



A JORNADA CRIATIVA DA FEIRA DAS MANAS EM CONTEXTO DE COVID-19

THE CREATIVE JOURNEY OF MANAS' FAIR
IN THE CONTEXT OF COVID-19

Juliana Abrão da Silva Castilho*

Marina Haizenreder Ertzogue**

Resumo: A Feira das Manas, iniciada em 2018, se firmou como um movimento pelo empoderamento feminino e se expandiu, a partir das redes sociais, para o ambiente urbano. Este artigo realiza uma bricolagem metodológica entre técnicas de pesquisa netnográfica e entrevistas, adaptando a pesquisa científica à realidade de afastamento social em razão da pandemia de COVID-19. Buscou-se reconstruir, em especial, a jornada das feirantes por empoderamento feminino, iniciada na Internet, materializada em uma feira exclusivamente feminina, formada por artesãs e pequenas produtoras na cidade de Palmas/TO. As Manas, como se denominam as componentes da feira, se adaptaram à nova realidade ante a pandemia e utilizaram a solidariedade e a organização coletiva para superar os desafios sociais e econômicos impostos pela suspensão dos eventos coletivos entre 2020 e 2021, na cidade.

Palavras-chave: Empoderamento feminino. Economia criativa. Feira. Redes sociais on-line. COVID-19.

Abstract: The Manas' Fair, started in 2018, was established as a movement for women's empowerment and expanded, from social networks, to the urban environment. This article performs a methodological bricolage between netnographic research techniques and interviews, adapting scientific research to the reality of social distance due to the COVID-19 pandemic. We sought to reconstruct, in particular, the journey of the marketers toward female empowerment, initiated on the Internet, materialized in an exclusively feminine fair, formed by artisans and small producers in the city of Palmas/TO. The Manas, as they call the components of this fair, adapted to the new reality in face of the pandemic and used solidarity and collective

* Cientista Social (UFG), Mestre em Sociologia (UFG), Doutoranda em Ciências do Ambiente (UFT). Professora no Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Tocantins (IFTO). E-mail: juliana.castilho@ifto.edu.br

** Historiadora (PUCRS), Mestre em História (PUCRS) e Doutora em História Social (USP). Professora Titular na Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: marina@uft.edu.br

organization to overcome the social and economic challenges imposed by the suspension of collective events between 2020 and 2021 in the city.

Keywords: Women's empowerment. Creative economy. Fair. Online social networks. COVID-19.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este artigo se originou de uma pesquisa em andamento, que busca compreender a teia de significados e representações sociais no que diz respeito à economia criativa, ao empoderamento e à sustentabilidade em um grupo de artesãs que se reuniu em torno de uma feira itinerante na cidade de Palmas/TO. Os dados e depoimentos colhidos e materializados neste artigo referem-se ao comportamento social dessas mulheres antes e durante a pandemia de *Corona Virus Disease* iniciada em 2019 (COVID-19), que impossibilitou as realizações das feiras de artesanato em logradouros e locais públicos. A pandemia e todas as suas consequências foram cruciais para as Manas (como se autodenominam as participantes da feira), que tiveram de recriar seu modo de viver e produzir.

A Feira das Manas é um grupo de mulheres que, desde 2019, organizam feiras de pequenas produtoras e artesãs. A atividade foi criada em uma comunidade virtual do Facebook chamada Indique Uma Mana no Tocantins (IUMT), cujo objetivo é ser uma rede de apoio e canal de indicações e divulgação de atividades de mulheres para outras mulheres. A feira surgiu da necessidade de algumas participantes exporem e venderem seus produtos e logo se tornou uma força ativa e independente da comunidade virtual em que foi criada. Sua fundação pretendeu, desde o início, agregar apenas mulheres e ser um mecanismo de empoderamento e sustentabilidade, que busca, por intermédio do trabalho conjunto, promover renda e autonomia para as participantes.

As Manas são um grupo formado predominantemente por artesãs, costureiras, cozinheiras e confeitadeiras e, em algumas edições, a feira também conta com convidadas de outras esferas, como um sebo e um brechó. Esses eventos reúnem, além das feirantes, atrações artísticas, sempre protagonizadas por mulheres (cantoras, poetisas, artistas circenses). A articulação social e política das participantes procurou empoderar economicamente as participantes desde a formação, também se tornou um grupo de apoio, sociabilidade das participantes.

A maioria das integrantes está ligada ao setor da economia criativa e de alimentação. A economia criativa é caracterizada por imprimir, em seus produtos, práticas e técnicas que valorizem a criatividade da produtora. Esse componente é sempre simbólico para um grupo social ou povo, e caracteriza o negócio (ainda que informal) como integrante de um mercado

de bens e serviços que está em ressurgimento desde os anos 2000. A inclusão e o desenvolvimento econômico de grupos sociais, através de atividades desse ramo, relaciona-se fortemente com os princípios da economia solidária¹.

O grupo das Manas é uma iniciativa que pretende promover acesso ao circuito comercial da cidade a pessoas em situação de vulnerabilidade social. A gestão solidária foi modelo que proporcionou às participantes a inserção no mercado competitivo de bens e serviços da economia criativa local. A economia solidária tem apresentado alternativas ao clamor social em unir os aspectos econômicos, culturais e ambientais, sendo alternativa à sociedade de consumo e mercado, pois está alinhada à ideia de solidariedade e consciência ecológica. Os indivíduos que aderem às redes de economia solidária interagem visando atingir resultados para si e para a coletividade, em conjunto e consonância. A formação de cooperativas é seu modelo mais conhecido, mas existem associações em modelos diversos². Essa modalidade de obtenção de renda vai ao encontro da necessidade das Manas que, por diversos motivos, não conseguem acessar ao mercado formal de trabalho e nem obter renda pela via da formalização de seus pequenos negócios, em especial em um momento de instabilidade econômica e social, como durante a pandemia de COVID-19.

