



ideário

Revista Científica do  
INSTITUTO IDEIA

ARTIGOS





---

# ideário

Revista Científica do  
INSTITUTO IDEIA





## **OS EVENTOS VOLTADOS PARA A CULTURA NEGRA: UM ESTUDO DE CASO A PARTIR DO FESTIVAL FEIRA PRETA EM SÃO PAULO**

Beatriz da Silva Peixoto - (beatriz.peixoto2102@gmail.com) - Graduanda em Turismo pela Universidade Veiga de Almeida - BR; Estagiária na Mitra Arquiepiscopal do Rio de Janeiro - Santuário do Cristo Redentor.

ORIENTADORA: Prof. Ana Luisa Verdejo Núñez, MSc.

**RESUMO** – O presente trabalho tem como foco a relevância do turismo de eventos e dos eventos voltados para a cultura negra para a população negra do Brasil, tendo como objeto de estudo o Festival Feira Preta por ele ser o maior deste gênero atualmente. Ao longo deste estudo de caso será evidenciada a história do evento em questão, realizada uma pesquisa qualitativa com pessoas que já o frequentaram a fim de entender sua importância, esclarecida a sua relação com o turismo e destacado como a pandemia de COVID-19 impactou o segmento de eventos como um todo e a Feira Preta em si.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo de Eventos, Cultura Negra, Festival Feira Preta.

**RESUMEN** – El presente trabajo se centra en la relevancia del turismo de eventos y de los eventos centrados en la cultura negra para la población negra de Brasil teniendo como del objeto de estudio el Festival Feira Preta, que es el mayor de su tipo en la actualidad. A lo largo de este estudio de caso se destacará la historia del evento en cuestión, se realizará una investigación cualitativa con las personas que han asistido para entender su importancia, se aclarará su relación con el turismo y se destacará cómo la pandemia del COVID-19 impactó en el segmento de eventos en su conjunto y en la propia Feira Preta.

**PALABRAS CLAVES:** Turismo de Eventos, Cultura Negra, Festival Feira Preta.

## 1. INTRODUÇÃO

O trabalho que ora se apresenta tem como seu objetivo principal esclarecer a importância do segmento turístico de eventos para a sociedade atual, principalmente no âmbito da cultura negra, tendo como objeto de estudo o Festival Feira Preta que ocorre anualmente no estado de São Paulo há 18 anos.

Este tema foi escolhido pela autora em razão do segmento de turismo de eventos ter crescido significativamente em todo o mundo e apresentado números expressivos no Brasil nos últimos anos, se tornando uma importante fonte econômica e gerando diversos empregos. Já o evento em questão foi escolhido como objeto de pesquisa por ser o maior deste gênero atualmente.

Tendo em vista que assuntos relacionados a cultura negra tem ganhado espaço e reconhecimento na sociedade contemporânea, eventos como a Feira Preta além de funcionarem como meios de representatividade para a população preta do Brasil também engrandecem o turismo da cidade de São Paulo.

Torna-se necessário também relacionar o tema escolhido a atual pandemia de COVID-19 que vitima todo o mundo e principalmente nosso país, já que o mesmo é totalmente impactado por uma crise deste tipo, visto que para ocorrer, um evento gera aglomeração e deslocamento de pessoas e evitar tais atitudes são as principais recomendações para deter a

propagação de tal vírus, portanto ao longo deste trabalho será demonstrado como o mercado de eventos e o evento em questão estão buscando se adaptar ao "novo normal".

## 2. O EVENTO

A Feira Preta foi criada em 2002 no estado de São Paulo, por Adriana Barbosa e tinha como objetivo ser um espaço inclusivo para pessoas negras, onde os mesmos fossem protagonistas e pudessem divulgar seus trabalhos sejam eles produtos, música, arte, moda, audiovisual, design, dentre outros. Em seus 19 anos de história, a Feira Preta tem desempenhado o papel de criar um local propício para o desenvolvimento e fortalecimento de iniciativas de mercado pensadas e realizadas por empreendedores negros e negras, além de oferecer um ambiente que evidencie a diversidade da cultura negra.

