora (2024)

Por fim, os resultados do gráfico 11 indicam que 22% das participantes sugeriram temas para oficinas, incluindo pintura, gastronomia, bordado e confeitaria. Isso demonstra um interesse diversificado e uma vontade de explorar várias formas de expressão artística e habilidades práticas. Esses temas não só podem enriquecer as oficinas, mas também oferecer oportunidades de geração de renda. Integrar esses diferentes tipos de oficinas pode atrair um público mais amplo e engajado.

Gráfico 11 – Sugestões de Oficinas para o ONG Clube das Mães N.Sra. de Guadalupe



Fonte: Autora (2024)

4.3.3 Resultados das entrevistas com a presidente da Associação Clube de mães N.Sra. de Guadalupe

Maria Luciene Nunes, presidente da Associação Clube das Mães N.Sra. de Guadalupe, situada na Rua N. Sra. do Guadalupe, nº. 138, foi entrevistada sobre seu trabalho e a atuação da Associação, que é uma ONG. A entrevista foi realizada com base em um questionário (Apêndice B) e os resultados obtidos a partir das respostas serão apresentados a seguir.

A associação é uma instituição sem fins lucrativos. Para realizar suas atividades não recebe incentivo financeiro, todas as realizações são mantidas pelas associadas. Atualmente, as associadas são um grupo de idosas a partir de 60 anos. Existe uma dificuldade em firmar parcerias com empresas e instituições que realizem atividades gratuitas dentro do Clube de mães. Mesmo diante das dificuldades expostas, existe um curso de corte e costura em andamento. O objetivo atual dos encontros realizados é proporcionar bem-estar para quem participa, mas, não existe um direcionamento para o empreendedorismo nem para o empreendedorismo social.

Considerando ao projeto de oficinas culturais (artesanato, culinária, música, danças, eventos e empreendedorismo), foi perguntado a presidente e se a associação tem interesse em receber as oficinas propostas, que seriam direcionadas a mães e mulheres de qualquer idade, que tivessem interesse na oportunidade de aprendizado. A presidente ressaltou que existe o interesse, entretanto, a associação não poderia financiar, porque o valor mensal que arrecada, por meio de taxa paga pelas associadas, é direcionado somente à manutenção do local.

4.3.4 Estratégias de implantação das oficinas Culturais.

As oficinas culturais, que visam fomentar a criatividade, o empreendedorismo e a sustentabilidade na comunidade de Guadalupe. As oficinas serão desenvolvidas ao longo do ano. Em janeiro, às terças-feiras, das 14h às 16h, acontecerá os encontros da oficina de empreendedorismo. Esta oficina proporcionará aos participantes conhecimentos essenciais sobre como iniciar e gerenciar um negócio, abordando temas como planejamento, marketing e finanças.

No mês de fevereiro, às quintas-feiras, também das 14h às 16h, acontecerá a oficina de customização de roupas e calçados. Nesta oficina, os participantes aprenderão técnicas de customização para dar nova vida a roupas e calçados,

promovendo a criatividade e a redução do desperdício. No mês de agosto, nos mesmos dias e horários de fevereiro, os encontros serão parte da oficina de pinturas em tecido, bordado e crochê. As participantes poderão explorar diferentes técnicas de pintura em tecido, além de aprender crochê e bordados, desenvolvendo habilidades manuais e artísticas.

Por fim, no mês de outubro, nas sextas-feiras, das 14h às 16h, acontecerão os encontros da oficina de artesanato com materiais recicláveis, focada na sustentabilidade, esta oficina ensinará como transformar materiais recicláveis em peças de artesanato, promovendo a conscientização ambiental. O cronograma das oficinas é apresentado na tabela abaixo:

Tabela 1- Cronograma das oficinas culturais

OFICINAS	MÊS	DIAS	HORARIOS
Oficina de empreendedorismo	Janeiro	<i>terça-feira</i>	14 as 16h
Oficina de customização em roupas e calçados	Fevereiro	<i>quinta-feira</i>	14 as 16h
Oficina de pinturas em tecido, crochê, bordados.	Agosto	<i>quinta</i>	14 as 16h
Oficina de artesanato com materiais recicláveis.	Outubro	<i>sexta-feira</i>	14 as 16h