Fundada por meio das redes sociais com objetivo de expor em parques, praças, na orla da praia fluvial e nos logradouros da cidade, a feira existe desde 2019, com exposições quinzenais, além de participações extraordinárias em outras feiras e eventos, em instituições públicas e privadas e em pontos turísticos de Palmas, capital do Tocantins.

O surgimento da pandemia de COVID-19 mudou radicalmente a rotina das Manas. A chegada do vírus ao Brasil, no mês de março de 2020, levou as autoridades sanitárias a decretarem afastamento social, com o fechamento do comércio, paralisação de eventos públicos, proibição de aglomerações e uso de mecanismos de proteção individual, seguindo as orientações dadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Nas grandes cidades, boa parte dos gestores municipais decretou estado de alerta e medidas restritivas de convívio social.

A Feira das Manas também foi surpreendida pelas normas limitativas em decorrência da pandemia de COVID-19 e teve seu funcionamento interrompido em março de 2020, quando

¹ CASTRO, Francisco Gómez; FIGUEIREDO, Luiz Eduardo. A economia criativa como proposta de valor nos modelos de negócio. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 111-122, 2016.

² SINGER, Paul; SOUZA, André R. de (org.). **A Economia Solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego**. São Paulo: Contexto, 2000.

a Prefeitura de Palmas³ determinou o fechamento de diversas atividades econômicas e modificou a regulação das atividades coletivas.

A necessidade do afastamento social deixou várias Manas temporariamente privadas dos meios de escoar sua produção, sua principal fonte de renda. Ao longo do período de proibição das feiras e dos eventos, algumas dessas mulheres desistiram da atividade artesanal, outras se mudaram da cidade, mas muitas persistiram e encontraram novas formas de produzir e resistir. O perfil de Instagram do grupo e os ambientes virtuais de interação passaram a ser os locais que elas se relacionavam, expunham a produção e captavam clientes.

A feira se enquadra, perante os órgãos reguladores, como um evento público, por sempre contar com apresentações musicais, de circo, oficinas e atividades culturais. Esse tipo de atividade foi uma das que permaneceu maior tempo suspensa pela regulação municipal. Neste período as participantes da feira tiveram de unir forças e encontrar outras opções para continuar trabalhando. Apesar de terem passado mais de dois anos após o início da pandemia de COVID-19 e do reestabelecimento dos eventos e das atividades comerciais, a Feira das Manas só recebeu autorização de funcionamento no mês junho de 2022. Mesmo depois da liberação de todas as atividades públicas e do reestabelecimento dos eventos coletivos a partir do Decreto n. 2.077/2021⁴, por um longo período de tempo, a feira não teve o funcionamento autorizado nos locais costumeiros. Não houve uma explicação oficial que justificasse a não concessão de autorização de funcionamento, até que, em junho de 2022, ela foi oficialmente concedida.

Este artigo aborda como o grupo continuou ativo apesar de todas as restrições e recriou formas de reagir às situações impostas. O método utilizado buscou diversas formas de materializar o relato das pessoas mais atingidas por essa realidade: as mulheres participantes da Feira das Manas e registrar sua jornada e as estratégias utilizadas para manter a feira atuante durante e logo após o período de afastamento social.

MÉTODO CIENTÍFICO EM TEMPOS DE COVID-19

A pesquisa científica de vertente qualitativa, em tempos de afastamento social e pandemia de COVID-19, sofreu grande impacto. A busca por novas formas de obtenção de

³ PREFEITURA DE PALMAS. **Decreto Municipal 1.856/2020**. Palmas: Casa Civil do Município de Palmas, 2020. Disponível em: <https://coronavirus.palmas.to.gov.br/storage/legislation/mo8weqqXCcgzSynBbrj3GYit00qQMZCFH HqOl6XB.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2021.

⁴ PREFEITURA DE PALMAS. **Decreto Municipal 2.077/2021**. Palmas: Casa Civil do Município de Palmas, 2021. Disponível em: <https://legislativo.palmas.to.gov.br/media/leis/decreto-2077-2021-07-09-12-7-2021-13-54-29.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2022.

dados e informações e o uso de instrumentos de pesquisa já consagrados colaboraram para a construção de um percurso metodológico que assegurasse a manutenção dos protocolos sanitários e a preservação da saúde de todas as pessoas envolvidas.

Foi necessária a adaptação do modelo consagrado às pesquisas etnográficas para a situação em que se encontravam as entrevistadas desta pesquisa, adequando o método ao objeto, ao contexto e aos instrumentos disponíveis para a coleta de dados. Utilizou-se o aparato da netnografia para coleta de informações e assim perceber a interação das pessoas no ambiente virtual⁵. Para tanto, observou-se as interações disponíveis nas redes sociais das participantes da pesquisa na comunidade virtual em que surgiram no Facebook, o Indique uma Mana no Tocantins, e nas publicações no perfil de Instagram da Feira das Manas (@feiradasmanas.pmw), para verificar a adaptação das Manas à situação.

