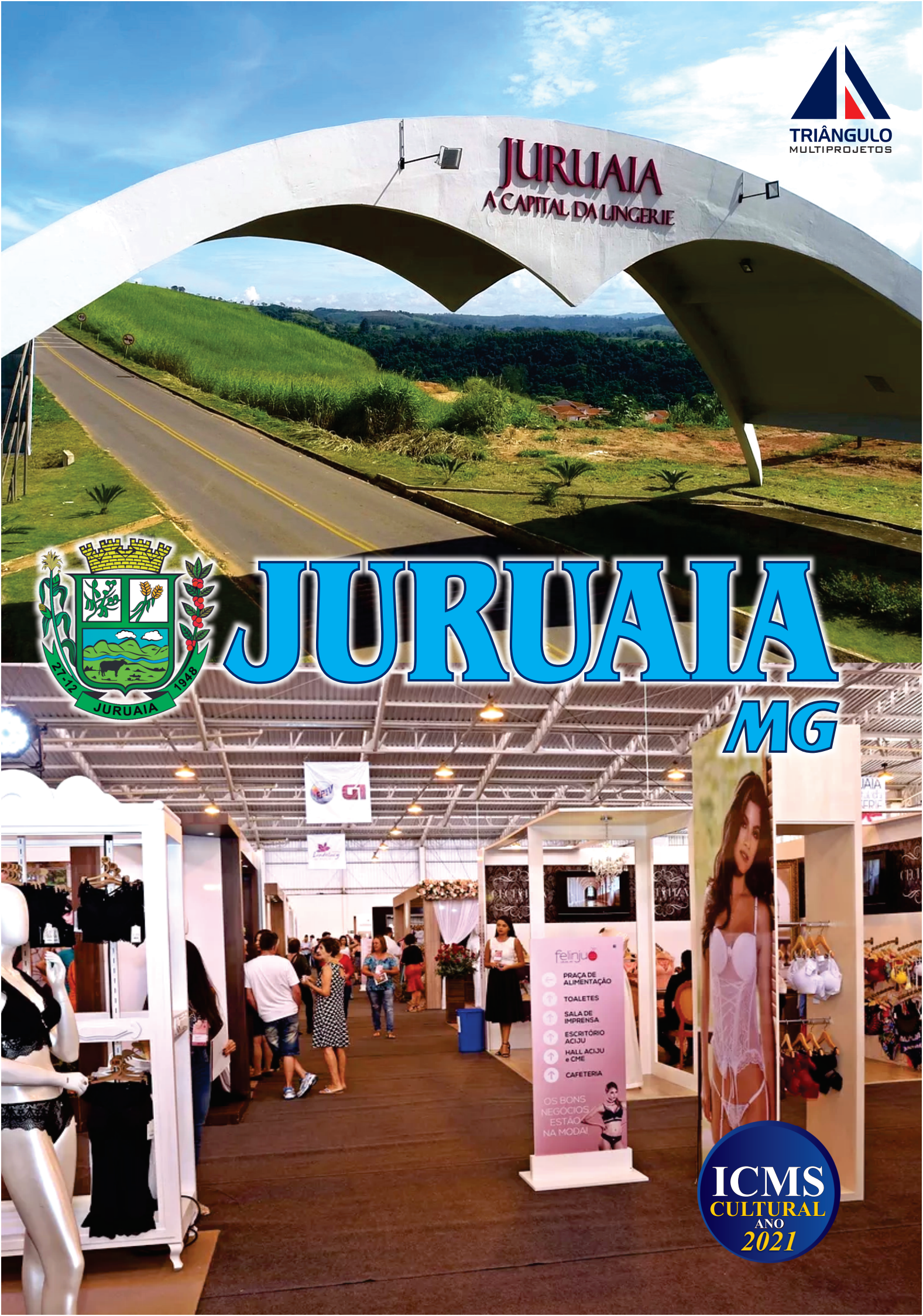


TRIÂNGULO
MULTIPROJETOS

QUADRO II C **PROCESSOS DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS**	MUNICÍPIO JURUAIA MINAS GERAIS
Ano 2021 / Exercício 2023	
PROCESSO DE REGISTRO FELINJU FEIRA DE LINGERIE DE JURUAIA	

Sumário

1. Introdução: apresentação do trabalho desenvolvido..... 1

2. Histórico do município de Juruaia..... 3

2.1. Histórico do Bem Cultural: Felinju..... 3

3. Entrevistas..... 40

3.1. José Antonio da Silva..... 40
3.2 Tania Mara Rezende..... 43
3.3. José de Oliveira Maria..... 47
3.4. Andreia Galdino Piza..... 48
3.5. Tereza de Fátima Barbosa..... 49
3.6. Rosa Marques..... 51
3.7. Luciene Silva Lopes..... 54
3.8. Eliza dos Reis Silva..... 55
3.9. ACIJU – Associação Comercial e Industrial de Juruaia..... 58

4. Análise Descritiva do Bem Cultural..... 63

5. Documentação Audiovisual..... 66

6. Documentação Fotográfica..... 67

7. Plano de Salvaguarda..... 80

7.1. Diagnóstico da situação do bem imaterial..... 81
7.2. Diretrizes de valorização junto à comunidade..... 81
7.3. Cronograma..... 83

8. Referências..... 84

9. Cópia do pedido de registro encaminhado ao Setor Municipal..... 87

10. Declaração de Anuência da comunidade ou de seu representante 88

11. Cópia da ata da reunião do Conselho Municipal de Patrimônio Cultural que aprova o dossiê..... 89

12. Cópias (s) da (s) publicidade(s)..... 90

13. Cópia das eventuais manifestações..... 92

14. Cópia da inscrição no Livro de Registro Municipal..... 93

15. Decreto de homologação do Registro da Felinju..... 94

16. Ficha de Inventário da Felinju..... 96

17. Ficha Técnica..... 110

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

1.Introdução:

O Conselho Municipal do Patrimônio Cultural e a Setor Municipal de Proteção do Patrimônio Cultural de Juruaia apresentam o Dossiê de Registro da Felinju – Feira de *Lingerie* de Juruaia. Este documento faz parte do processo de Registro do bem como patrimônio cultural de Juruaia, o qual fará parte da documentação referente ao ano de 2021 e Exercício 2023 enviados ao IEPHA – Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais para obtenção de recursos do programa ICMS Patrimônio Cultural.

O pedido de registro foi realizado por representante da comunidade de Juruaia e destinado à deliberação do Conselho Municipal do Patrimônio Cultural. O Conselho considerou as motivações para a patrimonialização do bem e deliberou de forma favorável ao registro. O Decreto nº 1.443 de 25 de novembro de 2021 ratificou o registro da feira no dia 25 de novembro.

Este dossiê tem como objetivo demonstrar de forma técnica o valor cultural da Felinju. O ponto de partida foi a busca por documentações e fontes históricas sobre o bem. Levando em conta a imaterialidade e mutabilidade da Felinju, por se tratar de um bem imaterial, foram realizadas entrevistas com detentores do bem, membros da comunidade e agentes que atuam diretamente na organização da feira. As entrevistas foram adaptadas considerando as normas de segurança previstas para o período pandêmico. A ACIJU – Associação Comercial de Juruaia forneceu material com dados e fontes sobre a manifestação cultural. Foram utilizadas fontes digitais, levando em conta a popularidade do bem, o que levou à análise aprofundada dos impactos da Felinju nos web noticiários das cidades circunvizinhas. Também foram analisados imagens e sites da própria feira para levantamento de dados quantitativos. Portanto, este dossiê possui carácter qualitativo e quantitativo para compressão do valor cultural da Felinju para o município de Juruaia.

Este documento possui informações e análises caras à preservação do bem cultural. Além disso, torna-se material para pesquisas acadêmicas e fonte a ser utilizada em atividades de Educação Patrimonial, em espaços formais e não-formais de aprendizagem. Abarca ainda a historicidade do bem, e sua relação com a história do município. Pontua etapas da feira, motivações e a importância de referência do

bem para a comunidade juruaiense. Demonstra o impacto econômico na vida dos detentores: por meio do trabalho das costureiras e comerciantes, podemos compreender a identidade cultural e as formas de organização comercial e trabalhista que o município possui. Diante da valorização deste patrimônio cultural, o município ratifica a proteção do bem por meio de registro como patrimônio cultural de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

2. Histórico do bem Cultural

Juruaia: construção da comunidade Juruaiense

O município de Juruaia, com população estimada em 10.681 pessoas no ano de 2020, está situado na região centro-sul do estado de Minas Gerais, próximo aos municípios de Muzambinho (23 km), São Pedro da União (19 km) e Guaxupé (18 km), e distante 440 km de Belo Horizonte, capital do estado. Juruaia apresenta expressiva liderança na economia sul mineira, destacando-se nos setores agrícola e comercial (IBGE, 2020).

A região onde hoje se localiza o município apresenta como marco histórico o ano de 1898, quando ocorreu o início da construção do povoado. As casas foram sendo construídas ao redor da capela dedicada a São Sebastião, o padroeiro. A região foi chamada inicialmente de São Sebastião da Barra Mansa. O termo “barra mansa” diz respeito ao encontro de dois rios da região, que são lentos e mansos.

No ano de 1900, o bairro Barra Mansa, que pertencia ao Município de Muzambinho, já era povoado por inúmeras famílias. A Paróquia de Guaxupé foi criada em 1866. Segundo o Livro do Tombo da Paróquia Nossa Senhora das Dores, número 3, folha 60; nesse período, foi inaugurada a Capela de São Sebastião da Barra Mansa. Com isso, o Bairro Barra Mansa pertencia à Paróquia de Nossa Senhora das Dores (FERRAZ, 2007, no prelo).

> Capella de Barra Mansa – Esta capella, duas leguás distante da sede, ficou a cargo do Revmo. Sr. Padre Francisco Tavares, que uma vez por mês vai lá administrar os sacramentos, celebrar e pregar (Livro do Tombo da Paróquia de Nossa Senhora das Dores, n.3, f. 60).