Segundo o site da Feira Preta, o evento que nasceu em 2002 como uma feira de produtos de empreendedores negros, hoje é um festival que apresenta conteúdos, produtos e serviços que representam o que há de mais inventivo e inovador na criatividade preta em diferentes segmentos. Do empreendedorismo, da tecnologia à literatura, da música às artes digitais, passando também pelos painéis com o que há de mais urgente e futurista nas reflexões da existência preta. Com programação que ocupa diferentes pontos da cidade de São Paulo com atrações nacionais e internacionais, o



Festival Feira Preta pauta a comunicação de grandes veículos de comunicação no mês de novembro, que celebra o Dia da Consciência Negra.

Ainda segundo o site do evento, desde sua criação o Instituto Feira (hoje *PretaHub*) faz o mapeamento do afroempreendedorismo no Brasil e atua como acelerador e incubador de negócios negros. Articula o *black money* (que consiste na proposta de deixar o capital financeiro e social circulando a maior parte do tempo entre os integrantes da comunidade negra) e promove a educação empreendedora.

As atividades do Instituto estão distribuídas em todo o território brasileiro – sua meta é “virar o Brasil de cabeça para baixo” e ajudar no empoderamento e ascensão social da população negra.

Adriana Barbosa, idealizadora da Feira Preta, afirma que a ideia de realizar a feira surgiu quando a mesma estava fora do mercado de trabalho formal e junto com uma amiga começou a empreender vendendo roupas em feiras no bairro Vila Madalena, elas observavam o deslocamento de jovens negros de regiões periféricas de São Paulo para trabalharem em festas de *black music* em funções como *DJ's*, produção, bandas e técnicos de som, gerando uma cadeia de produção negra, porém os lucros iam apenas para empresários brancos. “Depois de todo o nosso percurso em feiras, decidimos fazer a nossa própria. Conseguimos um patrocínio e uma parceria com a prefeitura. No

primeiro ano, atraímos 5 mil pessoas.” Diz Adriana.

De acordo com dados contidos no feirapreta.com.br, desde sua primeira edição já passaram pela Feira Preta 120 mil participantes, 700 expositores do Brasil e da América Latina, 600 artistas nacionais e internacionais e foram movimentados 4 milhões de reais.

A última edição do evento que ocorreu de forma presencial, antes da pandemia de COVID-19, recebeu a visita de mais de 35 mil pessoas e contou com 170 expositores, majoritariamente negros. A Feira Preta já conquistou seu espaço no mercado de eventos paulistano e também está presente no calendário de eventos de São Paulo desde 2007

Segundo Francisco Paulo de Melo Neto (2012) os eventos tem a responsabilidade de formar e nortear o comportamento social de um determinado grupo.

Sendo assim a Feira Preta pode ser considerada um agente transformador do comportamento do seu público alvo.

*A Feira Preta percorreu um longo caminho de amadurecimento e desempenhou um papel importante na consolidação de um mercado pensado e realizado por empreendedores negros e negras. Além disso, sempre ofereceu um espaço que evidenciasse a diversidade de expressões da cultura*



*negra, para além da música, dança e esporte. É no espaço da Feira que tudo isso se encontra, se articula, se conecta. (Adriana Barbosa, Criadora da Feira Preta, 2015)*

Posto isto, o evento surgiu como forma de dar voz e destaque a população negra e conforme cresceu se tornou também fonte de entretenimento e autoconhecimento para os mesmos, o presente trabalho pretende demonstrar de que maneira isto ocorreu.

## 2.1. PRINCIPAIS CONCEITOS RELACIONADOS AO TEMA

Ao abordar este tema primeiro é necessário definir o que é o turismo, para isso buscaram-se referenciais teóricos no conceito criado pela OMT que compreende "as atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras" (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2001).