O conteúdo do perfil da Feira das Manas no Instagram deu origem a interpretações relativas ao volume de publicações, sua periodicidade e seu conteúdo. A partir dos achados nas redes sociais, elaboraram-se perguntas que foram enviadas uma a uma às feirantes e à coordenação da feira por aplicativo de mensagens e respondidas por arquivos de áudio. Das 36 participantes convidadas a participar, 19 aceitaram o convite e enviaram respostas em arquivos de áudio, em sua maioria, recebidos entre outubro de 2021 e janeiro de 2022. Na ocasião, as entrevistadas se mostraram pouco dispostas a prestar depoimentos por entrevistas presenciais ou alegaram não ter disponibilidade para entrevistas através de webconferência. Tendo em vista que a situação sanitária, que ainda demandava cuidados à saúde na época das entrevistas e o desejo de muitas pela manutenção de afastamento social, o processo de coleta de dados por intermédio de entrevistas em profundidade se deu de maneira presencial e on-line. As entrevistas on-line foram feitas por meio de troca de mensagens por aplicativo. Pelo WhatsApp as perguntas foram enviadas em arquivo de áudio e por escrito e foram solicitadas as respostas em arquivo de áudio. Esse instrumento de coleta foi adaptado do modelo de entrevista em profundidade⁶. A partir dos relatos, foi reconstituída a jornada das Manas desde a formação do grupo na Internet à sua materialização em uma feira, seu brusco retorno para as redes sociais e o comportamento durante a pandemia de COVID-19.

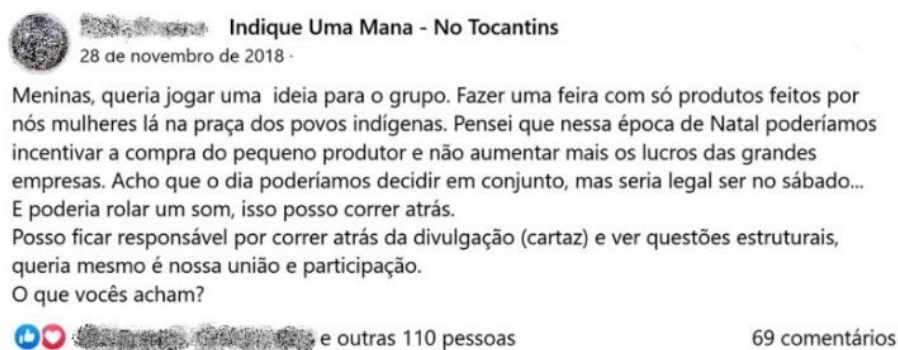
⁵ KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso Editora, 2014.

⁶ DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 62-83.

DA INTERNET PARA A CIDADE

O surgimento da Feira das Manas no Facebook se deu em 2018, na comunidade Indique Uma Mana no Tocantins (IUMT). Esse é um grupo privado e exclusivamente formado por mulheres, invisível à maioria das pessoas usuárias do aplicativo, e o ingresso nesse espaço de sociabilidade se dá exclusivamente por convite. Nesse ambiente virtual, no dia 28 de novembro de 2018, uma das integrantes propôs a realização de uma feira exclusivamente formada pelas mulheres que se interessassem vender seus produtos (Figura 1). A comoção foi imediata, muitas mulheres pareciam aguardar a oportunidade de encontrar um meio de escoar a produção. A mobilização para organizar a feira iniciou-se imediatamente.

Figura 1 – Publicação do Facebook que gerou a organização da primeira feira exclusivamente formada por mulheres no Tocantins.



Fonte: Indique uma Mana Tocantins⁷.

Nos comentários dessa publicação, foi articulada a primeira feira, seu nome e dado direcionamento prático para que o evento acontecesse. A maior parte dos 68 comentários dessa publicação (44%) visou organizar a feira e deliberar sobre a data de sua realização.

O percurso desde o nascimento, na informalidade das redes sociais, à materialização no ambiente urbano não foi rápido como os comentários no Facebook e no Instagram fariam supor. As participantes mais antigas da feira esclareceram em entrevista que a proposta para a primeira atividade em 2018 não foi aprovada pelos órgãos competentes da administração da cidade. Na ocasião, houve uma queixa formal dos vendedores ambulantes costumeiros do local pretendido, o que inviabilizou a primeira Feira das Manas no ano de 2018. A primeira edição ocorreu em 19 de janeiro de 2019, em outro espaço, um bolsão de estacionamento público na região central da capital. A partir desse evento, a feira adotou um caráter itinerante,

⁷ INDIQUE UMA MANA NO TOCANTINS. 2018. **Meninas, queria jogar uma ideia para o grupo.** Palmas, 28 nov. 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/2433508566874491>. Acesso em: 13 jan. 2022.

sendo realizada em parques, praças, na orla da praia da Graciosa, em instituições públicas ou privadas e em espaços tradicionais de feiras da cidade. Essa identidade autônoma e itinerante passou a ser uma marca do grupo, que optou por manter-se independente dos órgãos de gestão pública, embora necessitasse de autorização para realizar seus eventos de feira.

Breve análise do perfil do Instagram, a rede social mais utilizada pelo grupo, apresentou um total de 96 publicações anteriores a 16 de março de 2020, data que marca a paralização temporária das atividades em decorrência da pandemia de COVID-19. As publicações anteriores à pandemia representam 25% das postagens do perfil e têm três características distintas. Cerca de 30% são publicações que convidam para a feira presencial, 36% são ofertas de produtos ou divulgações dos perfis das feirantes, e 20% são fotos registrando a ocorrência das feiras presenciais; as demais publicações são compostas por informes e por mensagens de fortalecimento e empoderamento. O período dessas publicações se deu entre a abertura da conta junto ao Instagram, em 2 de janeiro de 2019, até 16 de março de 2020, quando a situação mudou. A publicação do dia 16 de março de 2020 (Figura 2) registra o início da pandemia. Nela foi comunicado o adiamento da próxima edição em razão da pandemia de COVID-19. As Manas se colocaram favoráveis ao afastamento social, ingressaram em um período que, como para todas as pessoas, necessitou de muita criatividade e superação, como demonstrado a seguir.

Figura 2 – Comunicado sobre adiamento da feira do dia 21 de março de 2020.



Fonte: Feira das Manas⁸.