Fonte: Autora (2024)

4.3.5 Tabelas orçamentárias

Apresento a seguir uma visão detalhada dos custos envolvidos em cada uma das oficinas. Esses valores refletem o investimento necessário para garantir a qualidade das atividades e os materiais que serão utilizados. Para o funcionamento adequado das oficinas, será necessário investir em equipamentos pedagógicos. O custo do aparelho retroprojeter é de R\$ 3.000,00 a tela de projeção custa R\$ 600,00, o microfone tem um valor de R\$ 300,00 e a caixa de som está orçada em R\$ 500,00. No total, o investimento em equipamentos soma R\$ 4.400,00.

Tabela 2- Equipamentos da oficina pedagógica

EQUIPAMENTOS PARA OFICINA PEDAGOGICA.	PREÇOS
Aparelho retroprojektor	R\$ 3.000,00. (comprar)
Tela de projeção	R\$ 600,00. (comprar)
Microfone	R\$ 300,00. (comprar)
Caixa de som	R\$ 500,00. (comprar)
TOTAL:	R\$ 4.400,00.

Fonte: Autora (2024)

Na oficina de empreendedorismo, os custos incluem cadernos de anotações (20 unidades) a R\$ 10,00 cada, totalizando R\$ 200,00, canetas (20 unidades) a R\$ 2,00 cada, totalizando R\$ 40,00, e um coffee break para 20 pessoas a R\$ 10,00 por pessoa, totalizando R\$ 200,00. Assim, o total da oficina de empreendedorismo é de R\$ 440,00. Os valores podem ser observados, também, na tabela abaixo:

Tabela 3- Oficina de Empreendedorismo

OFICINA DE EMPREENDEDORISMO.	PREÇOS
Caderno de anotações	(20 quantidades) valor unitário: R\$ 10,00. e valor total R\$200,00.
Canetas	(20 quantidades) valor unitário: R\$2,00. valor total R\$40,00
Coffee break	(20 pessoas) Valor por pessoa: R\$10,00. valor total: R\$200,00.
TOTAL:	R\$ 440,00.

Fonte: Autora (2024)

Como será apresentado na tabela 4, para a oficina de customização em roupas e calçados, os custos envolvem 20 metros de tecidos a R\$ 30,00 por metro, somando R\$ 600,00, sandálias (20 unidades) a R\$ 10,00 cada, totalizando R\$ 200,00, e fio para macramê (30 unidades) a R\$ 12,00 cada, totalizando R\$ 360,00. Outros materiais incluem bicos (6 unidades) a R\$ 20,00 cada (R\$ 120,00), miçangas (saco com 500 miçangas, 6 unidades) a R\$ 17,00 cada (R\$ 102,00), pistola de cola (4 unidades) a R\$ 30,00 cada (R\$ 120,00), furador (4 unidades) a R\$ 15,00 cada (R\$ 60,00) e uma máquina de costura (1 unidade) a R\$ 1.000,00.

Tabela 4- Oficina de Customização

OFICINA DE CUSTOMIZAÇÃO EM ROUPAS E CALÇADOS.	PREÇOS
Tecidos-20 metros	R\$ 600,00. (30,00. Por metro)
Sapatos (fornecido pelo aluno)	R\$ 00,00.
Sandálias- 20 unidades.	R\$200,00. (10,00. Por unidade)
Fio para macramê rolo - 30 unidades.	R\$360,00. (12,00. Por unidade)
Bicos -13,7 metros. 06 unidades.	R\$120,00. (20,00. Por unidade)
Miçangas- saco com 500 miçangas- 06 unidades.	R\$ 102,00. (17,00. Por unidade)
Pistola de cola - 04 unidades	R\$120,00. (30,00. Por unidade)
Furador- 04 unidades.	R\$ 60,00. (15,00. Por unidade)
Máquina de costura- 01unidade.	R\$ 1.000,00.
TOTAL:	R\$ 2.562,00.

Fonte: Autora (2024)

Na oficina de pinturas em tecido, crochê e bordados, os custos incluem tintas de tecido (24 unidades) a R\$ 20,00 cada, totalizando R\$ 480,00, e 30 metros de tecidos a R\$ 20,00 por metro, somando R\$ 600,00. Além disso, linhas de crochê (28 unidades) a R\$ 13,00 cada totalizam R\$ 364,00, e agulhas de crochê (20 unidades) a R\$ 25,00 cada chegam a R\$ 500,00. O total da oficina de pinturas é de R\$ 1.944,00.