Ao refletir sobre o processo histórico construído por seu povo, percebem-se alguns processos importantes. Possivelmente, a região tenha sido ocupada antes de 1850, por europeus, sobretudo portugueses e espanhóis que, ao fim do ciclo de exploração do ouro em Minas Gerais, precisaram buscar refúgio nas cidades sul mineiras. Em 1911, o local tornou-se distrito de Muzambinho. Já em 1912, a primeira agência postal foi criada e instalada, tendo como primeira agente Maria Joaquina de Araújo. Enfim, em 1923, o distrito passou pela mudança de nome de Barra Mansa para Juruaia. Nesse cenário, a construção da capela de São Sebastião e a criação

de uma agência postal em 1912 contribuíram para o processo de consolidação desse distrito que veio a se tornar município emancipado em 1948.

Juruaia: História, Memória e Identidade

Pensar em mudanças e continuidades nos permite compreender histórias individuais, analisando a identidade da população em seus símbolos e em suas mudanças, ou seja, o homem no tempo e no espaço (BLOCH, 2002). Diante disso, acreditamos na necessidade de entender as histórias de vida das pessoas que participam ativamente na Felinju – Feira de *Lingeries* de Juruaia.

Marilza, micro empreendedora, disse que escolheu morar em Juruaia justamente pela oportunidade de trabalho no setor de *lingeries*. Lembra-se de em 1990 ter assistido uma reportagem sobre o município em um canal de televisão, na qual o Prefeito da cidade à época, Dr. Rubens de Almeida Lacerda, falava do incentivo a pequenos empreendedores ofertado pelo município (Marilza, 2021). Dr. Rubens de Almeida Lacerda teve seu primeiro mandato entre 1989 a 1992, período marcado por ações voltadas ao desenvolvimento industrial de Juruaia, isentando os novos empresários da área de contas de água e energia elétrica, por exemplo. Em um segundo mandato à frente da Prefeitura de Juruaia (2005-2008), Dr. Rubens ainda direcionou políticas voltadas para o fortalecimento do setor de *lingerie* e, juntamente com a presidente da ACIJU à época Nilva Machado Trindade; deu-se início à Fest *lingerie*, grande evento de empresas do setor têxtil (Ozana, 2021).

Marilza e a família já trabalhavam no setor de *lingerie* em Goiânia, pois aprendeu a costurar com o marido Alencar. Percebendo uma oportunidade de negócio na cidade, decidiu-se mudar para o município sul mineiro. Instalada em um pequeno galpão, com máquinas simples, Marilza passou a costurar e a ensinar outras mulheres, que logo eram contratadas para trabalhar em sua empresa. Na dinâmica do negócio, Alencar ficava encarregado de comprar os materiais para produção e na comercialização das peças, esta realizada, à época, na região sul mineira; em centros urbanos como São Paulo; e até em outros países, como Portugal e Espanha. Durante três anos, Alencar e Marilza permaneceram no município. Depois foram morar na cidade de Guaxupé, e na sequência, fixaram-se em Anápolis, no estado de Goiás.

Alencar veio a falecer no ano de 2009. Marilza continua produzindo *lingeries* no estado goiano.

A primeira máquina de Marilza foi doada à Prefeitura Municipal de Juruaia pelo filho da empresária. O artefato encontra-se preservado na Prefeitura Municipal de Juruaia. Foto: Ozana de Oliveira. Data: 18/06/2021.

A história de Marilza nos ajuda a compreender como se deu o início das primeiras atividades empreendedoras no setor de *lingeries* em Juruaia, na década de 1990, incentivadas pelo Poder público. Antes disso, a principal fonte de renda da cidade era da produção de café. Entretanto, com a crise no setor entre 1980 e 1990, a administração municipal preocupou-se com o município e resolveu fomentar novos empreendimentos. Da primeira fábrica, a *"D'Alencar Confecções"*, que teve também ajuda de custo para pagamento de aluguel do imóvel sede da confecção sancionada pela Prefeitura Municipal (BARDY; PRADO, p. 145-146); outros empreendimentos se seguiram: em 1992, foi inaugurada a Coveem, das empresárias Alice e Beliza, que vieram de São Paulo para atuar em Juruaia; e Joelma Reis, que começou a fabricar *lingerie* em 1993 e hoje possui a loja Nuance. A década de 1990 foi para Juruaia,

portanto, um período de grande desenvolvimento, contanto com três confecções; justamente quando o município completava quarenta anos de emancipação política. Segundo Edgar Prado Bardy e José Carlos do Prado (2006), Rubens de Almeida Lacerda ainda promoveu ações relacionadas a melhorias de estradas rurais, conservações estruturais do município, disponibilização de cômodo para instalação do Banco do Brasil no município; além de construção de moradias para famílias carentes (como nos loteamentos Morada do Sol e Céu Azul) e de loteamentos, com doação de terrenos para microempresas.

Eliza dos Reis Silva rememora sua história de vida com o desenvolvimento da empresa Coveen, em Juruaia, tendo como base as empresárias Alice e Beliza. Segundo Eliza, Alice trabalhava no metrô em São Paulo antes de montar a confecção, mas buscava uma melhor qualidade de vida. Por possuir mãe e irmãos que residiam em Juruaia, ela resolveu montar um negócio com sua amiga Beliza no município, mudando-se para a localidade juntamente com seus filhos. Já Beliza é do Ceará, onde era predominante o trabalho com *lingeries,* por meio de grandes marcas (como Do Loren e DeMillus). A escolha por Juruaia teve como base o custo para montagem da *lingerie*, já que na cidade sul-mineira este era menor se comparado ao de São Paulo ou Ceará, estados dos quais vinham as empresárias para Juruaia (SILVA, 2021).

A Coveen, que foi montada por volta de junho/julho de 1993, teve Eliza dos Reis como uma das primeiras funcionárias; dedicada ao setor administrativo e às vendas. No início a empresa era composta por uma costureira na máquina de costura overloque[1], três na máquina reta[2] e mais uma costureira. Alice e Beliza já tinham prática de costura, mas pouca experiência na área de produção de *lingerie*. Beliza já havia trabalhado em uma empresa de *lingerie*, no Ceará, o que fez com que ela ficasse responsável por ensinar às costureiras a fazerem a modelagem e estilismo das peças na nova fábrica. Alice possuía experiência na área administrativa, ao que ficou responsável pela área no empreendimento. Esta foi a dinâmica da empresa por anos (SILVA, 2021).

[1] As máquinas overloque têm a capacidade de costurar e chulear simultaneamente, ou seja, costurar de dar acabamento da peça do tecido evitando que ele desfie (JANOME, c2021).
[2] A Máquina Reta Industrial executa o ponto fixo ou ponto reto comum formado por duas linhas – uma superior e outra inferior, as quais serão entrelaçadas ao longo da costura. É utilizada para costurar tecidos planos, já que seu ponto é resistente e não tem elasticidade (MÁQUINAS UNIÃO, c2021).

A primeira estrutura da empresa era um galpão, na rua Irmãos Castro, onde permaneceram por dois anos. Com o aumento da produção e do número de funcionários, as empresárias alugaram um galpão maior na rua Gonçalves de Rezende. Este período é lembrado por Eliza dos Reis como o auge da confecção, contabilizando entre 26/28 costureiras. Os compradores eram de vários estados: São Paulo, Goiás e Mato Grosso (SILVA, 2021).

Um dos pontos levantados por Eliza dos Reis foi com relação às dificuldades que a confecção enfrentava para a compra de materiais:

> pela falta de aviamentos em cor mostarda, então tínhamos que pintar os feixos e isso dava muito trabalho. Quem cuidava disso era a Beliza, muitas vezes tínhamos que ir pra casa dela para pintarmos esses feixos para que ficasse uma coloração certa para combinar com o tecido. Foram alguns perrengues que comparando eu percebo que hoje existe uma quantidade muito maior de cores, uma quantidade maior de aviamentos. Por exemplo, hoje, quando você compra o tecido você consegue o aviamento igual, e na época nós não tínhamos essa facilidade. Uma outra dificuldade além da falta de material eram os preços, principalmente a *lycra* de qualidade, nós tínhamos que comprar de fornecedores de São Paulo. Hoje não, aqui em Juruaia o pessoal já consegue. Antes os fornecedores tinham que importar a *lycra*, porque a de qualidade era a importada o que também aumentava o custo da produção (SILVA, 2021).

Eliza ainda relembra que, em 1994, as empresárias Alice e Beliza conseguiram o *leasing*[3], pelo Banco Nacional[4], que possibilitou a troca do maquinário da confecção. Necessária com o aumento da produção, foram compradas segundo Eliza cerca de dez máquinas retas, duas overloques, máquinas de corte e material de aviamentos e tecidos. Além do maquinário existia a necessidade de aumentar a mão de obra. Em Juruaia, não havia pessoas qualificadas para o trabalho. Diante desta realidade, Beliza contratou pessoas dispostas a desempenhar o trabalho e tomou para si a missão de ensinar a costura para os recém contratados. Eliza aponta uma particularidade do ofício:

[3] O *leasing* é o termo em inglês que faz referência a um contrato de aluguel, locação financeira ou arrendamento. HOUAISS, A.; VILLAR, M. de S. Dicionário Houaiss da língua portuguesa. Versão 1.0.10. Rio de Janeiro: Objetiva, 2006.

[4] Instituição financeira de propriedade da família Magalhães Pinto. Atuante até 18 de novembro de 1995, sofreu liquidação extrajudicial pelo Banco Central do Brasil em decorrência de sua situação patrimonial deficitária (BNSA, 2021).

> as costureiras mais velhas ensinaram as mais novas com muito carinho e qualidade. As novas costureiras eram as de corte entraram sabendo trabalhar com *lingerie*, porque foram ensinadas da maneira que a empresa queria. A Beliza sempre foi a parte mais humana e lidava mais com os funcionários. Eu tinha uma relação muito próxima com ela, neste sentido. Em 1994, eu comecei o ensino médio e ao mesmo tempo eu fazia contabilidade, justamente pelo meu trabalho na empresa. Neste período eu precisava levar almoço para o trabalho. Eu lembro que a Beliza falava assim: - Não precisa mais trazer almoço, a partir de hoje você vai almoçar comigo, aqui na confecção. Você come quentinho, a Rita (que era secretária da Beliza na época), vai trazer pra mim e traz pra você também. Então isso me marcou muito, por este carinho com todas as funcionárias. Mas claro, que nós éramos mais próximas. A Alice era mais da parte administrativa, ela tinha esse relacionamento comigo porque era meu trabalho, mas ela sempre foi mais técnica, vamos dizer assim (SILVA, 2021).