⁸ FEIRA DAS MANAS. **Comunicado importante!** Palmas, 16 mar. 2020. Instagram: @feiradasmanas.pmw. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B9z6xdeFD3n/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

DA CIDADE PARA A INTERNET

O termo *lockdown* se popularizou em todo o país para expressar a permanência no ambiente doméstico e o vazio dos espaços públicos, à medida que a ocorrência de novos casos de COVID-19, inúmeras mortes e as notícias sobre o despreparo dos serviços de atendimento à saúde, colaboraram para a instauração de um clima de medo do convívio coletivo na população. Grande parte do comércio foi fechado, e a maioria dos serviços públicos foi suspensa ou realocada para meio informacional, e as pessoas deixaram de se reunir e evitavam sair às ruas. Essa situação coincidiu, na cidade, com a chegada da sazonal estação de seca, que provoca altas temperaturas na região. A percepção visual de Palmas/TO era de uma cidade esvaziada durante os dias, semanas e meses seguintes. Somente hospitais e supermercados tinham alguma movimentação na ocasião.

A despeito do posicionamento do Governo Federal, muitos governadores e prefeitos utilizaram todos os recursos para prevenir a disseminação do vírus e a contaminação em massa e evitar o colapso dos sistemas de saúde pública e privada. A prefeitura da cidade, por meio do Decreto n. 1.856/2020⁹ declarou situação de emergência em saúde pública, instalou um comitê central de emergência para tratar da crise generalizada causada pela pandemia de COVID-19 e orientou que as pessoas evitassem locais públicos, em especial as que tivessem suspeita de infecção pela doença. Os mesmos decretos suspenderam todas as atividades coletivas, eventos públicos e grande parte dos serviços e comércio urbano não essenciais.

As mulheres que são foco de interesse desta pesquisa se inserem no circuito inferior da economia, formado por atividades de pequena dimensão e com gestão organizacional primitiva. Esse circuito é composto, em grande parte, por trabalhadoras e trabalhadores informais e autônomos e que têm maior relação com cultura e regionalismo, tanto nos produtos e nos serviços oferecidos, como nas relações estabelecidas pelas pessoas que nele atuam. Segundo Milton Santos¹⁰, essa parcela da economia urbana se caracteriza por baixo estoque de produtos e por estabelecer uma relação mais próxima entre quem consome e quem produz. Essa modalidade requer contato com a clientela, que, em tempos de pandemia, ficou bastante limitada. A paralisação das atividades não essenciais tirou as feiras das ruas.

Quando o poder público passou a negar autorizações de uso do espaço urbano necessárias ao funcionamento da feira nas praças e nos parques, devido à emergente crise sanitária, a Feira das Manas ficou desterritorializada e as Manas afastadas umas das outras e de sua clientela, a Internet se transformou em seu espaço de sociabilidade e vendas.

⁹ PREFEITURA DE PALMAS, 2020.

¹⁰ SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**. São Paulo: Hucitec, 1994.

Desde o início do afastamento social compulsório, ocorrido a partir do mês de março de 2020, nenhuma autorização de funcionamento em praças, parques e logradouros públicos foi dada nos dois anos seguintes. Mesmo nos momentos em que a pandemia de COVID-19 perdeu força, com os números de contaminações registradas na capital do Tocantins diminuindo substancialmente, todas as atividades comerciais e a maior parte dos serviços e eventos retornando à ativa, as Manas não receberam autorização para realização da feira. O relato da feirante e coordenadora demonstra parte das limitações pelas quais passaram ao tentar voltar aos eventos públicos presenciais.

“Eu comprei uma briga tremenda! Porque eu queria cesta básica para as meninas. Um monte de Mana estava passando por dificuldade e uma cesta básica faria muita diferença [...] Eu falava diretamente, pedindo essas cestas para poder distribuir para as meninas. Dando todos os nomes, todos os documentos, provando tudo e nada adiantou.” (Integrante da Feira das Manas 15, 54 anos, vende bolos e sucos e coordena a Feira das Manas¹¹).

Esse é o tipo de situação intransponível ao qual muitas mulheres passam todos os dias. Barreiras invisíveis são criadas para além das existentes, e transpor essas dificuldades requer persistência e criatividade. A opção encontrada para reduzir os prejuízos da ausência nos espaços públicos foi migrar parte de suas atividades para o meio digital.

Muitas mulheres relataram impactos da pandemia de COVID-19 e do afastamento social na saúde mental.

“Me deu um vazio, sabe? Eu não conseguia criar muita coisa, por causa do medo. A gente ficou no caos de medo e insegurança. O medo da morte. [...] Eu já ficava em casa. E mesmo em casa eu não conseguia produzir. E não era porque as pessoas não queriam comprar, e sim porque eu não conseguia fazer. Eu fiquei paralisada, a pandemia me impactou me paralisando.” (Integrante da Feira das Manas 3, 44 anos, vende bonecas de pano).

O perfil do grupo no Instagram refletiu essa mudança de diversas maneiras. Os relatos das entrevistas sobre a desmotivação para continuar com o trabalho artesanal por parte de diversas feirantes são corroborados pelo aumento na quantidade de publicações com conteúdo motivador, que dobrou se comparadas com às do período anterior ao afastamento social. Em geral, essas publicações têm dois focos: um que visava ao empoderamento feminino, com mensagens que estimulam a sororidade e o fortalecimento das mulheres, e o outro que buscava apoiar as participantes que tiveram dificuldades em vender seus produtos. Essas publicações eram divulgações dos produtos, das feirantes e de seus perfis pessoais

¹¹ Os nomes de informantes foram substituídos por termo geral seguido de número, visando preservar a identidade das entrevistadas. Em todas as entrevistas citadas neste artigo, foram respeitadas as diretrizes da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), para pesquisas envolvendo seres humanos, inclusive a assinatura de um termo de consentimento pelas entrevistadas.

nas redes, incitando pessoas seguidoras a consumirem, como se pode observar na publicação reproduzida na Figura 3.