Tabela 5- Oficina pintura em tecido, crochê e bordados

OFICINA DE PINTURAS EM TECIDO, CROCHÊ, BORDADOS.	PREÇOS
Tintas de tecido- 250ml (04 azul, 04 branca, 04 vermelha, 04 amarela, 04 verdes, 04 pretas)	24 tintas. - valor por unidade: 20,00. Total: R\$480,00.
Tecidos- 30 metros.	20,00 por metro. - Total: R\$ 600,00.
Linhas de crochês-(04 pretas; 04 azul, 04 rosas, 04 amarela, 04 verdes, 04 vermelhos, 04 branca).	28 unidades - valor por unidade: 13,00. Total: R\$ 364,00
Agulhas de crochê - 20 Unidades.	20 unidades.- valor por unidade: R\$ 25,00. Total: R\$ 500,00.
Agulhas de bordado – 20 unidades.	20 unidades - valor por unidade: R\$ 3,00. Total: R\$ 60,00.
TOTAL:	R\$ 2.004,00

Fonte: Autora (2024)

Como se pode ver na tabela abaixo, os custos da oficina de artesanato com materiais recicláveis incluem cola (4 tubos de 500g) a R\$ 10,00 cada, totalizando R\$ 40,00, e tintas (24 unidades) a R\$ 7,50 cada, que somam R\$ 180,00. Assim, o total da oficina de artesanato é de R\$ 220,00. Por fim, o total geral dos custos das oficinas e equipamentos é de R\$ 9.566,00.

Tabela 6- Oficina de Artesanato com recicláveis.

OFICINA DE ARTESANATO COM MATERIAIS RECICLÁVEIS.	PREÇOS
Garrafa plástico-20 unidades (Fornecida pelo aluno)	R\$ 00,00.
Vidro -20 unidades (Fornecida pelo aluno)	R\$ 00,00.
Papelão -20 unidades (Fornecida pelo aluno)	R\$ 00,00.
Tecido-20 unidades (Fornecida pelo aluno)	R\$ 00,00.
Cola -04 tubos de 500g.	valor por unidade: R\$ 10,00. Total: R\$ 40,00.
Tintas- 250 ml (04 azul, 04 branca, 04 vermelha, 04 amarela, 04 verdes, 04 preta)	24 unidades valor por unidade: R\$ 7,50. total: R\$180,00.
TOTAL:	R\$ 220,00.

Fonte: Autora (2024)

Entre os custos para as oficinas, teremos ainda, aqueles destinados à divulgação. Teremos diferentes abordagens para garantir uma divulgação eficaz. Utilizaremos as redes sociais, como Facebook e Instagram, que já estão disponíveis e não geram custos adicionais, proporcionando uma plataforma ampla para alcançar nosso público-alvo. Além disso, planejamos um anúncio com bicicleta, que será realizado durante quatro dias no mês, com uma hora de duração cada dia. Este formato dinâmico e visível custará R\$ 1.400,00, já que o valor para cada hora é de R\$ 70,00. Para complementar nossa estratégia, também produziremos três banners a um custo total de R\$ 300,00 (R\$ 100,00 por unidade), que servirão como suporte visual em pontos estratégicos. Assim, o investimento total em marketing para as oficinas culturais será de R\$ 1.700,00. Essas ações visam maximizar a visibilidade das oficinas e atrair mais participantes, contribuindo para o sucesso das atividades oferecidas.

Tabela 7- Divulgação

DIVULGAÇÃO	PREÇOS
Redes sociais (Facebook, Instagram, Zapp).	R\$ 0,00. (Pois já existente no local).
Anúncio com Bicicleta (4 dias no mês com duração de 01h cada dia).	R\$ 1.400,00. (uma hora custa 70,00. diária)
Banner (03 uni.)	R\$ 300,00. (100,00 por unidade)
TOTAL:	R\$ 1.700,00.