Outra característica da empresa de Alice e Beliza era a sensibilidade com o trabalho feito por mulheres. Eliza dos Reis aponta que as empreendedoras eram mães solo, o que fomentava a compreensão das empresárias com as particularidades do trabalho desempenhado pelas mulheres e sua relação com a vida de mãe. Segundo Eliza dos Reis:

> Mas o que elas fizeram para Juruaia, esse incentivo de trazer a *lingerie* para a cidade, esse incentivo de começar uma coisa totalmente nova, isso vai ficar sempre marcado na história do município, porque foram pessoas que deram essa oportunidade no município com relação ao empoderamento feminino. Além disso, só para dado de curiosidade, Coveen, significa Convenção de Bruxas, reunião de mulheres com um propósito, e eu considero isso muito pertinente de se lembrar (SILVA, 2021).

Eliza aponta que em 1996 saiu da empresa, contudo, sua irmã continuou trabalhando na Coveen. A construção de uma rede de apoio e tradição do conhecimento do ofício foi uma marca nas percepções de Eliza dos Reis. Segundo a colaboradora, a Dadola, hoje dona do Mercado de *lingerie* aprendeu o ofício de construir modelagens junto com Beliza. Por outro lado, Alice ajudava a própria Dadola a procurar fornecedores e dava dicas para seu negócio. Outro exemplo da continuação do conhecimento deixado pela Coveen foi o de Ceci, empresária e proprietária da Ouse e Use, que na época chamava-se Ousadia. Beliza também colaborou na preparação das primeiras modelagens da empresa. Em 1997, a

confecção Conveen foi assolada por uma crise financeira, e por falta de outras fontes de renda, as proprietárias resolveram encerrar o negócio.

Outro relato de empreendedorismo é o de Tereza de Fátima Barbosa Miranda. Há quase 20 anos trabalha no mercado de *lingeries*:

> Comecei costurando para outras empresas com facção, logo depois surgiu a ideia, junto de uma sócia, dona Marisa (já falecida) de montarmos nosso próprio negócio. O negócio começou pequeno, nós duas tínhamos muitas dúvidas e dificuldades, ela faleceu pouco tempo depois do início da nossa parceria. Eu fiquei sem chão com a perda da minha amiga e sócia, mas Deus foi maravilhoso e colocou outras pessoas em meu caminho. Eu costurava, cortava, gerenciava, enfim fazia todo o processo em minha própria casa e aos poucos fui adquirindo conhecimento e crescendo aos poucos. Passei por inúmeras provações, mas me considero uma vitoriosa. Hoje vendo para o Brasil todo e para outros países também. Já somos uma equipe de quase 50 colaboradores! Costumo dizer que meu sócio é Deus, então a Ele e a minha equipe toda minha gratidão!! (MIRANDA, 2021).

A narrativa de Tereza de Fátima Barbosa traz um elemento importante: a rede social envolvida no processo de confecção dos produtos têxtil. Segundo Maria José Carneiro, existem as costureiras (empregadas ou “faccionistas”), as donas de confecção (confeccionistas), os fornecedores de matérias primas, e os intermediários/atacadistas (compradores). A história de vida de Tereza de Fátima teve início como costureira faccionista (no caso, uma funcionária contratada). A facção é definida pela contratação de serviço terceirizado, não legalizado, o qual ocorre fora do espaço da oficina. Geralmente estão associados ao trabalho de fechamento, ou seja, a costura das partes que já saem prontas da confecção, ou até mesmo trabalhos de decoração e adição de materiais às peças. De maneira geral, o trabalho da confeccionista é uma etapa do processo de produção. Elas não produzem a peça inteira. Proprietárias de suas máquinas, conseguem prestar serviços para diversas fábricas, às quais fornecem às faccionistas o material necessário. Para as fábricas a existência da faccionista é interessante por aumentar a produtividade, sem aumentar o custo de produção que a fábrica teria, caso a costureira fosse contratada e trabalhasse na oficina (CARNEIRO, 2006). Há 14 anos, Tereza de Fátima gerencia sua própria empresa. Tornou-se confeccionista.

A design de moda Ozana de Oliveira também narrou sua história de trabalho em Juruaia no setor das *lingeries*. Amante da moda, desde a infância tinha prática de customizar suas peças de roupas. Aos 7 anos aprendeu a costurar, de início

costurava à mão calcinhas e vestidos para suas bonecas. Somente com 11 anos aprendeu a costurar profissionalmente, lembra-se que a máquina de pedal a ajudou a fazer biquinis. Segundo a design, com modelos sempre elogiados, logo começaram os primeiros pedidos para que desenhasse roupas para outras pessoas.

Em 1998 Ozana iniciou o trabalho com *lingeries*, quando montou sua primeira fábrica. Mas antes disso passou pelo processo de aprendizagem: começou a costurar na máquina overloque (chamada de overlock verdinha). O ensino do ofício de cortar foi mediado por Darci, proprietária de uma confecção de *lingerie.* Darci também estabeleceu o primeiro contato de Ozana com as empresas de compras em São Paulo, quando foram comprados “aviamentos básicos no Seu Charles e Dona Jane e também na Famingo Têxtil do Sami”. Recorda-se que as costureiras de Juruaia eram recebidas com carinho especial pelos fornecedores: “me lembro que nós chegávamos e dizíamos ser de Juruaia, o crediário era aberto na hora” (OLIVEIRA, 2021). O trabalho feito por Ozana na fábrica era desenvolver modelos e modelagens, cortes e o trabalho na máquina de overloque. O acabamento das peças da fábrica de Ozana era feito por uma facção. Ozana aponta que a produção era manual, os cortes eram feitos com tesoura.

Ozana destaca que as costureiras sempre ensinavam os ofícios umas às outras: as costureiras mais experientes transmitiam suas práticas e teorias às costureiras mais novas no ramo. Em 2000, Ozana montou a Prelúdio e Bambini, e comprou máquinas de costura em parceria com um comprador de *lingerie.* A sociedade durou um ano. Em 2001, Ozana seguiu como única empresária em seu negócio, destacando-se por sua credibilidade, qualidade e bom gosto em seu trabalho. Em 2002, a fábrica de Ozana passou por um momento de crise financeira, por conta de prazos maiores ofertados aos compradores de sua produção, o que impossibilitou a continuidade da Prelúdio e Bambini.

Ozana continuou a trabalhar no setor de *lingerie*: durante 6 meses, atuou em uma máquina overloque montando calcinhas. Na sequência, foi trabalhar na empresa Nuance, como desenvolvedora de produtos; período em que se aprimorou no design de moda, realizando pesquisa de tendências de moda e desenvolvimento de coleções, além de opinar com relação a cores e adornos nas *lingeries*, gozando de liberdade criativa em seu novo emprego. Ozana encara esta época em sua vida de

grande desenvolvimento profissional, agradecendo a Wanderli e Joelma, proprietários da Nuance. Como design, outras empresas se seguiram na carreira de Ozana; e hoje, como free lancer, desenvolve modelagens e coleções, prestando serviços a várias empresas de Juruaia e região, de sua sala de corte. Para Ozana, “Juruaia foi predestinada para ser a potência que é hoje no mundo da moda íntima” (OLIVEIRA, 2021). A história de vida de Ozana é essencial para entendermos as oportunidades oferecidas no setor de *lingerie* de Juruaia. Sua narrativa, assim como a de Tereza de Fátima, nos dão a dimensão da importância dos espaços subjetivos e micros do polo industrial.

Por outro lado, faz-se necessário entender a formação do polo industrial por meio das práticas institucionais, empresariais e públicas. Segundo Fernanda Eliza, a cooperação feita pela aglomeração de empresas em Juruaia permitiu que o cluster[5] torna-se essencial para o desenvolvimento local. Constatou em sua pesquisa que a partir da construção dos cluster houve um crescimento das empresas e do polo industrial de Juruaia. O Clusters de Micro e pequenas empresas de Juruaia foram vitais para o compartilhamento de informações e essencialmente promoção do polo industrial, consequentemente fomentando o crescimento econômico local (ELIZA, 2021, p. 56-58).

Contudo, para ser efetiva esta cooperação, faz-se necessária uma estrutura que assegure a relação entre as empresas. Segundo Enise Teixeira, Marlise Vitcel e Marlise Beber,

> as organizações necessitam de uma estrutura de suporte para conseguir se manter no mercado, portanto é preciso estabelecer um vínculo entre as empresas e o município, permitindo uma melhoria do ambiente em que estas estão inseridas fazendo com que o desenvolvimento do município se torne um sucesso próprio de cada empresa (TEIXEIRO; VITCEL; BEBER, 2007).

Neste sentido, o caso de Juruaia contou com a ACIJU – Associação Comercial e Industrial de Juruaia, a Toque Brasil e a Prefeitura Municipal. Estas representações

[5] Michael Porter afirma que clusters são definidas por uma concentração de empresas especializadas em um setor industrial. Este aglomerado de empresas fica localizado em uma determinada área geográfica junto a outras, o que acarreta a competitividade. Contudo, o autor afirma que por outro lado permite troca de informações e inovações tecnológicas, por isso a necessidade de cooperação entre as empresas. No caso de Juruaia, o setor têxtil de *lingeries.* In: PORTER, M. E. On Competition: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campos, 1998.

institucionais e públicas são responsáveis e essenciais para assegurar a promoção do desenvolvimento do polo industrial de *lingeries* de Juruaia. Representando o polo industrial que Juruaia se tornou, por meio da confecção de *lingeries*, foi inaugurado o "maior sutiã do Brasil" durante a FestLingerie de 2015, no dia 7 de setembro, na Praça Prefeito Benjamin Antônio. O prefeito do período era Álvaro Mariano Júnior. Ao entorno do bem estão localizadas casas residenciais e restaurantes, além de lojas que comercializam o objeto de homenagem do monumento: a *lingerie.* Construído a pedido da ACIJU, a Prefeitura Municipal cedeu o local de instalação do bem. Ícone do setor e do município, que se tornou sinônimo de identidade local, já que Juruaia é conhecida como a capital da *lingerie*; o bem chama a atenção dos visitantes e clientes da Felinju, com o qual tiram fotos, tornando-o um ponto turístico e cultural. O maior sutiã do Brasil ainda acompanha temáticas de moda ou campanhas que estejam em voga, sendo pintado a caráter: foi o caso de outubro de 2020, mês de preservação contra o câncer, quando assumiu a cor rosa. Inventariado como patrimônio cultural de Juruaia, em 2020, na categoria de estrutura arquitetônica 02/2020; o maior sutiã do Brasil representa ainda a historicidade do corpo das mulheres e sua relação com o que chamamos hoje de *lingerie*, além da história pelas quais as próprias *lingeries* passaram. Durante a realização da Felinju, o monumento é transportado para a Expoju - Centro de Eventos Ilka Junho Anastasia, para compor a entrada do evento.