Figura 3 – Exemplo de publicação com conteúdo de apoio às participantes.



Fonte: Feira das Manas¹².

Esse tipo de publicação se tornou mais frequente durante o período de pandemia. A quantidade de postagens ofertando produtos e direcionando para os perfis comerciais das feirantes aumentou em 291% com relação ao período anterior à paralisação em decorrência do afastamento. A mudança de postura fica explicitada nas publicações das redes sociais e nas falas das feirantes.

“Antes a gente trabalhava mais na questão de estar mostrando os produtos presencialmente e quando veio a pandemia, no primeiro momento, fiquei assustada, né? Por fim a gente verificou que a única forma seria as redes sociais.” (Integrante da Feira das Manas 9, 43 anos, vende placas decorativas na Feira das Manas).

“A gente estava começando a empolgar nas vendas e de repente fechou tudo e foi muito ruim, porque as peças ficaram paradas e a gente teve que correr atrás de uma solução para vender esses produtos.” (Integrante da Feira das Manas 5, 45 anos, vende roupas, acessórios e itens de decoração feitos em frivolidé).

¹² FEIRA DAS MANAS. **Nos apoiem e compartilhem!** Palmas, 05 abr. 2020. Instagram: @feiradasmanas.pmw. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-m1XQTIA6X/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

Antes do afastamento social, as feirantes relataram considerar a feira uma vitrine para seus produtos. Com a migração do ambiente de vendas para o on-line, o perfil da feira no Instagram passou a fazer esse papel. Embora essa mudança tenha ocorrido com cautela e com a resistência de algumas participantes, todas relataram que passaram a usar as redes sociais para vender, sendo o Instagram a preferida, que aparece consorciada a outra estratégia complementar: a troca de mensagens por meio do WhatsApp. Twitter, Facebook, Tiktok ou WhatsApp foram apontados pelas entrevistadas como principais alternativas para demonstrar produtos, captar clientes, alcançar novos públicos e fechar vendas.

“A maioria dos clientes chega até mim e pelo Instagram. Através do WhatsApp falo com pessoas que vêm pelo Instagram e lá procuram o link para contato. A venda em si é feita através do WhatsApp.” (Integrante da Feira das Manas 10, 38 anos, vende brinquedos pedagógicos em tecido).

“Nesse mês agora a gente abriu também a conta no Tiktok e no Twitter para ampliar mais ainda a nossa divulgação.” (Integrante da Feira das Manas 9, 43 anos, vende placas decorativas).

Esse sistema de vendas se generalizou entre as participantes da pesquisa. O perfil do grupo no Instagram e as redes sociais das feirantes foram utilizados para atrair compradores. A divulgação por intermédio da Internet, seja pelo marketing digital com tráfego pago ou por meio de outras estratégias, passou a ser a principal vitrine de muitas pessoas do comércio. Parte dessas pessoas e empresas obtiveram aumento das vendas, diretamente ligado ao investimento de tempo e propaganda realizados no período¹³. Em alguns casos, a nova realidade de consumo demandou mudança de estratégia de produção (modificação dos produtos ou de materiais utilizados para produzir). Essa adaptação à circunstância e à demanda, em consonância ao uso das redes sociais resultou em efeitos positivos para algumas pessoas. O público da Internet passou a ser o foco de algumas Manas.

“A venda pela Internet é uma coisa que vai ficar. As pessoas entenderam a comodidade que é comprar pela Internet. [...] Eu estou me qualificando para isso, entendeu? Entender sobre tráfego, sobre marketing, alcance, engajamento, os ‘reels’, as danças [referência ao Tiktok] e os vídeos.” (Integrante da Feira das Manas 2, 43 anos, vende bolsas artesanais).

O Instagram refletiu esse redirecionamento. Antes da pandemia, os anúncios de feira eram responsáveis por 60% das publicações anteriores a março de 2020. A quantidade de publicações no perfil convidando seguidores para as feiras presenciais ou on-line diminuiu

¹³ REZENDE, Adriano Alves de; MARCELINO, José Antônio; MIYAJI, Mauren. A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de COVID-19. **Boletim De Conjuntura (BOCA)**, Boa Vista, v. 2, n. 6, p. 53-69, 2020. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3834095%20>.

76% com relação ao período anterior à pandemia. Essa diminuição foi materializada com pesar durante as entrevistas.

Entretanto, é preciso reconhecer que as vendas são somente um lado da questão. As questões de gênero também foram importantes no período. Os relatos demonstraram que as participantes da pesquisa realizam suas atividades de produção majoritariamente no ambiente doméstico, antes mesmo do advento da pandemia. Historicamente o patriarcado foi bastante eficiente em disseminar e consagrar a concepção de que os homens, cis e heterossexuais, seriam responsáveis pela manutenção do sustento do lar, da esposa e da prole, por meio do trabalho, o que os tornou gestores do modelo econômico dominante. As demais pessoas permaneceriam em condição de subalternidade e dependência econômica e/ou exclusão social¹⁴. Essa concepção de sujeição ganhou contornos mais problemáticos no momento de pandemia de COVID-19, em que a família permaneceu inteira, por um longo período, exclusivamente no ambiente doméstico e sujeita à insegurança econômica.

A possibilidade de realizar a atividade produtiva no ambiente doméstico atrai muitas mulheres. A relação entre gênero e artesanato se complexifica à medida que esse labor é tido como uma forma de arte inferior, por ser realizado por pessoas marginalizadas¹⁵. Essa marginalização intensifica a dificuldade da realidade feminina, que realiza uma ocupação pouco rentável e muito discriminada. A escolha pelo artesanato pode ter relação com as percepções e os comportamentos socialmente instituídos ao feminino¹⁶. A fabricação das peças, muitas vezes realizadas em ambiente domiciliar, pode transformar o labor em um trabalho invisibilizado, nos moldes que esclarece Michele Perrot¹⁷. Muitas das pesquisadas precisaram conciliar a confecção de seus produtos e os afazeres domésticos e de cuidados com a família, que já assumiam tradicionalmente, performando concomitantemente esses diferentes papéis. Todas as tensões de gênero e de trabalho pareceram se intensificar durante o afastamento social. A insegurança e o medo, seja de um possível contágio por COVID-19 ou pela insegurança econômica, foram relatados em todas as entrevistas.