Por se tratar de um fenômeno social e diversificado, a partir desta definição ocorreu a segmentação do turismo. O conceito de segmentação está diretamente relacionado a estratégias de marketing levando em consideração a sua importância para o desenvolvimento dos locais turísticos no âmbito mundial. Conforme dito por Netto e Ansarah (2009).

*Falar de segmentação do turismo é falar de estratégia de marketing, pois grande parte da teoria de segmentos do turismo advém das teorias do marketing. É evidente a importância que a segmentação dos mercados turísticos tem para o desenvolvimento dos destinos receptivos de turismo mundiais. Desta forma, entende-se que os governos e profissionais do setor de viagens e turismo não podem prescindir dessa preciosa ferramenta, pois é o marketing que define grande parte do fluxo turístico internacional. (NETTO E ANSARAH, 2009, p.19)*

Entendendo o conceito de segmentos turísticos, relaciona-se também o tema escolhido ao turismo de eventos, que fundamentalmente tem como ideia central a motivação da viagem do turista a determinados lugares em função de eventos específicos sejam eles religiosos, profissionais, políticos, para fins de entretenimento dentre outros.

Segundo Matias, o turismo de eventos pode ser definido da seguinte forma:

*O conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar dos diversos tipos de eventos que visam o estudo de alternativas, de dimensionamento ou de interesses de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente*



*científica ou outra organização com objetivos nos campos científicos, técnicos e religiosos para atingir metas profissionais e culturais, técnicas e operacionais, de aperfeiçoamento setorial ou de atualização. (MATIAS, 2010, p. 54)*

Deve-se também salientar a importância dos eventos para a sociedade como um todo, visto que além de proporcionarem lazer e cultura os mesmos oferecem para as empresas e os empreendedores oportunidade de fazerem negócios e se consolidarem no mercado. Como citado por Francisco Paulo de Melo Neto:

*Eventos são atividades de entretenimento com grande valor social, cultural e, sobretudo histórico. Suas atividades constituem um mix de marketing, entretenimento, lazer, artes e negócios. Tal a sua importância no contexto social, cultural, econômico e político na cidade e região e, em alguns casos até mesmo do país, podemos denominá-los de agentes do patrimônio histórico-cultural. (NETO, 2012, p. 53)*

Além do turismo de eventos, por se tratar do tema cultura negra o estudo em questão também abrange o segmento de turismo étnico, visto que trata de assuntos relacionados a cultura de determinado grupo social, neste caso a cultura negra. Segundo o Ministério do Turismo o conceito de turismo ético é definido da seguinte forma:

*O turismo étnico constitui-se de atividades turísticas envolvendo a vivência de experiências autênticas e o contato direto com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos. O turista busca, no caso, estabelecer um contato próximo com a comunidade anfitriã, participar de suas atividades tradicionais, observar e aprender sobre suas expressões culturais, estilos de vida e costumes singulares. Muitas vezes, tais atividades podem articular-se como uma busca pelas próprias origens do turista, em um retorno às tradições de seus antepassados. Esse tipo de turismo envolve as comunidades representativas dos processos migratórios europeus e asiáticos, as comunidades indígenas, as comunidades quilombolas e outros grupos sociais que preservam seus legados étnicos como valores norteadores de seu modo de vida, saberes e fazeres. (BRASIL, 2006a, p.13).*

### **3. A PANDEMIA E O FUTURO DO EVENTO**

É inevitável associar a doença que atinge todo o mundo atualmente a um tema que depende principalmente da aglomeração de pessoas quando a principal recomendação para conter esta pandemia é praticar o isolamento social.

Apesar de ter sido prejudicado por esta doença, para lidar com este momento o mercado de eventos teve que se reinventar a fim de tentar se adaptar ao que é chamado de "novo normal", para isso muitos eventos optaram pelo adiamento até que seja segura a realização enquanto outros preferiram fazer suas edições online, com a Feira Preta não foi diferente.