Juruaia e indústria têxtil

A indústria têxtil no Brasil é de grande importância e geradora de muitos empregos. Segundo dados da ABIT[6], o setor, que tem mais de 200 anos no Brasil, possui mais de 100 escolas e faculdades de moda no país (dados de 2009) e se tornou a maior cadeia têxtil do ocidente, oferecendo a produção de fibras e plantação de algodão. É representada pela atuação de tecelagens, beneficiadores, confecções, forte varejo e por desfiles de moda, atividades que juntas proporcionam 16,7% de empregos no país, 5,7% deles na Indústria de Transformação, contando com 25,5 mil

[6] A Associação Brasileira de Indústria Têxtil e Confecção (ABIT) foi fundada em 1957, e desde então abarca diversas associações do setor têxtil do Brasil, com o objetivo de fortalecer o setor e gerar discussões e ideias para fomentar empregos e renda no país.

empresas formais no Brasil. Seu faturamento, em 2019, foi de faturou R$185,7 bilhões. Possuindo o título de 4º maior produtor de malha do mundo, 2º gerador de empregos com 1,5 milhão de empregados diretos e 8 milhões indiretos, detém a maior proporção de mão de obra feminina entre os empregadores indiretos: 75%.

Em Juruaia e região, cerca de 5.000 pessoas atuam direta e indiretamente no setor de moda íntima. Na “capital da *lingerie*”, existem aproximadamente trezentas confecções formais e 100 fábricas informais, com produção mensal de cerca de 1,6 milhão de peças, 20 milhões anualmente. As lojas de venda de *lingerie* totalizam 150. Cidades circunvizinhas, como Varginha e Ribeirão Preto também possuem filiais de lojas da cidade; contudo, não há um levantamento sobre a quantidade e localização das mesmas. Além disso, afirma-se que cerca de 95% das empresas na cidade são administradas por empresárias. Considera-se ainda que o pólo de Juruaia, no que diz respeito ao setor de moda íntima, seja o que mais se destacada no estado de Minas Gerais e o terceiro a nível nacional, atrás apenas de Nova Friburgo e Fortaleza. Justamente pelas novas mídias sociais e comercias proporcionadas pelo mundo digital, o pólo de Juruaia ganha cada vez mais visibilidade no país (ACIJU, 2021).

Construção da ACIJU - Associação Comercial e Industrial de Juruaia:

A cidade de Juruaia conta com uma associação comercial e industrial, que representa toda a classe empresarial, facilitando o acesso a cursos, palestras, consultorias e projetos e buscando de maneira constante o desenvolvimento da cidade (ACIJU, 2021). A Associação Comercial e Industrial de Juruaia – ACIJU surgiu em 1997, quando o governo municipal e a classe empresarial de produção de moda íntima perceberam a necessidade de se acompanhar, representar, capacitar, fortalecer e estimular o crescimento comercial e industrial de Juruaia (José Batista da Silva, 2021).

Segundo João Batista da Silva, que ocupou o cargo de Secretário Geral da Prefeitura de Juruaia a partir de abril de 1997 na gestão do prefeito Celso Marques do Carmo; a geração de emprego e renda foi uma das principais preocupações dos candidatos ao pleito municipal de 1996, visto Juruaia ainda ser um município que vivia exclusivamente do setor primário da cafeicultura, portanto, com geração de empregos

sazonais. Com a gestão eleita e João Batista como secretário geral, este logo buscou compreender as indústrias promissoras do município, constatando a existência de cerca de onze ou doze confecções pequenas. Após um levantamento de informações sobre os desafios destas, João Batista concluiu que as dificuldades para o desenvolvimento das empresas não eram referentes à produção, mas à distribuição dos produtos. Informado o Prefeito Celso Marques do Carmo da necessidade de divulgar o trabalho desenvolvido em Juruaia, deu-se início a um programa de geração de emprego e renda (João Batista da Silva, 2021).

João Batista ainda relata que em junho de 1997, durante uma reunião na casa de João Jorge Tomaz Filho, a empresária Vera, proprietária da Veralim disse a ele: “João, nós precisamos divulgar nossa *lingerie*, faça na barraca de festa quiosque para nós (produtoras) mostrarmos às pessoas nosso trabalho” (João Batista da Silva, 2021). A ideia, bem aceita pelo Secretário, sofreu resistências, contudo, por parte de pessoas que não aceitavam conformar a produção de calcinhas e *lingeries* na praça no município, um local reconhecido pela sua simbologia religiosa por estar próximo à Igreja Matriz da cidade. A resposta de João Batista a empresária Vera foi a de que o mesmo almejava montar uma ‘festa’ para a *lingerie* de Juruaia. De conversas como esta, ainda em 1997, foi criada a ACIJU (João Batista da Silva, 2021). Um ano depois, foi criada a Felinju – Feira de *lingerie* de Juruaia. Tânia Mara Rezende relata ainda que a associação é responsável pela organização de todos os eventos do polo das confecções, além de proporcionar treinamentos, capacitações, serviços e parcerias; com o intuito de alavancar o setor de *lingerie* (REZENDE, 2021). José Antônio da Silva afirma que ao longo dos anos a ACIJU tem acompanhado

> o número de associados; parcerias sólidas; projetos de capacitação às empresas; apoiadores e patrocinadores; o leque de produtos e serviços oferecidos; a divulgação do polo em âmbito nacional; e sua representatividade no desenvolvimento econômico e social de Juruaia. A ACIJU acredita no futuro empresarial de Juruaia (José Antônio da Silva, p. 2, 2021).

A ACIJU é a detentora da Felinju. José Antônio foi funcionário e presidente da instituição e em várias edições, fez parte da organização da Felinju. Atualmente, é Secretário de Indústria e Comércio de Juruaia. Sua narrativa apresenta o posicionamento de um gestor municipal sobre a associação. Estima-se que a

produção e comércio de *lingerie* em Juruaia seja constituído por cerca de 5 mil trabalhadores. Contudo, não existe no município uma associação destes trabalhadores, instituição existente somente em Passos e Poços de Caldas (José Antônio da Silva, 2021).

Em reunião no dia 6 de setembro de 1997, na Câmara Municipal de Juruaia, foi criada a ACIJU [7]. Em sua ata de inauguração, a primeira presidente da instituição, Rosana Aparecida Marques, afirmava que:

> visto que na atual conjuntura sociopolítica e econômica, pela qual o país e as classes comerciais e empresariais atravessavam devem estar organizadas e unidas para enfrentarem as dificuldades muitas vezes impostas por decisões contrárias aos interesses da classe, devendo assim buscar soluções que possam trazer benefícios aos empresários e toda a comunidade. É de grande importância a colaboração e a união de todos para a continuidade dessa tarefa" (Ata 01/1997 de 06/09/1997).

Rosana Aparecida Marques referiu-se à adoção de políticas econômicas no Brasil frente a problemas econômicos além das fronteiras nacionais, mas que nos impactaram. Em um quadro de instabilidade econômica que se iniciou nos países chamados de "Tigres Asiáticos" em 1997, que presenciaram uma fuga de capitais após adotarem flutuação de câmbio em relação ao dólar[8]; nosso país, à época comandado por Fernando Henrique Cardoso, teve de responder à possibilidade de crise com a elevação da taxa de juros, justamente para impedir a fuga de capitais, o que promoveu uma forte desaceleração da economia brasileira: com empresas tendo dificuldades de financiamento de seus negócios e postos de trabalho sendo extintos. Para cidades de médio porte, como Juruaia, os efeitos foram perceptíveis.

Em ata número 2, no dia 22 de setembro de 1997, a presidente da ACIJU, Rosana Marques, aponta que o objetivo da associação era a defesa dos interesses

[7] Estavam presentes na reunião: Marta Lara, Nilva Machado Trindade, Cuza Machado de Rezende, Neuza Prado de Rezende, Almira Aparecida Goncalves de Rezende, Jair Machado, Wanderley dos Reis e esposa, João Caros Sorio e esposa, Daniel Rezende filho e esposa, Sandra Salomão Barone e filha, Edson Luiz de Oliveira e esposa, Sideney Marques, Celso do Carmo Piza e esposa, João Batista Silva, Rosana Aparecida Marques, Ozana de Oliveira, Euroni Antonio dos Reis, Maria Auxiliadora Rezende Flauzino, Lauro Nogueira, o ex-vice-presidente da FEDERAMINAS – Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado de Minas Gerais, Expedido Ribeiro Souza, supervisora da agência dos Correios de Guaxupé (Ata 01/1997 de 06/09/1997).

[8] O mercado cambial é operado por meio de taxas de câmbio – a relação entre moedas de diferentes países. Na crise de 1997, a relação do baht tailândes em relação ao dólar estadunidense foi a afetada, com a última se sobrepondo em detrimento à primeira.

da economia de Juruaia. Além disso, tinham como norte defender, amparar, orientar e instruir os empresários membros. Assim, discutiu-se a criação de um Serviço Central de Proteção ao Crédito; a forma de associação de outros membros à associação; os direitos e deveres dos associados; a busca por tarifas postais mais baixas e o catálogo de serviços prestados aos sócios. Desde o início com o apoio do Poder Público Municipal, este exigia dos membros divulgação do nome da cidade nas ações e pleno empenho dos associados na constituição da ACIJU, ao que a Presidente ressalta:

> foi bastante frisado um número razoável de associados para haver a união e maior empenho das empresas, porque a prefeitura só dará apoio se houver essa união, podendo assim divulgar o nome de Juruaia, como em propagandas, exposições de produtos e mais (Ata 02/1997 de 22/09/1997).