“As vendas foram a zero. O perfil de bolsas porque não tinha festa e ninguém saía na rua ninguém fazia nada, então não teve venda de bolsas.” (Integrante da Feira das Manas 2, 43 anos, vende bolsas artesanais).

¹⁴ PISANO, Margarita. **El triunfo de la masculinidad**. Santiago de Chile: Surada, 2001.

¹⁵ BARTRA, Eli. Arte Popular y feminismo. **Estudios Feministas**, Florianópolis, v. 8, n. 1, p. 30-45, 2000. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/24327344>. Acesso em: 02 mar. 2022.

¹⁶ MARTELO, Emma Zapata; SAN ROMÁN, Blanca Suárez. Las artesanas, sus quehaceres en la organización y en el trabajo. **Ra Ximhai: revista científica de sociedad, cultura y desarrollo sostenible**, Sinaloa, v. 3, n. 3, p. 591-620, 2007. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/461/46130301.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2021.

¹⁷ PERROT, Michelle. **Minha história sobre as mulheres**. São Paulo: Contexto, 2007.

“As meninas começaram a entrar em dificuldade, porque muitas trabalhavam só com artesanato mesmo.” (Integrante da Feira das Manas 15, 54 anos, vende bolos e sucos e coordena a Feira das Manas).

Antes do afastamento social, necessário ao momento de pandemia, as tarefas de concepção, confecção, organização e vendas dos produtos eram distribuídas ao longo do dia, muitas vezes coincidindo com o horário em que as outras pessoas da família estavam em atividades externas. O período de afastamento social colocou as crianças para dentro de casa em período integral, e o ensino a distância (ou remoto) em muitos casos, obrigou acompanhamento delas, outro papel que tradicionalmente está relegado às mulheres. Essa realidade foi também expressa em diversas falas das participantes.

“Para a Mana que tem filho, que é a maioria da feira, a dificuldade foi grande, porque a gente tem criança e as crianças ficaram sem aulas, então a gente não teve mais aquele mesmo tempo de dedicação aos nossos trabalhos, aos nossos projetos. Um estresse! Porque todo mundo estava trancado em casa.” (Integrante da Feira das Manas 8, 30 anos, vende bonecas e acessórios em tecido).

“Tivemos que acompanhar os filhos na adaptação as aulas on-line. Algumas tiveram que deixar de trabalhar fora ou perderam o emprego e tiveram que abrir algum negócio que pudessem fazer em casa como comida e artesanato.” (Integrante da Feira das Manas 9, 43 anos, vende placas decorativas).

Muitas foram as narrativas de abalo emocional e dificuldades em decorrência das questões de gênero. O espaço virtual da feira refletiu outras preocupações para além das postagens de conteúdo motivador, divulgador ou de empoderamento. Um grupo de publicações chama a atenção por fazer uma campanha de esclarecimento sobre o tema da violência doméstica. Em nenhuma entrevista, essa temática foi verbalizada pelas entrevistadas, talvez por ser um tabu, porém o tema foi recorrente no Instagram do grupo. Essas publicações (Figura 4) tratam da violência contra mulheres e prestam esclarecimentos de como proceder para realizar a denúncia de agressores. Ao questionar sobre este conteúdo a coordenação apenas manifestou que esse é um problema mais comum que o desejado, tratando-o mais genericamente.

Figura 4 – Publicações de combate à violência doméstica no Instagram da Feira das Manas Tocantins em 13 de maio de 2020.



Fonte: Feira das Manas¹⁸.

O afastamento social e o *home office* do período pandêmico, entre 2020 e 2021, tensionaram os problemas de gênero que afligem as mulheres brasileiras. A permanência de toda a família em casa em um período de crise sanitária e econômica pode ter resultado no aumento da violência doméstica. Os casos de violência contra a mulher e feminicídio tiveram aumento significativo. Em agosto de 2020 a Confederação Nacional dos Municípios levantou registros de 2.383 prefeituras, que relataram aumento de 41,9% nos casos de violência doméstica¹⁹. Os percentuais de relatos dos casos de violência doméstica aumentaram em muitos estados brasileiros, expondo principalmente mulheres, crianças e pessoas idosas a grande risco²⁰.

¹⁸ FEIRA DAS MANAS. **Distanciamento social, Sim. Violência, Jamais!** Palmas, 13 maio 2020. Instagram: @feiradasmanas.pmw. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CAIxAvCgZhg/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

¹⁹ CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS. **Pesquisa CNM – Covid-19**. 21. ed. Brasília: CMN, 2021. Disponível em: https://www.cnm.org.br/cms/biblioteca/Pesquisa-CNM_Covid-19_Ed_21_UFeGraficos.pdf. Acesso em: 27 abr. 2022.

²⁰ MARQUES, Emanuele Souza *et al.* A violência contra mulheres, crianças e adolescentes em tempos de pandemia pela COVID-19: panorama, motivações e formas de enfrentamento. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 4, 2020. DOI: 10.1590/0102-311X00074420.

O aumento da instabilidade no ambiente doméstico reflete a permanência da desigualdade nas relações de gênero contexto sociocultural, que banaliza a sujeição feminina e a violência neste âmbito. O distanciamento do convívio coletivo, a crise econômica e de emprego e o luto social, perante a perda de tantas pessoas para a doença, potencializaram essa realidade²¹.