Fonte: Autora (2024)

Os custos gerais das oficinas e divulgação totalizam R\$ 11.026,00. Este valor é composto pelo total das oficinas, que soma R\$ 9.326,00, e pelos custos de divulgação, são de R\$ 1.700,00. Essa soma reflete o investimento necessário para garantir a qualidade das atividades e a visibilidade das oficinas culturais.

Tabela 8- Total do Orçamento.

TOTAL DAS OFICINAS:	R\$9.326,00.
TOTAL DA DIVULGAÇÃO:	R\$ 1.700,00.
TOTAL GERAL:	R\$11.026,00.

Fonte: Autora (2024)

5 Apoios

O valor necessário para cobrir os custos das oficinas será buscado principalmente junto a comerciantes locais, que poderão patrocinar as atividades em troca de visibilidade e promoção de seus negócios. Essa parceria não apenas ajudará a viabilizar o projeto, mas também fortalecerá a conexão entre a comunidade e o comércio local.

Além disso, pretendemos buscar apoio de instituições públicas e privadas, como escolas técnicas e universidades, que possam se interessar em colaborar com recursos e experiências. Também consideramos a possibilidade de financiamento coletivo, envolvendo a comunidade em um esforço coletivo para financiar as oficinas, criando um senso de pertencimento e engajamento.

Essas estratégias garantirão que o projeto “Oficinas Fazendartes: Turismo e Empreendedorismo” tenha os recursos necessários para oferecer uma experiência de qualidade aos participantes, ao mesmo tempo, em que beneficia o comércio local e a economia da região.

6 Considerações finais

O “Projeto Oficinas Fazendo Artes: Turismo e Empreendedorismo” se baseia na educação e na vivência prática que aprendi com minha mãe, que desde cedo me ensinou o valor do artesanato. Ela me proporcionou experiências nas áreas de artesanato, pintura em tecidos, corte e costura, e customização, além de me incentivar a participar de feiras artesanais, tanto como empreendedora quanto como consumidora. Através da elaboração de produtos artesanais, é possível gerar renda e estimular o espírito empreendedor.

Escolhi o município de Olinda, onde resido há trinta anos, como o local ideal para a aplicação deste projeto, pois é uma cidade multicultural que atrai muitos turistas nacionais e internacionais, oferecendo uma arquitetura e um paisagismo acolhedores. A pesquisa foi realizada no bairro de Guadalupe, que proporciona um ambiente receptivo e cultural, especialmente para o público feminino da Associação Clube das Mães Nossa Senhora de Guadalupe, composta por 60 associadas. Durante a amostragem, conseguimos entrevistar 18 participantes, esse foi um ponto negativo, pois não conseguimos alcançar todas as 60 associadas. Mesmo assim, houve boa receptividade das associadas que frequentam o espaço com assiduidade.

As participantes se identificaram com o tema e reconheceram a necessidade de capacitação na associação. No bairro, há uma diversidade de classes sociais e profissões entre as respondentes, incluindo cuidadoras de idosos, professoras aposentadas, artesãs, domésticas, costureiras, e comerciantes, com idades variando de 56 a 76 anos. Mesmo diante de dificuldades, como limitações de alfabetização e problemas visuais, as participantes demonstraram interesse em aprender, revelando que as oficinas serão acessíveis mesmo para quem possui essas barreiras.

Em entrevista com a atual presidente da associação, Maria Luciene Nunes, ela destacou a importância do projeto para o público feminino e a relevância para a comunidade. Embora a associação enfrente dificuldades financeiras para participar ativamente, ela se mostrou disposta a ceder espaço para a realização das oficinas, com todos os custos de equipamentos e materiais sendo cobertos pelos organizadores. Essa colaboração permitirá que a associação mantenha seu foco em atividades sociais sem fins lucrativos, atendendo às necessidades de lazer e aprendizado das associadas.

REFERÊNCIAS

AGNOL S. D. **Impactos do turismo x comunidade local** .UCS. 2012. Disponível em:https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/02/06_Dall_Agnol.pdf. Acessado em : 02 de jul. de 2024.

AMORIM, F. A.; CONTO, S. M.; PEREIRA, G. S. Turismo de bem-estar e sustentabilidade na produção do conhecimento: um estudo baseado no Portal de Periódicos da Capes Wellness Tourism and sustainability in knowledge production: a study based on the Capes Periodicals. **Revista Conjecturas**, Caxias do sul, Vol. 22, Nº 1. 2022 . Disponível em: <<https://conjecturas.org/index.php/edicoes/article/view/586>>. Acesso em 06 de ago. de 2024.