Segundo as redes sociais da Feira Preta a décima nona edição do festival aconteceu nos meses de novembro e dezembro de 2020 de forma totalmente digital com 12 eixos curatoriais, mais de 100 artistas performando, palestras, e workshops que o público pôde acompanhar através de *lives* e os empreendedores cadastrados na Feira puderam vender seus produtos também online através de uma espécie de *marketplace* chamado PretaHub. De acordo com o site do evento, o marketplace nasceu para levar até os

consumidores a multi-pluridade criativa e cultural afro, por meio de produtos e serviços oferecidos por empreendedores que ajudaram a movimentar o Festival Feira Preta. "A PretaHub compreende, portanto, que a tradicional Feira Preta é um de seus produtos, parte integrante de um processo maior e estrutural da inclusão de empreendedoras e empreendedores negros em um ecossistema empreendedor que precisa ser mais justo e equilibrado em oportunidades e resultados financeiros, desde a criação, passando pela produção e estratégias de distribuição e consumo."

Além de adaptar a edição do festival as recomendações da OMS (Organização Mundial da Saúde), durante a pandemia a Feira Preta também desenvolveu dois projetos com objetivo de minimizar os impactos causados pela COVID-19 para a população negra, são eles o Fundo Éditodos (Fig. 1) e o Latinidades Pretas.

Figura 1 - Números referentes ao fundo Éditodos.



Fonte: [feirapreta.com.br/fundo-editodos](http://feirapreta.com.br/fundo-editodos)



O primeiro já existia desde 2016 com o objetivo de enfrentar o racismo estrutural e as desigualdades de gênero para promover um empreendedorismo baseado em oportunidades justas para todos os grupos sociais e após o início da pandemia foi adaptado para se tornar uma espécie de fundo para emergências econômicas. Sua meta inicial era apoiar 500 empreendedores dentro de 8 estados (São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Minas Gerais, Pernambuco, Pará, Maranhão e Distrito Federal) com valores médios de R\$ 2 mil reais por empreendedor.

Já o projeto Latinidades Pretas foi desenvolvido durante a pandemia e tem como objetivo principal minimizar os impactos da COVID-19 gerando renda e oferecendo suporte a empreendedores negros através de um projeto que seleciona propostas nas áreas do audiovisual, música, moda, poesia, artes cênicas e visuais. Após o processo de curadoria as propostas selecionadas recebem um auxílio de até R\$ 500 reais. Através de tais projetos pode-se notar que o evento tem como um de seus pilares a responsabilidade social, sendo de grande importância para seu público por além de entretenimento oferecer também suporte de diversas formas em um momento tão delicado.

Em 2021, com a criação de diversas vacinas para o coronavírus em andamento e o início da campanha de vacinação no Brasil, ainda que de forma lenta, existe a possibilidade da vigésima edição do festival ocorrer de forma presencial, porém, visto que o evento costuma ocorrer

anualmente nos meses de novembro de dezembro, ainda é cedo para fazer especulações a respeito do futuro da Feira Preta. Por ora o festival segue fazendo publicações em suas redes sociais e atualizando seu público sobre quaisquer decisões tomadas no que se refere ao seu destino.

#### **4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Na primeira parte deste projeto fez-se uma pesquisa bibliográfica a fim de aprofundar os temas estudados através da leitura de livros, sites, artigos, dentre outras fontes de pesquisa. Já para em sua segunda etapa foi realizada uma pesquisa qualitativa com duas pessoas que já participaram ou frequentaram o Festival Feira Preta a fim de compreender a importância do evento, a opinião dos entrevistados sobre o mesmo, como ele impactou suas vidas, etc. De acordo com Dencker (2000) "a pesquisa qualitativa, é adequada para se obter um conhecimento mais profundo de um caso específico, porém não permite generalização".