Felinju: Um breve contexto das transformações das feiras

Como outros bens culturais imateriais, as feiras passam por transformações. Em cada contexto e espaço, o bem possui significados e funções específicas, que acumulam valores de sua época, com novas demandas e mudanças próprias do contexto e do tempo atuais. Luciana Gonçalves de Carvalho afirma que

> [...] compreender e respeitar o movimento próprio às expressões populares é fundamental. Considerando sua própria dinâmica, sabemos que não é possível, por efeito de política alguma, imobilizar e condenar à mera repetição o património vivo representado pelos conhecimentos e práticas populares, sempre, ao mesmo tempo, costumeiras e inovadoras (CARVALHO, 2004, p. 46).

A autora aponta para a impossibilidade de imobilizar a “reprodução” de um bem cultural. O patrimônio cultural também diz sobre a ação, sua forma de expressar, viver e pensar. Com o tempo esses verbos de ação humana atuam frente outras demandas e mudanças estruturais. A ressignificação do patrimônio nada mais é do que essa capacidade costumeira e inovadora de adaptação. O patrimônio cultural é capaz de demonstrar os interesses da humanidade e demonstram elementos estruturantes da vivência.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

A historicidade e os significados do bem cultural são tecidos em narrativas, discursos e atribuição de valor ao bem. Para compreender um bem cultural faz-se necessário este novelo, linha por linha, relacionando com cada período de vivência do mesmo. Neste sentido, faz-se necessário compreender a importância da feira como manifestação comercial, cultural e social que a constituiu por meio dos processos históricos. A feira é um fato social que caracteriza uma das primeiras manifestações comerciais que viriam a constituir o mercantilismo (MONIZ, 1989). Mesmo que associemos a este as transações comerciais, contudo, as feiras já eram utilizadas antes mesmo dos Estados absolutistas e do processo de expansão ultramarina.

Entre 1278 até 1325, o reinado de D. Dinis, em Portugal, já fomentava a criação de “feiras franquiadas” e fortalecia as feiras existentes. Em um sistema de privilégios e regalias, foram criadas regras e escolhidas localidades específicas para o funcionamento das mesmas. Uma das regras era a chamada “paz de mercado”, política que consistia na regulamentação de segurança nos dias de feira: em Évora, por exemplo, ficou proibida a perseguição a mercadores mulçumanos que ali comercializavam (FREITAS, 1977). Desde o período, comumente identificado como Idade Média, percebemos a intervenção monárquica. O objetivo era o abastecimento e fomento das feiras:

> Eu, D. Dinis, pela graça de Deus rei de Portugal e do Algarve, escrevo: A quantos esta carta lerem, faço saber que mandou fazer feira na minha vila de Santarém e que a comecem a fazer primeiro dia de abril e dure até primeiro dia de junho e assim cada ano. E todos aqueles que a essa feira vierem, seja para vender ou para comprar, sejam seguros de ida e de vinda e de estadia. Mando que todos aqueles que a essa feira vierem com suas mercadorias que não paguem a mim pedágios nem outras taxas (FREITAS, 1977, p. 156).

Neste decreto de regulamentação e de estabelecimento de condições de funcionamento e segurança da feira em Santarém, Portugal; se percebe o favorecimento do monarca em atrair os feirantes para a localidade: forma que poderia ser alcançada com a isenção de taxas e garantia de segurança. Esta última revela em que condições os mercadores estavam submetidos durante o transporte das mercadorias, além de revelar que a circulação de produtos era taxada pela realeza.

Contudo, registros nos indicam rotas comerciais importantíssimas para o comércio desde a história da África antiga. As grandes caravanas com mercadorias saíam da África subsaariana e se espalhavam pela Costa da África, quando, “em meados do século II, grande parte da costa da África oriental e pelo menos uma porção do corredor do Pangani tinham sido incorporadas ao sistema do comércio internacional” (SHERIFF, 2010, p. 622). O comércio de mercadorias estreitou o distanciamento entre continentes. Portanto, essas primeiras manifestações de trocas materiais e culturais são particularmente essenciais para explicar as modificações que as feiras sofreram durante os séculos.

As feiras são carregadas de diversas motivações para sua realização. São erguidas por motivos de comemorações, de festividades religiosas, de tradição local e até mesmo abastecimento interno (MONIZ, 1989, p. 202). As feiras no Brasil participam de diversos segmentos e especialidades: algumas duram dias e ocorrem anualmente, outras ocorrem semanalmente com seus dias específicos para a realização. A ocorrência da feira depende dos produtos que são comercializados e da sua localidade, outro fator é a demanda social. Assim, as feiras se manifestam de acordo com o *locus* em que se encontram e reproduzem o cotidiano desse lugar, sendo fundamentais para o abastecimento interno das cidades.

Tal como as conhecemos hoje no Brasil, as feiras foram constituídas a partir a partir de 1904 no seio do processo de modernização do varejo. Contudo, ganharam força a partir de 1960, quando o avanço de vendas de varejo por meio dos supermercados alastrou-se pelo país. Mesmo com esse concorrente, as feiras continuam vivas (MASCARENHAS; DOLZANI, 2008), proporcionando espaços de sociabilidade, que moradores locais e até mesmo de outras cidades visitam. Além disso, a ida às feiras não é somente um momento de adquirir produtos necessários, mas também um momento de lazer: famílias vão à feira no intuito de passear, experimentar comidas novas e diversas, conversar; enfim, saírem de sua rotina.

A variedade de artigos é outro aspecto particular de cada feira: pode-se encontrar nelas roupas, sapatos, animais, hortaliças e demais produtos alimentícios. O espaço, portanto, onde se dispõe a feira demonstra o local onde existe a necessidade de que elas atuem. No caso de Juruaia, seu comércio de *lingerie* demanda o espaço de venda da Felinju, ou seja, uma feira especializada neste setor.

É neste espaço onde circulam saberes locais e práticas cotidianas (CERTEAU, 1994) entre costureiras, empreendedores (as) e a população, promovendo desde suas primeiras conformações sociabilidade, sustentabilidade ambiental e difusão cultural.

Para Michel de Certeau (1994), lugar é o espaço que se constrói culturalmente a partir dos significados que este possui para a sociedade estudada e, portanto, espaços geográficos que conferem sentido e possuem um valor simbólico por fatores ligados à história da sociedade, às suas origens, à sua formação. Estes podem ser os mais diversos: a casa da avó; lugares onde vivenciamos sentimentos; períodos específicos da vida; momentos marcantes; cores, cheiros, gostos e paisagens que causaram um sentimento de identidade; espaços estes associados às memórias individuais ou coletivas, onde existem uma parte de nós. Neste sentido, a Felinju comunga dessas características: para alguns um local de trabalho e troca de conhecimentos; para outros um espaço de lazer. O sentimento de identidade está presente em narrativas de costureiras, as quais viram suas mães trabalhando em confecções de *lingerie.*

As feiras são ainda lugares que proporcionam trocas culturais, desenvolvimento da economia interna e fomento de práticas e costumes tradicionais. Dessa maneira, as feiras carregam uma relação direta com os valores sociais da sociedade em que estavam inseridas, nos mostrando as posturas político-administrativas, os costumes, os valores morais e éticos da localidade, o que as tornam centros culturais imprescindíveis para se conhecer uma sociedade. Por isso, a necessidade de estudá-las e preservá-las como um Patrimônio Cultural. Esta breve análise realizada sobre a Feira de Santarém nos serve de modelo ao que pretendemos investigar e documentar sobre a Felinju, feira que diz muito sobre a história e as práticas cotidianas da cidade de Juruaia.

A 1º edição da Felinju – Feira de *lingerie* de Juruaia foi inaugurada em maio de 1998. Segundo João Batista da Silva, sua foi um sucesso e extrapolou expectativas. A partir de então, o evento foi consolidado, contando inclusive com a contribuição do político Aécio Neves deputado federal, governador e senador por Minas Gerais e sua irmã Andreia Neves, que juntamente a João Batista, possibilitaram a realização de cursos de qualificação a costureiras, estilistas e vitrinistas na FUNREI – Fundação de Ensino Superior de São João del-Rei (hoje UFSJ – Universidade Federal de São João

del-Rei)[9]. Segundo o ex-secretário, mandatos posteriores àquela gestão também incentivaram ações para a consolidação do setor: “aquilo que era um sonho lá atrás se transformou em realidade e extrapolou toda a imaginação que tínhamos de se tornar o que se tornou” (João Batista da Silva, 2021).

João Batista afirmou ser um dos membros do grupo que idealizou o título de Capital da *Lingerie* para Juruaia: embora houvessem reivindicações de outros municípios pelo título, contudo, Juruaia se consolidou por seu destaque no setor. Segundo o ex-secretário geral, os anos de 2001 a 2003 foram os mais promissores para o município: os maiores da região e do Estado, com aberturas de empresas, geração de emprego e renda, crescimento de números de agencias do Correio e Banco do Brasil. Na visão da municipalidade, o objetivo não era somente a geração de emprego, mas que a comunidade estivesse ativa no mercado de trabalho. Sendo assim, as oportunidades de trabalho eram aproveitadas até mesmo por universitários, já que não era necessário sair do município para encontrar empregos qualificados. Juruaia, segundo o ex-secretário, era uma cidade capacitada numericamente com relação à tecnologia, sendo a cidade da região com mais máquinas de computadores (João Batista da Silva, 2021).