ANASTACIO, M.R. *et al.* **Empreendedorismo social e inovação no contexto brasileiro**. Prefácio de: Mirella Domenich. 1º edição. Curitiba: PUCPRESS, 2018. 290 p. Disponível em: <https://institutolegado.org/downloads/ens-brasil-ebook.pdf> Acesso em 08 de ago. de 2024.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D.K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, vol.1, n.1, p. 25-38, 2014 - ISSN 2359-35392/. Disponível em:<https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>. Acesso em 06 de abr. de 2024.

BDE. **Base de dados do Estado**, Pernambuco, 2010. Disponível em <http://www.bde.pe.gov.br/visualizacao/Visualizacao_formato2.aspx?CodInformacao=1167&Cod=3>. Acesso em 15 de set. de 2024.

BEZERRA, Juliana. Empreendedorismo. **Toda matéria [s./]**. Disponível em <<https://www.todamateria.com.br/empreendedorismo/2022>>. Acesso em 07 de ago. de 2024.

CABRERA-MARTÍNEZ, A. M.; IGARTUA-PEROSANZ, J. J.; VIDAL-ORTEGA, A. Usos sociales, beneficios socioeconómicos e indicadores en el patrimonio cultural: un estudio correlacional. **Revista Scielo**, São Paulo, vol.15, nº.32, p. 282-312. Epub. Dec. 16, 2022. <https://doi.org/10.1590/1981.81222017000200020>. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2145132X2023000100282&script=sci_artt ext>. Acesso em 15 de set. de 2024.

CARVALHO, C. de M. B.; CUTRIM, K. D. G.; COSTA, S. R. da. Empreendedorismo cultural e turismo: perspectivas para desenvolvimento das indústrias criativas no bairro da Madre Deus, São Luís (Maranhão, Brasil). **Revista Scielo**, São Paulo, vol. 12, n. 2, p. 629-646, maio-ago. 2017. DOI:<http://dx.doi.org/10.1590/1981.81222017000200020>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bgoeldi/a/ksK4JCr4t7XLGT9mSWVQV3P/?lang=pt&format=pdf> . Acesso em 10 de mar. de 2024.

DAMAS, M. T. Turismo Sustentável: Reflexões, avanços e perspectivas. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.13, n. 2. Mai-jul 2020. pp. 295-312. Acesso

em 06 de abr. de 2024.

DREHER, T. D. Empreendedorismo e responsabilidade ambiental: uma abordagem em empreendimentos turísticos. **Revista brasileira de ecoturismo**, São Paulo, vol. 13, nº 2. maio-julho/2020.

Disponível:file:///C:/Users/rcss/OneDrive/%C3%81rea%20de%20Trabalho/pesquisa%20tcc2022. Acesso em 09 de mar. de 2024.

FORTUNA, C. M. *et tal.* Cartografia nas pesquisas científicas: uma revisão integrativa. Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, SP, Brasil. Fractal: **Revista de Psicologia**, São Paulo. Vol. 29, n. 1, p. 45-53, jan.-abr.2017. doi:

<https://doi.org/10.22409/1984-0292/v29i1/1453>. Disponível em

<<https://doi.org/10.22409/1984-0292/v29i1/1453>>. Acesso em 10 de ago. de 2024.

GAVIÃO, M. M. M. C. Turismo cultural como estratégia de desenvolvimento a paisagem protegida regional do litoral de Vila do Conde 1 TO 6 setembro 2020.

RECIPP, Portugal. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.22/19822>. Acesso em 14 de ago. de 2024.

GONZAGA, V. Guadalupe relembra a época da União Ibérica em Pernambuco. Bairro leva nome da igreja que tem como padroeira a santa mexicana. **Brasil de fato**, Recife-PE. 2019. Disponível

em:<https://www.brasildefatope.com.br/2019/02/14/guagalupe-relembra-a-epoca-da-uniao-iberica-em-pernambuco>. Acesso em 10 de mar. de 2024.