Os problemas decorrentes do afastamento mais informados foram: o agravamento ou o despertar de doenças psicológicas; a sensação de solidão; a perda de renda; a dificuldade em cumprir prazos ou realizar entregas de encomendas; a escassez de matéria-prima para produção; e a dificuldade de adaptação à venda por meio das redes sociais.

DA CASA PARA A RUA E A INCERTEZA DO RETORNO

Sobre a continuidade das operações on-line as avaliações das Manas sobre o uso das redes sociais para realização de vendas dos produtos foram, em sua maioria, positivas, todas ressaltando um período necessário de adequação ou aprendizado, como a declaração abaixo ressalta.

“O que mudou em minha vida nesse período graças à Deus, foram mudanças boas. Conquistei muitas coisas com meu trabalho. Mesmo assim, o que mais me fez falta, foi estar nas feiras, nas vendas e no contato direto com os clientes e as colegas de trabalho.” (Integrante da Feira das Manas 12, 39 anos, vende fantasias infantis, na Feira das Manas).

A Feira das Manas tem resistido à extinção e sobrevivido, por um lado, pela importância do sentimento de pertencimento ao grupo, muito relatado como parte de um projeto conjunto de empoderamento pelas artesãs; por outro lado, a migração das vendas para as redes sociais possibilitou algum amparo econômico antes proporcionado pelas feiras presenciais.

Após a diminuição dos casos de COVID-19, a prefeitura da cidade de Palmas/TO, por meio do Decreto 2.173/2022²², liberou todas as restrições de afastamento e o uso de máscaras em locais públicos ou ambientes fechados. Ainda antes dessa liberação, vários eventos estavam ocorrendo na cidade e todas as feiras da capital já haviam regressado às atividades normalmente, inclusive algumas permanecendo abertas por longos períodos, com

²¹ VIEIRA, Pâmela Rocha; GARCIA, Leila Posenato; MACIEL, Ethel L. Noia. Isolamento social e o aumento da violência doméstica: o que isso nos revela? **Revista Brasileira de Epidemiologia**, São Paulo, n. 23, E200033, 2020. DOI: 10.1590/1980-549720200033

²² PREFEITURA DE PALMAS. **Decreto Municipal 2.173/2022**. Palmas: Casa Civil do Município de Palmas, 2022. Disponível em: <https://legislativo.palmas.to.gov.br/media/leis/decreto-2.173-2022-03-25-16-8-2022-17-7-52.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2022.

horário de funcionamento estendido, como forma de suporte à recuperação de renda de pequenos comerciantes e para diminuição da aglomeração dos compradores nestes locais.

“O reflexo da impossibilidade de voltar à feira presencial é muito grande, em relação ao que nos abala emocionalmente. Toda a estrutura da gente, para botar à venda nossos produtos, é automaticamente cancelada. A gente fica meio sem rumo. O contato com os clientes tem que ser feito de outra forma e a gente tem que se reinventar. Os reflexos são grandes na parte financeira.” (Integrante da Feira das Manas 17, 68 anos, vende bolos, biscoitos decorados e panificação sem glúten e coordena a Feira das Manas).

Junto à gestão pública municipal, segundo relato das coordenadoras do grupo, houve resistência para fornecimento das autorizações de funcionamento. Várias foram as negativas de liberação para novos eventos de feira após o regresso das atividades comerciais findado o período de maior afastamento social. Essa situação afetou diretamente muitas Manas.

“A última feira que nós fizemos foi 2020, são quase dois anos nisso! Aí voltamos em 2021! No mês de junho a gente já começou a se movimentar para voltar para rua. Mas aí a prefeitura começou: ‘Não pode. Porque não! Porque a gente ainda está na pandemia e não tá liberando’. Só que começou a liberar as outras feiras. Foi aí que nós fizemos a parceria com o restaurante Dona Maria Beach.” (Integrante da Feira das Manas 15, 54 anos, vende bolos e sucos e coordena a Feira das Manas).

No final do ano de 2021, uma solução ao problema foi construída junto a um dos restaurantes mais movimentados da orla da Praia da Graciosa. A pedido da coordenação da feira, a administração do estabelecimento cedeu parte do espaço em que ficam dispostas as mesas de clientes para que as feirantes expusessem seus produtos. Essa área é parte do calçadão da orla da praia, em frente ao estabelecimento. Neste local há fluxo intenso de pessoas e é um importante ponto turístico da cidade, em especial nos finais de semana. Porém, as edições da feira que ocorreram nesse espaço apresentaram limitações para que a feira assumisse os mesmos moldes de antes do COVID-19, uma vez que uma característica muito importante da Feira das Manas é a apresentação de musicistas, artistas circenses, apresentações teatrais e venda de produtos alimentícios e o restaurante, além da questão alimentar, sempre tinha som ao vivo.

“Eu fui selecionada para participar da feira no final de outubro, então só fiz feira em novembro de 2021, e não consegui efetuar nenhuma venda. Porque o público que passava ali no restaurante Dona Maria Beach tem o objetivo único de curtir um happy hour, mal olhava para o artesanato, não olhava para quem tava perto.” (Integrante da Feira das Manas 7, 39 anos, vende panos de prato bordados e decorados).

No que diz respeito à liberação de autorização para o evento Feira das Manas em parques, logradouros ou espaços públicos na cidade de Palmas/TO, a prefeitura apenas concedeu autorização para funcionamento no mês de junho de 2022. A partir desse momento as feiras voltaram a ser itinerantes e as Manas passaram a buscar recuperar seu lugar na

cidade. A pesquisa, ainda em andamento, pretende averiguar como se dá e as variáveis que atuam no jogo de forças que resultou na liberação tardia do evento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo netnográfico e as entrevistas com as participantes conseguiu verificar a relação entre as redes sociais e o tecido urbano, no que tange às dinâmicas estabelecidas pelas integrantes da Feira das Manas, importante atividade solidária e o primeiro movimento social, de cunho feminista, que visa ao empoderamento e à sustentabilidade na cidade de Palmas/TO.