Para apurar opiniões de diferentes pontos de vista, tal pesquisa qualitativa foi desenvolvida por meio de duas entrevistas realizadas através das redes sociais Instagram e WhatsApp entre os dias 10 e 15 de maio de 2021 com uma pessoa que já frequentou a Feira Preta e uma pessoa que já frequentou e trabalhou na mesma, composta pelas seguintes perguntas:



- Qual a sua opinião sobre o Festival Feira Preta como um todo?
- Quais as principais diferenças sentidas entre as edições presenciais e a edição online?
- Você sente que a Feira Preta impactou positivamente sua vida pessoal ou profissional? Se sim, de que forma?
- Você enxerga a Feira Preta como um meio de representatividade? Por que?

## 4.1. RESULTADOS

### Entrevistado 1:

**Nome:** Marina Oliveira

**Idade:** 29 anos

**Cidade:** São Paulo

**Profissão:** Autônoma

1. "A Feira é essencial para dar visibilidade a empreendedores negros, além de fortalecer a comunidade e o movimento. Proporciona identidade, autoestima e senso de pertencimento."
2. "A edição presencial possibilita melhor entrosamento, avaliar melhor as mercadorias, tecidos e acessórios. A edição online é mais dinâmica, mas não proporciona os pontos mencionados anteriormente."
3. "Sim, em ambas as áreas. Na vida pessoal em relação a construção da minha

autoestima e posicionamento enquanto mulher negra. Na vida profissional, por ser um diferencial para impulsionar meu próprio negócio."

4. "Sim, pois comparecendo ao evento é possível identificar muitas histórias, vivências e experiências semelhantes às nossas vidas, algo que não com seguimos perceber com tanta frequência em outros meios de comunicação. A Feira é necessária para que pessoas pretas possam ver que é possível empreender, fortalecer e consumir produtos de afroempreendedores."

### Entrevistado 2:

**Nome:** Toni Baptiste

**Idade:** 37 anos

**Cidade:** São Paulo

**Profissão:** Artista multimídia

1. "Pra mim o Festival Feira Preta é uma iniciativa revolucionária, muito potente e sobretudo necessária para a saúde da cidade, da população negra e da sociedade como um todo. É um projeto que faz uma integração entre a cultura afro-brasileira ancestral, tradicional e contemporânea de uma forma muito orgânica e muito valorosa, fazendo com que as pessoas percebam e se conectem com diferentes variedades dessa cultura e mostrando o quanto existe uma diversidade e ao mesmo tempo uma qualidade de narrativas, de identidades e de linguagens produzidas por pessoas pretas. Então nesse sentido, o festival tem a força



de ressignificar toda a identidade preta que historicamente é fragmentada, perseguida e apagada e através dessa concentração permitir que as pessoas se conectem, se reinventem e sobretudo se conheçam pra justamente perceber o quanto que é valorosa, o quanto que é digna e o quanto que é importante a produção cultural, artística e comercial de pessoas pretas."

2. "Eu participei por muito tempo da Feira preta como público, e nas duas últimas edições eu participei como artista. A Feira Preta de 2019 foi muito importante por ser no Memorial da América Latina, o Coletivo Coletores, do qual eu faço parte fez uma série de projeções nas quais a gente pôde fazer uma interface com o público, que historicamente está ali pra ver os shows, pra participar dos bate papos e ao mesmo tempo pra consumir e vender seus produtos também, o pessoal se deparou com um trabalho de artes visuais diferenciado e inovador então foi muito interessante. Já no ano passado, onde já estávamos num contexto de pandemia, a gente fez toda uma produção visual pras lives que tiveram. No caso dos shows e performances nós fizemos um projeto colaborativo, que foi interessante por ter a oportunidade de trabalhar com outros criadores pretos e pretas, então isso foi muito potente e ao mesmo tempo nós levamos a Feira Preta para as cidades através de vídeo-projeções, fizemos intervenções nas periferias, no centro, então foi interessante por que a

gente projetou tudo que acontecia normalmente numa Feira de uma forma concentrada em uma semana ou um final de semana e conseguiu espalhar isso em datas e locais diferentes."