IBGE. **Olinda**. IBGE gov.br-2022. Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/olinda/panorama>. 2022. Acesso em 04 de mar. de 2024.

inovação e desenvolvimento humano no mundo: análise comparativa. Gestão e

IPHAN. **Fiscalização**. IPHAN-2024. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/1702/2024>>. Acesso em 13 de mar. de 2024.

MACEDO.E. **Políticas Públicas**: o que são e para que existem. Assembleia legislativa Sergipe-2018. Disponível em <<https://al.se.leg.br/politicas-publicas-o-que-sao-e-para-que-existem/>>. Acesso em 05 de ago. de 2024.

MARINHO, C. S. Comunicação em Turismo de Base Comunitária e desenvolvimento sustentável: o caso da Impact. **Ulisboa**, Portugal,2022.

<http://hdl.handle.net/10451/51723>. Disponível em:

<https://repositorio.ul.pt/handle/10451/51723>. Acesso em 20 de mar. de 2024.

MONTEIRO, J. S. *et al.* Monitoramento de empreendedorismo global: o cenário do empreendedorismo no Brasil. **Brazilian Applied Science Review**, Curitiba, v.6, n.1, p. 64-78 jan./fev. 2022. Disponível em:

file:///C:/Users/rcss/Downloads/admin,+Art+005+BASR+Jan+22.pdf. Acesso em 19 de mar. de 2024.

NASCIMENTO, E. M. V. **Memória de Olinda**: história, psicanálise paixão e arte. Salvador: EDUFBA, 2009. Disponível em

<file:///C:/Users/rcss/Downloads/Mem%C3%B3ria%20de%20Olinda.pdf>. Acesso

em 13 de mar. de 2024.

NETO, M. N. F.; CABRAL, J. E. O.; RODRIGUES, J. L. C. C. Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento humano no mundo: análise comparativa. *Gestão e Desenvolvimento .SINGEP*, Novo Hamburgo. vol. 19, n. 1 , jan./jun. 2022. Disponível em: <https://submissao.singep.org.br/8singep/anais/arquivos/136.pdf>. Acesso em 23 de ago. de 2024.

PASSOS, E.; BARROS, R. B. A cartografia como método de pesquisa-intervenção. Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade. *Revista Scielo*, São Paulo. vol. 1, n. 1, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/QQT7x3GYszjB6GSxt8nJvL/>. Acesso em 06 de set. de 2024.

PIMENTEL G., CARNEIRO B. L., GUERRA J. **Oficinas Culturais**. Brasília: Universidade de Brasília. MEC, 2007 Disponível em <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/profunc/ofic_cult.pdf>. Acesso em 03 de mar. de 2024.

PORFÍRIO, F. **Organização não governamental (ONG)**. Brasil Escola, 2024. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/geografia/organizacao-nao-governamental-ong.htm>>. Acesso em 06 de set. de 2024.

REIS, A. J. S. L. Empreendedorismo social: plano de negócios para organização de turismo comunitário. **RECIPP**, Portugal, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.22/11807>. Disponível em: https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/11807/1/DM_Ana%20Reis_Final.pdf. Acesso em 08 de abr. de 2024

RIBEIRO, R. M.; RAMOS, S. P. **Manual de Metodologia da Pesquisa** – Engenharia Civil. (org.). – Faculdade Luciano Feijão.– Sobral, 2022. Disponível em <https://flucianofejiao.com.br/flf/wp-content/uploads/2022/03/2022_MANUAL-DE-METODOLOGIA-DA-PESQUISA_ENGENHARIA.pdf>. Acesso em 06 de abr. de 2024

RODRIGUES, L. O. **Identidade cultural**. Brasil Escola, 2024. Disponível em <<https://brasilescola.uol.com.br/sociologia/identidade-cultural.htm>>. Acesso em 06 de out. de 2024.

SANTOS, D. W. Ocupações artístico-culturais: a emancipação humana pela ressignificação do trabalho e apropriação do direito à cidade. **Revista Ioles**, Boa Vista 2024 no VI, vol.17, n.49,. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10531204> . Disponível em <<https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/3092/1001>>. Acesso em 10 de set. de 2024.

SEBRAE. **Associação é estratégia de fortalecimento**. Parcerias com outras empresas podem aumentar as oportunidades de negócios e permitir a divisão de riscos custos. SEBRAE- 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/associacao-e-estrategia-de-fortalecimento,10e5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em 06 de

set. de 2024.