Durante o período de afastamento social, devido à pandemia de COVID-19, a elaboração de novos métodos de pesquisa possibilitou a coleta de dados a partir dos princípios do método netnográfico e de entrevistas, pois as Manas utilizaram a Internet como meio para prosseguir sua jornada. As informações coletadas demonstraram que uma relação sinérgica se desenvolveu entre a atuação do grupo nas ruas e a atuação nas redes sociais, como forma de manter as características que sustentam sua atuação coletiva em busca do empoderamento feminino. A atividade de rua foi migrada para as redes virtuais e, nesse ambiente, as Manas passaram, mesmo com dificuldades, a fazer a venda de seus produtos, manter a sociabilidade e superar as adversidades impostas pela conjuntura. Com a diminuição dos casos de COVID-19 a feira retornou às ruas, superando os obstáculos com criatividade e parcerias, adaptando-se ao momento que todas estavam vivendo, sem abandonar a interação virtual das feirantes com clientes, avaliada como um ganho por muitas participantes.

Os relatos demonstram a obstinação das Manas, que se revelaram, sobretudo, um movimento econômico, uma força coletiva feminista, que, com solidariedade e criatividade, passaram por adversidades e privações impostas a elas durante e após a pandemia de COVID-19. O movimento resistiu ao afastamento, às perdas, às tentativas de sujeição por parte de outras pessoas e continua empoderando mulheres. Este artigo narra somente uma pequena parte da história de luta e resiliência deste grupo.

REFERÊNCIAS

BARTRA, Eli. Arte Popular y feminismo. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 8, n. 1, p. 30-45, 2000. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/24327344>. Acesso em: 02 mar. 2022.

CASTRO, Francisco Gómez; FIGUEIREDO, Luiz Eduardo. A economia criativa como proposta de valor nos modelos de negócio. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 111-122, 2016.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS. **Pesquisa CNM – Covid-19**. 21. ed. Brasília: CMN, 2021. Disponível em: https://www.cnm.org.br/cms/biblioteca/Pesquisa-CNM_Covid-19_Ed_21_UFeGraficos.pdf. Acesso em: 27 abr. 2022.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 62-83.

FEIRA DAS MANAS. **Comunicado importante!** Palmas, 16 mar. 2020. Instagram: @feiradasmanas.pmw. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B9z6xdeFD3n/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

FEIRA DAS MANAS. **Distanciamento social, Sim. Violência, Jamais!** Palmas, 13 maio 2020. Instagram: @feiradasmanas.pmw. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CAIxAvCgZhg/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

FEIRA DAS MANAS. **Nos apoiem e compartilhem!** Palmas, 05 abr. 2020. Instagram: @feiradasmanas.pmw. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-m1XQTIA6X/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

INDIQUE UMA MANA NO TOCANTINS. 2018. **Meninas, queria jogar uma ideia para o grupo**. Palmas, 28 nov. 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/2433508566874491>. Acesso em: 13 jan. 2022.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso Editora, 2014.

MARQUES, Emanuele Souza et al. A violência contra mulheres, crianças e adolescentes em tempos de pandemia pela COVID-19: panorama, motivações e formas de enfrentamento. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 4, 2020. DOI: 10.1590/0102-311X00074420.

MARTELO, Emma Zapata; SAN ROMÁN, Blanca Suárez. Las artesanas, sus quehaceres en la organización y en el trabajo. **Ra Ximhai: revista científica de sociedad, cultura y desarrollo sostenible**, Sinaloa, v. 3, n. 3, p. 591-620, 2007. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/461/46130301.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2021.

PERROT, Michelle. **Minha história sobre as mulheres**. São Paulo: Contexto, 2007.

PISANO, Margarita. **El triunfo de la masculinidad**. Santiago de Chile: Surada, 2001.

PREFEITURA DE PALMAS. **Decreto Municipal 1.856/2020**. Palmas: Casa Civil do Município de Palmas, 2020. Disponível em: <https://coronavirus.palmas.to.gov.br/storage/legislation/mo8weqqXCgzSynBbrj3GYit00qQMZCFHHqOI6XB.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2021.

PREFEITURA DE PALMAS. **Decreto Municipal 2.077/2021**. Palmas: Casa Civil do Município de Palmas, 2021. Disponível em: <https://legislativo.palmas.to.gov.br/media/leis/decreto-2077-2021-07-09-12-7-2021-13-54-29.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2022.

PREFEITURA DE PALMAS. **Decreto Municipal 2.173/2022**. Palmas: Casa Civil do Município de Palmas, 2022. Disponível em:

<https://legislativo.palmas.to.gov.br/media/leis/decreto-2.173-2022-03-25-16-8-2022-17-7-52.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2022.

REZENDE, Adriano Alves de; MARCELINO, José Antônio; MIYAJI, Mauren. A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de COVID-19. **Boletim De Conjuntura (BOCA)**, Boa Vista, v. 2, n. 6, p. 53-69, 2020. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3834095%20>.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**. São Paulo: Hucitec, 1994.

SINGER, Paul; SOUZA, André R. de (org.). **A Economia Solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego**. São Paulo: Contexto, 2000.

VIEIRA, Pâmela Rocha; GARCIA, Leila Posenato; MACIEL, Ethel L. Noia. Isolamento social e o aumento da violência doméstica: o que isso nos revela? **Revista Brasileira de Epidemiologia**, São Paulo, n. 23, E200033, 2020. DOI: 10.1590/1980-549720200033

Recebido em: 10 jan. 2023.

Aceito em: 28 fev. 2023.