Rosana Marques, 1º presidente da ACIJU, conta que Juruaia era um município predominantemente agrário, com atividades pontuais de avicultura e atividade leiteira. Ela relata que as costureiras “como nós empresários, aprendemos fazendo com os acertos e erros. E as vendas eram na consignação e muito para estudantes que precisavam de uma renda para custear seus estudos” (Rosana Marques, 2021). A logística das vendas explicada por Rosana era a seguinte: em um comércio local e pequeno, o qual era abastecido por costureiras locais, a ligação entre as produtoras das peças e os clientes era feita por estudantes mulheres, às quais recebiam por este trabalho de vendas das peças e com os valores pagavam as mensalidades de seus estudos. De uma não-profissionalização feminina a um processo institucionalizado, as vendas antes da realização da Feira e das lojas eram realizadas de porta em porta pelos produtores; o que, com a criação da ACIJU, foi modificado: idealizaram-se

[9] A FUNREI – Fundação de Ensino Superior de São João del-Rei foi fundada em 1987 e se tornou Universidade Federal Universidade Federal de São João del-Rei, em 2002.

novas formas de se estruturar vendas e se distribuir produtos, além de se realizar investimentos em capacitação e conhecimento ao empresariado, que logo iniciou um processo de idealização e aprimoramento de seus negócios (ACIJU, 2021). Alguns nomes foram apontados como os primeiros idealizadores da Felinju: a ex-presidente da ACIJU, Rosana Marques; Dinha, Nilva Trindade, João Paraná e Dadola (José Antônio da Silva, 2021). Tânia Mara completa citando o nome de outro colaborador, o então prefeito Celso do Carmo Marques (Tânia Mara Rezende, 2021).

As primeiras edições eram simples: realizadas em um antigo galpão de festas, na antiga piscina de Juruaia e compostas por stands modestos (Tânia Mara Rezende, 2021). A primeira edição ocorreu em 1998, com cinco patrocinadores. Hoje, com 23 anos de feira e 24 edições, o número de patrocinadores saltou para mais de 10 instituições (Rosana Marques, 2021). As primeiras edições ocorreram no pátio da Barraca de Festas e na antiga piscina de Juruaia. Em 2014, a Feira transferiu-se para o ginásio poliesportivo, e hoje ocupa o Expoju - Centro de Eventos Ilka Junho Anastasia (José Antônio da Silva, 2021). Segundo o ex-secretário Geral de Juruaia, o início foi muito difícil: os desfiles eram divulgados a partir de convites feitos pelas próprias moças do município, as mídias eram pequenas, mas por ser assessor à época, contava com veiculação em canais de TV, o que possibilitava anúncios mais significativos sobre a realização da Feira (João Batista da Silva, 2021). Quando questionado se o projeto demonstrava características do modo de viver em Juruaia, o gestor municipal pontuou:

> Sim, com certeza. É do meu conhecimento que até meados de 1990 Juruaia era um município completamente dependente do agronegócio e pecuária, com tendência para ser mais uma típica cidade do interior de Minas Gerais. Com a abertura das primeiras empresas do segmento de moda intima, o povo de Juruaia se viu diante de uma nova oportunidade e abraçou-a. Em 1997, já com várias industrias e comércios evoluindo surgiu a necessidade de se organizarem de maneira mais eficaz e produtiva, surgindo assim a ACIJU. E já em 1998 aconteceu a primeira Felinju, transformando e posicionando Juruaia, definitivamente, como a Capital da *Lingerie*. A partir daí a Felinju se tornou o cartão de visita de Juruaia, divulgando e prospectando novos clientes de localidades cada vez mais distantes e impulsionando todo o setor em Juruaia e até mesmo cidades vizinhas. A Felinju tornou-se um dos principais combustíveis para o motor do desenvolvimento econômico e social de Juruaia, atraindo a atenção e interesse de novos empresários e empresárias, com a abertura de novos negócios e mais postos de trabalho, gerando assim

> mais empregos e uma melhor distribuição de renda durante todo o ano (e não somente em épocas específicas, como acontece no agronegócio, por exemplo). Por estes motivos, considero que a criação e realização da Felinju foi um divisor de águas em Juruaia, além de ter se tornado um patrimônio em constante desenvolvimento e evolução (José Antônio da Silva, 2021, p. 2-3).

Os produtos comercializados na feira incluem moda intima em geral (*lingeries*, cuecas, pijamas, moda praia, moda fitness, linha noite, sex shop); moda em geral (roupas, acessórios e calçados); matéria prima (bojos, embalagens, maquinas e tecidos) e o setor de prestação de serviços (ERPs, sistemas e ferramentas em geral). Algumas empresas locais comercializam seus serviços como alimentos, floricultura, decoração, moda e vestuário, bebidas, além de se oferecer serviços bancários (José Antônio da Silva, 2021; Tânia Mara Rezende, 2021).

A família José de Oliveira Maria tem como base a produção de *lingerie*. Sua esposa, Maria José Gomes de Oliveira, trabalhou durante anos nas primeiras confecções de Juruaia. Atualmente, o casal coordena a produção de uma empresa de confecção de *lingeries* com mais de 50 colaboradores. O comércio de José e Maria de Oliveira é a única fonte de renda da família, além de manter as famílias dos colaboradores. O casal aproveita a Felinju para também comprar produtos e revender, aproveitando para adquirir os lançamentos e estoque para todo o ano (José de Oliveira Maria, 2021).

Algumas narrativas apontam para a genética empreendedora e identitária da população de Juruaia:

> Por conta do seu DNA empreendedor, dedicação, foco e garra para trabalhar, independentemente dos entraves edificuldades enfrentadas ao longo do caminho. A persistência, criatividade, ousadia e a inovação foram fundamentais para que Juruaia chegasse onde está hoje, um polo em constante transformação e ascensão (José Antônio da Silva, 2021, p. 2).

Este argumento parece tem como objetivo legitimar a identidade empreendedora a comunidade juruaiense. Esta narrativa desta relacionada ao questionamento se o município de Juruaia é considerado a cidade das *lingeries*, como é conhecida popularmente entre o senso comum e tradição local. A fala do

entrevistado destaca a incorporação e apropriação desta característica não só culturalmente, mas até mesmo fisicamente.

Já outra narrativa complementa a perspectiva cultural em considerar Juruaia como a cidade das *lingeries.*

> houve uma cultura de costura de *lingerie* que foi implantada por 2 empresas que aqui se instalaram e quando elas fecharam deixaram experiência das costureiras que foram montando suas empresas de forma informal até que as experiências foram compartilhadas com outras mulheres e várias pequenas empresas foram se formando. Com o passar dos anos, inspiradas por essas mulheres várias outras iniciaram suas confecções e a cidade ficou conhecida como pólo da *lingerie* de qualidade. E depois que a Felinju foi realizada ajudou a fortalecer ainda mais a imagem do pólo (Tânia Mara Rezende, p. 11, 2021).

Esta narrativa contribuiu para compreender o título de “cidade das *lingeries*” como resultado da historicidade do município e como elemento cultural. Além disso, pontua sobre a importância do trabalho das mulheres na confecção e das empresas informais por elas montadas. É o que podemos observar na história de Luciene Silva Lopes,

> Minha família não é do ramo da *lingerie*. Eu iniciei em parceria com uma amiga, há 16 anos atrás. Costurávamos em casa para algumas empresas, depois de um tempo resolvemos que cada uma seguiria por si só. Então recebi convite de uma empresa para ser gerente de produção, ela fabricava pijamas e eu me apaixonei por esse segmento, tomava conta da produção, ajudava nas máquinas, fazia criação e modelagem. Lançamos as bonecas para acompanhar os pijamas infantis, o qual foi um sucesso. A empresa era a Stillo, pertencia a 2 sócios, alguns anos depois eles separaram as empresas, pois tinham em sociedade a empresa Art Screen de fabricação de bojos e embalagens, e eu fiquei com o dono da Art Screen, que visando outros empreendimentos abriu parceria com uma confecção no seguimento linha noite e conjuntos de calcinha e sutiã. Fiquei um tempo com eles, mas meu foco era a malharia. Saindo dessa empresa fui trabalhar na Encanto D’lamore que fabricava pijamas. Um tempo depois meus filhos já não tinham idade para ficar na creche, e eu não tinha com quem deixar, me vi obrigada a voltar a costurar em casa. Hoje tenho minha facção de onde tiramos a maior parte da renda familiar. Presto serviço para várias empresas da cidade e sou muito grata a todos os investidores do ramo (Luciene Silva Lopes, 2021).

A história de trabalho de Luciene nos traz diversos elementos importantes: como são os segmentos na indústria de *lingeries*, sobre a narrativa de uma mulher dentro desta indústria e a construção de uma facção. Podemos perceber que Luciene

tinha preferência em trabalhar com pijamas, o que ela chama de malharia no relato. A colaboração da costureira é importante por nos trazer todo este universo da indústria de *lingerie* de Juruaia. Em um primeiro momento podemos entender este mercado e seus trabalhadores como um só. Contudo, o relato de Luciene nos ensina sobre as especificidades de cada empresa e seus segmentos. Além disso, podemos observar sua preferência de atuação no mercado. Outro elemento norteador sobre o relato de Luciene é o quanto seu papel como costureira perpassa do campo privado, da indústria para o privado, seu lar. Percebe-se que Luciene, no campo da vida social da indústria têxtil, esteve presente como costureira e em outros cargos. Contudo, as condições de trabalho mudaram de acordo com as demandas da vida pessoal de Luciene. O relato da costureira é importante para compreendermos as condições de trabalho que a produção da vestimenta está envolvida, tal como Fernand Braudel ao dizer que entender as condições de trabalho é um dos elementos que viabiliza estudar a vestimenta (BRAUDEL, 2005). Para além disso, considerando a Felinju como Patrimônio Cultural, nos é caro compreender as diversas memórias relacionadas a este bem patrimonial como base construtora da indústria de Juruaia, considerando então os relatos da costureiras. Neste sentido, observamos no relato de Luciene os desafios em ser mulher e mãe. A mesma se viu motivada a atuar em casa, informalmente, para atender as necessidades que lhe foram impostas como mãe e costureira/trabalhadora. A facção foi uma das formas de trabalho apropriadas pela costureira, a qual tercerizou sua mão de obra, atendendo empresas no polo.