3. "Com certeza a Feira Preta impactou positivamente a minha vida e a das pessoas a minha volta, porque desde sempre a gente tinha falta desse referencial. Muito antes de se ter acesso a internet, nós não tínhamos referencial de produções pretas com narrativas diferentes, eu sou de São Paulo e estou acostumado com a produção preta de São Paulo, eu não estou acostumado a ver a produção preta do interior, do nordeste do sul ou até mesmo as do continente africano ou dos outros continentes, então foi muito importante porque isso me ajudou a desenvolver uma narrativa e uma perspectiva identitária muito mais amplificada."
4. "A Feira Preta com certeza pode ser considerada um meio de representatividade por muitos fatores, alguns deles são por exemplo: ser um evento feito de pretos para pretos, ou seja, ter uma preocupação em saber receber essa população, em saber interagir. Além disso a Feira Preta também tenta derrubar uma série de padrões envolvendo a população negra, os LGBTQUIA+, a discussão contra a gordofobia, dentre outros, então é um evento que ele é local, mas acaba tendo um impacto global e permite que as pessoas além de se verem

ali, possam se colocar, porque assim como foi comigo uma hora você está ali como público e de repente você tá como artista ou como palestrante, então é um evento que é inclusivo."

## 5. CONCLUSÃO

No decorrer deste projeto foi possível observar a importância do Festival Feira Preta como um todo para a comunidade negra no Brasil visto que uma de suas principais premissas é proporcionar crescimento pessoal e principalmente profissional a quem o frequenta através de oportunidades e representatividade. Como citado anteriormente por Francisco de Paulo Melo Neto (2012), eventos tem grande importância no contexto social, cultural, econômico e político em cidades, regiões e, em alguns casos até mesmo do país, podemos denominá-los como agentes do patrimônio histórico-cultural. Portanto é possível afirmar que eventos como a Feira Preta também agregam positivamente ao turismo da cidade de São Paulo.

Quando Adriana Barbosa idealizou a Feira Preta sua principal intenção era trazer algum tipo de representatividade e sensação de pertencimento para pessoas negras no Brasil, gerando um local propício para o desenvolvimento e fortalecimento de iniciativas de mercado pensadas e realizadas pelos mesmos, além de oferecer um ambiente que evidencie a diversidade de sua cultura.

Atualmente pode-se afirmar que a mesma logrou êxito em sua iniciativa pois o Festival Feira Preta é reconhecido como o maior evento de cultura negra não só do Brasil, mas da América Latina e como foi observado nos resultados da pesquisa qualitativa realizada impacta positivamente de forma direta e indireta na vida de pessoas e empreendedores negros e negras.

Como tudo que nos cerca a Feira Preta também foi afetada pela pandemia de COVID-19, nos últimos 18 anos o evento vinha sendo feito presencialmente e no contexto atual foi forçado pelas circunstâncias a se adaptar. Ainda abordando as informações obtidas através da pesquisa qualitativa também é seguro afirmar que apesar das diferenças notórias entre as edições presenciais e a online realizada no ano de 2020, o evento manteve as suas principais características e funções para com o seu público.

Ao longo da elaboração deste projeto as principais dificuldades encontradas pela autora foram reunir informações acerca do evento escolhido em outras fontes que não fossem o site do mesmo e posteriormente parte do site de onde foram coletados os dados sobre a história da Feira Preta também saiu do ar e não está mais disponível para acessos, presume-se que para um evento desta magnitude existam mais artigos, estudos e pesquisas sobre o mesmo. Além da dificuldade de estabelecer contato com frequentadores do evento que



estivessem dispostos a responder as perguntas referentes a pesquisa qualitativa.

A partir destas considerações, existem algumas sugestões a serem feitas pela autora. Dada à proporção que o evento tomou na cidade de São Paulo, é considerável pensar na possibilidade da realização da Feira Preta em outros estados do Brasil pois desta forma a mesma contemplaria um público maior

beneficiando uma maior quantidade de pessoas negras, gerando renda, empregos e movimentação das economias locais, assim ampliando seu impacto como um todo. Ademais cabe considerar também aliar o que foi aprendido e utilizado na edição virtual do festival durante a pandemia à uma edição presencial quando houver viabilidade de ser realizada de forma a potencializar o evento.