SILVA, D. M. C.; XAVIER, M. G. P.; LINS, S. L. B. O Turismo e sua influência no comércio, comunidade e desenvolvimento local do sítio histórico de Olinda-PE.. **REN-Revista economica do nordeste**, Brasil, vol. 44, n. 1, p. 59-72, 2013. Disponível em < <https://biblat.unam.mx/es/revista/ren-revista-economica-do-nordeste/articulo/o-turismo-e-sua-influencia-no-comercio-comunidade-e-desenvolvimento-local-do-sitio-historico-de-olinda-pe>. Acesso em 15 de set. de 2024.

SILVA, P.L.B. Empreendedorismo social: estudo das representações das mulheres artesãs de Barbacena-MG. **Revista Ágora de divulgação científica**, Minas Gerais. Vol.27, fev., 2022. DOI:[10.24302/agora.v27.3764](https://doi.org/10.24302/agora.v27.3764). Disponível: <https://biblat.unam.mx/es/revista/ren-revista-economica-do-nordeste/articulo/o-turismo-e-sua-influencia-no-comercio-comunidade-e-desenvolvimento-local-do-sitio-historico-de-olinda-pe>. Acesso em 03 de set. de 2024.

VILELA, Grazielle Júnia Pereira; COSTA, Helena Araujo. Políticas Públicas de Turismo: uma análise crítica dos planos nacionais de turismo do Brasil (2003-2022). **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, Brasil, vol. 31, n. 1, p. 115–132, 2020. DOI: [10.11606/issn.1984-4867.v31i1p115-132](https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i1p115-132). Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/147341>. Acesso em 10 de set. de 2024.

APENDICE A – Artes de divulgação

Logomarca.



Redes sociais.: Instagram.



Facebook

CLUBE de mães

Associação Clube das Mães N.Sra. de Guadalupe Olinda-PE.

Publicações Sobre Fotos Vídeos

Apresentação Associação Clube das Mães N.Sra. de Guadalupe Olinda-PE.

Somos uma ONG com um trabalho direcionado a Pessoas Idosas. Seja bem vindo a nossa página!

◆◆◆

📍 Página - Organização não governamental (ONG)

📍 Olinda, PE, Brazil

✉ marialucienne_nunes@hotmail.com

★ Sem classificação ainda (0 avaliações)

FOTOS Ver todas as fotos

OFICINAS
Fazendo artes, artesanato & empreendedorismo.

- ✓ Gastronomia
- ✓ Crochê
- ✓ Bordados
- ✓ Pintura em tecido
- ✓ Empreendedorismo
- ✓ Artes recicláveis
- ✓ Customização roupas e acessórios.

Local: R. Ns. de Guadalupe, 134 - Amparo, Olinda - PE, 53020

Whatsapp.



Banner.



Anúncio com Bicicleta.



APENDICE. B - Questionário de pesquisa de campo com a presidente da instituição.

 INSTITUTO FEDERAL Pernambuco	Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo Campus Recife TCC – Criação de Oficinas Culturais de Artesanato Na Associação Clube das Mães N.Sra. de Guadalupe – Olinda/PE.
---	--

QUESTIONARIO DE PESQUISA DE CAMPO COM A PRESIDENTE DA INSTITUIÇÃO:

- 1.A Associação foi criada para atender quais necessidades dos moradores? Existe incentivo para realizar as atividades?
- 2.Quais documentos foram necessários para criação da Associação Clube das Mães em Guadalupe – Olinda/PE.
- 3.Quais ações são desenvolvidas na Associação Clube das Mães em Guadalupe – Olinda/PE.
- 4.As ações desenvolvidas pela associação obtiveram apoio institucional no financiamento delas?
- 5.Houve bons resultados decorrente desse apoio?
- 6.Quais os desafios que a Associação enfrenta atualmente?
- 7.Quais os objetivos alcançados? E quais ainda falta alcançar?
- 8.Em sua opinião, as pessoas que participam da associação melhoraram suas condições de vida?
- 9.Os projetos atuais implantados têm objetivo de proporcionar o aprendizado e oportunidade de renda para os associados?
- 10.Seria importante ter oficinas culturais para proporcionar o conhecimento e disso os participantes aprender a elaborar seus produtos artesanais e saber comercializá-los?
- 11.Associação das Mães em Guadalupe – Olinda/PE. Receberia bem instituições privadas e públicas que queira realizar um trabalho com oficinas culturais (artesanato, culinária, música, danças, empreendedorismo, eventos).
- 12.Disponibilizaria um espaço para as oficinas e eventos organizados pela instituição?