A ACIJU possui parcerias com a Prefeitura e Câmara de Vereadores para realização da Felinju. A colaboração é feita por meio de incentivo técnico e financeiro para a feitura das edições da feira (José Antônio da Silva, 2021). Tânia Mara Rezende aponta que o município é um dos maiores apoiadores do evento, desempenhando função logística e limpeza dos espaços onde ocorre a feira. Assim, os incentivos para sua realização, em cerca de 40%, são advindos do patrocínio público, e 50% do setor privado (Tânia Mara Rezende, 2021). A ACIJU possui também patrocinadores, incentivos governamentais municipais e conta ainda com o trabalho humano de cada empresa. Mesmo não sendo idealizadoras da Felinju, a Toque Brasil também atua para o desenvolvimento do polo como um todo.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Juruaia ganha associação de comércio e indústria

A ACIJU - Associação de Comércio e Indústria de Juruaia, é uma conquista do município e tem por objetivo trabalhar apoiando o comércio local. A entidade foi fundada no mês de setembro de 97, com total apoio da Prefeitura Municipal. A presidência foi ocupada pela competente e dinâmica empresária Rosana Aparecida Marques. Durante entrevista, ela falou do trabalho da diretoria, da integração do comércio local e dos planos para 98. A empresária atua no comércio há 11 anos, com grande experiência no atacado e varejo.

Rosana afirmou que está enfrentando um grande desafio. Inicialmente, é necessário um trabalho de conscientização entre os empresários. Apesar das dificuldades, o trabalho caminha dentro da normalidade.

A ACIJU, segundo sua presidente, a iniciativa surgiu em 95 através da Escola de Contabilidade. Para tanto, houve também o apoio do SEBRAE. A entidade foi criada devido à necessidade de fortalecimento da classe empresarial de Juruaia. Tanto no setor de compras e vendas, quanto na área de consultas.

Hoje, a Associação de Comércio e Indústria trabalha com o apoio da prefeitura local. Tanto que funciona utilizando uma sala e telefone da prefeitura O SEBRAE presta as orientações necessárias.

Quanto à adesão dos empresários locais, Rosana informou que a entidade já conta com 60 associados. Portanto, a grande maioria dos comerciantes está confiando e acreditando na importância da ACIJU. A Associação colocou em funcionamento o serviço de SPC, desenvolvendo campanhas para auxiliar o comércio local, programando uma feira de lingieri e lançando uma campanha de cadastramento dos estabelecimentos comerciais.

A empresária Rosana é a presidente da ACIJU

Juruaia hoje é conhecida como "Capital da Lingieri". O município conta com cerca de 35 indústrias de lingieri devidamente legalizadas. Todas aderiram à Associação de Comércio, apoiando o trabalho. Rosana destaca também o apoio do prefeito municipal, Celso Marques. Existe também o incentivo da ACIG - Associação de Comércio e Indústria de Guaxupé, através de sua diretoria.

Conforme Rosana, a maior reivindicação dos comerciantes locais é um efetivo atendimento pelo SPC. Isto porque a inadimplência é o maior problema do comércio e indústria. Está sendo feito um cadastramento completo na cidade, colhendo dados para prestar o bom atendimento de consulta aos comerciantes.

DIRETORIA

Além de Rosana como presidente, a diretoria ainda é composta por João Batista da Silva (vice-presidente), Oroni dos Reis (tesoureiro) e Maria Auxiliadora Rezende (Secretária). O atendimento no período comercial é feito pela secretária Marilene da Silva.

Rosana convoca os comerciantes que ainda não se cadastraram a integrarem a ACIJU. Como também a acreditarem, participando e sugerindo para que o trabalho possa crescer em benefício de todos.

Legenda: Matéria Jornalística sobre a criação da ACIJU – Associação Comercial e Industrial de Juruaia. Fonte: Arquivo ACIJU – Associação Comercia e Industrial de Juruaia, 1997.

Com a criação da associação, foi possível construir a base para a primeira edição da Felinju – Feira de *Lingerie* de Juruaia (João Batista da Silva, 2021). Das 300 confecções de Juruaia, 120 são associadas à ACIJU recebem o suporte de produtos, serviços e parcerias por meio da associação. Com a divulgação em eventos e campanhas feitas por ela, o trabalho das confecções associadas é impactado de forma a proporcionar visibilidade. Segundo a ACIJU, a associação de membros é importante para agregar informações aos empresários, credibilidade ao trabalho e potencial de crescimento e expansão produtivos. A associação é mantida exclusivamente das mensalidades pagas pelos associados. Quando questionada sobre a não associação de algumas empresas à ACIJU, a entidade aponta que as empresas que não optaram pela não associação geralmente estão iniciando o negócio há pouco tempo, ou por falta de informação ou iniciativa (ACIJU, 2021).

ACIJU e Felinju:

A ACIJU é a entidade promotora da Felinju. Seu trabalho é planejar, organizar, divulgar, fazer o trabalho de captação de expositores, patrocinadores e parceiros. Ou seja, a estrutura do evento, sua promoção e realização são realizados pela associação. Na edição do ano de 2019, última exposição presencial, participaram 80 estandes de produtos. Estes estandes são essenciais para a estrutura da Felinju, já que por meio da taxa cobrada por metro, são feitos os investimentos na mesma. Cerca de 60 produtores de *lingerie* expõem em cada edição da Felinju e todo o trabalho de montagem física, divulgação do evento são ações terceirizadas pela ACIJU.

Os patrocinadores são estruturantes para a realização da Feira. Cerca de 10 grandes parceiros em cada edição são necessários para que a Felinju ocorra. Dentre os investidores podemos destacar duas categorias: o poder público e iniciativa privada. O poder público é representado tanto a nível municipal e estadual, com o apoio da Prefeitura, Câmara dos Vereadores, Secretarias, órgãos estaduais e Governo de Minas. Segundo a ACIJU, o poder público é um dos principais parceiros da associação e da Felinju. A ajuda está diretamente relacionada aos recursos financeiros, técnicos e institucional. A participação da prefeitura é outro elemento estruturante, já que sem a prefeitura o evento não se realizaria, tanto de forma presencial como online. No âmbito privado são representativas as parcerias estabelecidas por entidades empresariais como SEBRAE – Serviço Brasileiro de

Apoio às Micro e Pequenas Empresas e FIEMG – Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais. Os prestadores de serviços terceirizados são escolhidos por meio das comissões, diretoria ou equipe da ACIJU. As últimas edições presenciais tiveram um custo de R$400.000,00. Já as edições online cerca de R$200.000,00. A ACIJU não possui fins lucrativos com a Felinju, sendo os lucros revertidos para o próprio evento e suas futuras edições.

Cerca de 20 mil pessoas frequentam o evento anualmente, entre clientes e visitantes. Devido à pandemia de COVID-19, a feira ocorreu em 2020 e 2021 de forma online. Os valores arrecadados pelas vendas variam; contudo, em torno 5 milhões de reais no ano de 2020. Segundo José Antônio da Silva, a movimentação no município se dá graças à divulgação realizada e à atenção às novas peças e coleções (José Antônio da Silva, 2021).

Dados Felinju[10]	
Número de feirantes:	Cerca de 70 participantes
Edições:	24 edições
Última arrecadação (2020):	5 milhões
Frequentadores (compradores e visitantes)	15/20 mil pessoas
Empresas formais e não formais:	300
Empregos:	5 mil
Duração:	3 a 4 dias
Incentivos:	40% públicos e 50% particulares

A preparação dos expositores também é essencial para a realização da feira. Tereza de Fátima Barbosa Miranda, empreendedora e idealizadora da empresa de produção de *lingeries*
relembra que sua primeira exposição na Felinju foi em 2016, na 19º edição do evento. Esta participação da empresa Tereza Miranda, na Felinju, foi possível após uma estratégia de crescimento empresarial, desempenhando funções no setor estratégico da empresa no município de Juruaia. Tereza Miranda afirma que para exposição na Felinju acontecer ocorrem passos essenciais para o resultado final. Primeiro é feito o desenvolvimento da coleção. Após idealizada e fabricada, ocorre a preparação para o lançamento, o qual é feito alguns dias antes da Feira. Ou seja, a Felinju tem impacto

[10] Dados fornecidos pela ACIJU – Associação Comercial e Industrial de Juruaia.

tão relevante que são criadas coleções especiais justamente para compor os stands do evento. Para além da produção das peças ocorre a construção da imagem da empresa. Neste âmbito são pensados e escolhidos a decoração, os móveis e novos uniformes para a equipe. A padronização da empresa é essencial para fortificar a identidade do produto e da marca. Além disso, há o treinamento para vendas. Segundo Tereza Miranda, durante a realização da feira, o foco da equipe é voltado totalmente para o atendimento ao cliente, todos os procedimentos têm como objetivo garantir o sucesso das vendas. Hoje Tereza Miranda cuida exclusivamente do setor estratégico de sua empresa (Tereza de Fátima Barbosa Miranda, 2020).

Outras associações: Toque Brasil

Em 2008, o SEBRAE incentivou para que as micro e pequenas empresas de Juruaia de construíssem uma identidade ao grupo de empresários. Por meio de reuniões semanais entre empreendedores, foi idealizada uma associação com o objetivo de fomentar benefícios, organizar e facilitar a ação dos que nela estivessem associados. Atualmente, existem 20 marcas associadas à Toque Brasil, sendo beneficiadas por meio de compras conjuntas, negociações em grupo com prestadores de serviços, divulgação das marcas, acesso à capacitação, cursos, palestras e oportunidade de participação em outras feiras. Segundo seu atual presidente, Daniel José Marques,

> Nós [da Toque Brasil] participamos em feiras em São Paulo, com as 20 marcas juntas. Foi uma grande estrutura com estandes gigantes, os quais foram comprados com o caixa da Toque Brasil. A Toque Brasil é uma associação sem fins lucrativos. Ela possibilita parcerias com: Minas Bojo, transportadoras de frete entre outros serviços. Algumas das empresas que temos parcerias são patrocinadoras da Toque Brasil. Elas pagam um patrocínio para que a Toque desenvolva ações. Inclusive a Toque Brasil promove ações sociais e marketing, por meio dos patrocínios. Vale ressaltar um detalhe importante, no final de 2019 o prefeito reconheceu a Toque Brasil como instituição com função social, reconhecido pela Câmara e pela Prefeitura. Este reconhecimento se deu porque a Toque Brasil foi responsável por organizar junto com a Prefeitura, a Câmara e com a Secretaria de Desenvolvimento uma ação que culminou no projeto “Juruaia”. A Toque teve uma participação muito importante na organização e no engajamento. Esse foi um ato que nos deu reconhecimento púbico. A associação Toque Brasil já teve mais de sete presidentes. Cada um

> teve a própria forma de agir e desenvolver o grupo. Contudo, todos com a mesma missão de gerar negócios (Daniel José Marques, 2021).