## 6. REFERÊNCIAS

- AGENDA cultural da periferia. **Feira Preta: Maior evento de empreendedorismo e cultura negra chega a sua 14ª edição**. Disponível em <<http://agendadaperiferia.org.br/index.php/destaques/feira-preta-maior-evento-de-empreendedorismo-e-cultura-negra-chega-a-sua-14-edicao>>. Acesso em: 4 de outubro de 2020
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**. Brasília: MTur, 2006a.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2000.
- DE MELO NETO, F. P. **Evento: de ação, entretenimento a agente de promoção do patrimônio histórico-cultural**. In: FUNARI, P. P.; PINSKY J. **Turismo e Patrimônio Cultural**. 5. ed. [Coleção Turismo Contexto] São Paulo: Contexto, 2012. p. 53
- FESTIVAL Feira Preta. **18 anos celebrando o corre**. Disponível em: <<http://feirapreta.com.br/18-anos-celebrando-o-corre>>. Acesso em: 4 de novembro de 2020
- FEIRA Preta. **Festival Feira Preta**. Disponível em <<http://feirapreta.com.br/>>. Acesso em 11 de novembro de 2020
- FEIRA Preta. **Fundo Éditodos**. Disponível em <<http://feirapreta.com.br/fundo-editodos/>>. Acesso em 11 de novembro de 2020
- FEIRA Preta. **Latinidades Pretas**. Disponível em <<http://feirapreta.com.br/latinidades-pretas/>>. Acesso em 11 de novembro de 2020.
- FEIRA Preta. **O que fazemos**. Disponível em <<https://pretahub.com/festival-feira-preta/>>. Acesso em 20 de maio de 2021.

- FEIRA Preta. **Quem somos**. Disponível em < <https://pretahub.com/quem-somos/>>. Acesso em 22 de maio de 2021.
- FEIRA Preta. **Sobre a Feira Preta**. Disponível em <<https://feirapreta.com/about-us>>. Acesso em 04 de maio de 2021
- MATIAS, M. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 5. ed. Barueri: Manole, 2010
- MUNDO negro. **2020 vai ter Feira Preta sim, mas uma versão online com comprinhas, música e muito conteúdo**. Disponível em: <<https://mundonegro.inf.br/2020-vai-ter-feira-preta-sim-mas-uma-versao-online-com-comprinhas-musica-e-muito-conteudo/>>. Acesso em: 5 de outubro de 2020.
- NETTO, Alexandre Panosso; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação em turismo: panorama atual. In: Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas/** Editores Alexandre Panosso Netto e Marília Gomes dos Reis Ansarah. – Barueri, SP: Manole, 2009. p. 19
- OMT. Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao Turismo**. Madrid, 2001
- SEBRAE Seu Negócio. **Conheça a história da Feira Preta e da plataforma PretaHub**. Disponível em: <<https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/conheca-a-historia-da-feira-preta-e-da-plataforma-pretahub/>>. Acesso em 9 de novembro de 2020
- VALOR Investe. **Black Money: dinheiro dos negros**, para os negros. Disponível em:<<https://valorinveste.globo.com/objetivo/empresa-se/noticia/2019/11/20/black-money-dinheiro-dos-negros-para-os-negros.ghtml>>. Acesso em: 9 de novembro de 2020.
- VISITE São Paulo. **Calendário de eventos**. Disponível em: <<https://visitesaopaulo.com/calendario-eventos/>>. Acesso em: 10 de novembro de 2020.

## 7. NOTA BIOGRÁFICA

### Beatriz da Silva Peixoto

Graduanda em Turismo pela Universidade Veiga de Almeida – BR, atualmente estagiária na Mitra Arquiepiscopal do Rio de Janeiro – Santuário do Cristo Redentor e ex-estagiária do Laboratório de Turismo da Universidade Veiga de Almeida – BR.



---

# ideário

Revista Científica do  
INSTITUTO IDEIA