APENDICE C - Questionário de pesquisa de campo com os residentes

 <p style="text-align: center;">Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo <i>Campus Recife-PE.</i></p> <p style="text-align: center;">TCC – Criação de Oficinas Culturais de Artesanato Na Associação Clube das Mães N.Sra. de Guadalupe – Olinda/PE.</p> <p style="text-align: center;"><u>QUESTIONARIO DE PESQUISA DE CAMPO COM OS RESIDENTES.</u></p>		
NOME:		
GÊNERO: M () F ().		
PROFISSÃO:	SIM	NÃO
IDADE:		
Você é residente do bairro Guadalupe-Olinda-PE?		
Já teve oportunidade de ser incluído nas atividades turísticas no município de Olinda? Se SIM quais?		
Gostaria de fazer parte da Associação das Mães de Guadalupe participando de oficinas e atividades culturais de artesanato?		
Gostaria de ter a oportunidade de aprender a elaborar produtos turísticos artesanais? Se SIM quais produtos?		
Gostaria, apenas, de obter conhecimentos nas práticas de artesanato como entretenimento?		
Você acha importante que a Associação das Mães de Guadalupe em Olinda/PE tenha como objetivo, potencializar a economia local preservando a identidade e cultura do seu bairro através do Artesanato?		
Gostaria de aprender a trabalhar em equipe, com atividades organizadas e gerenciadas pelos próprios residentes?		
Acha importante em fazer parte de um projeto, na Associação das Mães de Guadalupe, com o objetivo de inclusão dos moradores nas atividades do Turismo?		
O Bairro do Guadalupe em Olinda, pela sua característica cultural e identidade, precisa de que a associação ressalte, com atividades práticas, a importância do artesanato integrando seus moradores?		
O Bairro do Guadalupe precisa de projetos que proporcione oportunidades de aprendizado sobre empreendedorismo para os moradores? Se SIM. Em quais áreas e produtos?		

APENDICE D- Termo de consentimento livre e esclarecido.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO **TERMO DE**
AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Ora designado CEDENTE firma com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco (IFPE), Campus Recife, designado CESSIONÁRIO, o presente Termo, mediante as cláusulas e condições abaixo discriminadas, que voluntariamente aceitam e outorgam.

Nome: _____
 CPF: _____ RG: _____ Órgão expedidor: _____
 Data de nascimento: ____/____/____ Nacionalidade: _____
 CNPJ: _____ CEP: _____
 Endereço: _____
 Cidade: _____ UF: _____
 Telefone:(____) _____
 E-mail: _____

Por meio do presente instrumento, autorizo o IFPE a utilizar, a título gratuito, minha imagem e/ou voz captadas durante as atividades de pesquisa em campo de projeto Oficinas fazendo artes, turismo e empreendedorismo propondo a criação de oficinas culturais na Associação Clube das Mães Nossa Senhora do Guadalupe no município de Olinda-PE, para serem utilizadas com fins educacionais e de informação em todo o território nacional e no exterior. A cessão objeto deste termo abrange o direito do CESSIONÁRIO de utilizar a IMAGEM E VOZ do CEDENTE sob as modalidades existentes, tais como reprodução, representação, tradução, distribuição, entre outras, sendo vedada qualquer utilização com finalidade lucrativa. A cessão dos direitos autorais relativos à IMAGEM E VOZ do CEDENTE é por prazo indeterminado. Se depois de consentir a sua participação o/a Sr. (a) desistir de continuar participando, tem o direito e a liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta dos dados, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. O/a Sr (a) não terá nenhuma despesa e não receberá nenhuma remuneração referente a esta pesquisa.

Local: _____, data ____/____/____.

 Assinatura da presidente responsável legal pela Associação Clube das Mães N.Sra. do Guadalupe em Olinda-PE.