Na narrativa do presidente da Toque Brasil podemos compreender como é feito o engajamento entre poder público e empresarial em Juruaia. Esta negociação entre as associações e o poder público é um elemento essencial para a realização do empreendedorismo na cidade. De maneira efetiva, Daniel José Marques aponta que,

> a Toque Brasil possui várias ações simultâneas. Estamos desenvolvendo uma ação social com a parceria do hospital do câncer de Passos. Nós confeccionamos um tag exclusivo para o hospital. As tags serão aplicadas nas peças de *lingerie* das 20 marcas, em um primeiro momento serão 10 mil unidades de tags. Serão distribuídas nesta quinta-feira (17/06/2021). A Toque Brasil promove rodadas de negócios. Essa semana, na quinta feira, nós vamos participar de uma rodada de 10 toneladas de microfibra. No mês passado tivemos uma rodada de fechos para *lingerie*, foram mais de 100 mil reais de compra em fechos em compra online. No mês anterior tivemos uma rodada de negócios de viés mexico, foram mais de um milhão de metros de viés mexico que compramos na rodada virtual da Vaniti. Nós fazemos simultaneamente várias ações: cursos, idas em eventos, dentre outras ações (Daniel José Marques, 2021).

Estas ações efetivas da associação impactam direta e indiretamente na Felinju, já que algumas marcas associadas à Toque Brasil também participam da feira.

Transformações em tempos pandêmicos:

As últimas edições da Felinju foram feitas no Expoju - Centro de Eventos Ilka Junho Anastasia. Em 2019, os primeiros casos de COVID-19 começavam a surgir na Europa. Contudo, até àquele momento foi possível realizar a feira presencialmente. Com o avanço pandêmico que se arrastou pelo continente americano, causando grande impacto a todas as atividades que tivessem como base a aglomeração de pessoas, a Felinju foi reformulada, passando-se a considerar o distanciamento social de forma a evitar o contágio das pessoas. Foi necessário idealizar um evento online, para que houvesse a continuidade da feira.

Segundo a ACIJU,

> A transformação da Felinju em um evento online em 2020 somente foi possível graças à organização e planejamento das empresas de

> Juruaia para as vendas por meio da internet, não apenas por redes sociais, mas também por sites bem produzidos e lojas virtuais otimizadas e com foco no cliente atacadista. Desde meados de 2010, as empresas de Juruaia já investiam na presença digital, aprimorando seus sites e tecnologias de contato com os clientes. Por mais que as empresas tenham investido em lojas físicas e eventos presenciais nos últimos anos, sempre houve a preocupação com a presença e otimização na internet (ACIJU, 2021).

Esta foi a maneira encontrada para sanar demandas de vendas. As *lingeries* continuaram a ser produzidas, vendidas e difundidas por meio do evento online. Em 2021, a Felinju realizou sua segunda edição online, devido o prosseguimento da propagação do vírus no Brasil.

Impactos da Felinju em Juruaia:

A Felinju impacta produtores, empreendedores e o município de Juruaia. Além disso, contudo, o evento tem capacidade de impactar e demonstrar a identidade e história de vida de indivíduos da comunidade. Para este dossiê buscaremos compreender os diversos âmbitos que o evento da Felinju impacta na cidade: cultural, econômico, social, relação com cidades circunvizinhas, os empreendimentos e história local e memória da comunidade. O empreendedor José de Oliveira Maria considera que a importância da feira está relacionada à capacidade de colocar em evidência o município, além de gerar empregos durante todo o ano. Segundo ele, a Felinju atrai compradores dos artigos produzidos no município e, com o primeiro contato, os visitantes da feira tornam-se clientes durante todo o ano dos produtos de ali vendidos (José de Oliveira Maria, 2021). A Felinju ocorre de 3 a 4 dias no mês de maio, contudo, impacta toda uma cadeia de produção e planejamento de quase um ano.

A fonte de renda de Tereza de Fátima Barbosa Miranda está concentrada no mercado de *lingeries*. Em sua empresa ela pode empregar seus dois filhos, sobrinhas e afilhadas. Entretanto, especificamente sobre a Felinju a empreendedora afirma que a feira é importante para expor o polo de Juruaia, ou seja, demonstrar a produção das indústrias de *lingerie* do município como um polo de mercado. Pontua ainda que todos são impactados pela feira, sendo expositores ou não. Com isso, Maria Tereza sinaliza

para um elemento essencial da Felinju: a feira representa um mercado que chama a atenção de compradores, turistas e visitantes. Estes agentes são essenciais, já que se utilizam da infraestrutura e recursos do município. É neste sentido que outros setores são impactados com a realização da feira. Para Tereza Miranda, é um orgulho estar entre as marcas do mercado de *lingerie* de Juruaia, uma realização pessoal e profissional para empresária. Ela afirma, todavia, que financeiramente não há um impacto significativo nas vendas com a Felinju: o diferencial está nos negócios que são fechados a partir dela.

Já vida profissional de Tânia Mara Rezende é marcada por teve impactos na área do trabalho motivadas pela feira. Há 16 anos atua como empreendedora na área de produção e venda de *lingeries*. No total têm 25 anos de experiência no setor. Desde 2006, ou seja, há 15 anos Tânia Mara expõe seus produtos na Felinju. Iniciou sua carreira como costureira, mas se tornou empreendedora em 2005. O convite para expor na Felinju ocorreu por parte da ACIJU. Sua rotina de trabalho geralmente cumpre a carga horária de 10h de trabalho, nos dias de exposição na Felinju chega a 14h.

A renda familiar de Tânia está diretamente relacionada aos lucros de sua empresa de *lingeries* e a Felinju impacta diretamente no faturamento: “A Felinju é como se fosse nosso Natal, é o mês de maior faturamento da empresa” (REZENDE, p. 1, 2021). No seio familiar de Tânia seu irmão também trabalha com o setor de *lingerie*. Podemos perceber que famílias inteiras estão diretamente relacionadas na comercialização das peças e a Felinju está diretamente ligada como vetor para fomentar este comércio e impulsionar trabalhadores a se tornarem empreendedores. Segundo Tânia Mara,

> a Felinju foi o evento que mais auxiliou o desenvolver da minha empresa, foi através dela com o primeiro stand muito simples que pude mostrar a qualidade dos meus produtos e conquistar os clientes ano após ano. Na minha opinião, toda empresa que deseja crescer deveria participar da Felinju (Tânia Mara Rezende, p. 1, 2021).

A Felinju impacta a vida de muitas mulheres e homens. Mas levando em conta a particularidade e a relação construída socialmente do gênero feminino com *lingeries*

podemos afirmar que representa majoritariamente e impacta a vida de mulheres, dentre elas, produtoras, costureiras, empreendedoras, organizadoras e modelos. Andreia Galdino Piza representa a comunidade juruaiense, além de ex-modelo para o evento. É frequentadora da feira até os dias atuais, além de ter sido modelo na primeira edição da Felinju, em 1998. Para Andreia a feira impactou a vida social e financeira da população do município. Ao relembrar sobre a Felinju aponta sobre sua carreira como ex modelo:

> O meu contato com a *lingerie* iniciou-se muito cedo, através dos meus pais. Foram proprietários da terceira empresa aberta no polo. No caso dos meus pais, não chegaram a expor na primeira feira. Na primeira feira participei como modelo, recebendo apenas as peças como pagamento. Dois anos depois já realizei trabalhos como modelo exclusivos para a Ouse e Use com pagamento em dinheiro. (Andreia Galdino Piza, 2020, p.1)

Percebemos que Andreia Galdino Piza conquistou trabalhos, por meio da sua participação na Felinju. Tornou-se modelo exclusiva da Ouse e Use, a qual é uma loja de *lingeries* local. As memórias de Andreia apontam para a importância da feira como parte da sua história de vida, além de ter sido uma porta de entrada para novas oportunidades na vida da ex

modelo. Revela as outras dimensões que a Felinju possui nos dias atuais, as quais compõem catálogos de modelos contratadas. As modelos hoje são escolhidas de acordo com a representatividade que possuem: mulheres magras, brancas, gordas, negras, idosas e jovens. Na contribuição Andreia Galdino Piza podemos perceber que as modelos faziam parte da própria comunidade de Juruaia.

Cultural:

Os colaboradores entrevistados compreendem e atribuem valor patrimonial à Felinju. Segundo José Antônio da Silva (2021) o município aguarda ansiosamente a data do evento, se prepara por meses e o ritmo de trabalho se modifica. O clima de lazer começa a tomar conta da localidade. Toda a região e economia locais são impactados (José Antônio da Silva, 2021). Para Tânia Mara Rezende (2021), a presença de milhares de pessoas impacta a cidade e compõe trocas culturais e econômicas no município. José de Oliveira Maria (2021) aponta que existem várias

atrações na feira, dentre elas os shows, bandas, e produção de comidas típicas da região e de Juruaia.

Juruaia – Capital da *Lingerie*

O maior sutiã do Brasil foi inaugurado durante a FestLingerie de 2015, no dia 7 de setembro, à época do mandato do prefeito Álvaro Mariano Júnior. O monumento representa o polo industrial que Juruaia se tornou, por meio da confecção de *lingeries.* Está localizado na Praça Prefeito Benjamin Antônio, cujo entorno é composto casas residenciais, restaurantes e lojas, estas que comercializam e fabricam o objeto de homenagem no monumento: a *lingerie.* Construído a pedido da ACIJU, o local de sua construção foi cedido pela Prefeitura Municipal, na praça central, juntamente a outros bens culturais. No período da Felinju, o 'maior sutiã do Brasil' é transportado para a Expoju - Centro de Eventos Ilka Junho Anastasia, para compor a entrada do evento. Isso faz dele, além de ícone do setor da *lingerie*, ponto turístico e cultural para visitantes e clientes da Felinju tirarem fotos. De acordo com temáticas ou moda que estejam em alta, o sutiã é pintado a caráter. Em outubro de 2020, mês de preservação contra o câncer, o bem foi pintado de acordo com a campanha. O maior Sutiã do Brasil foi inventariado como patrimônio cultural de Juruaia, em 2020, na categoria de estrutura arquitetônica 02/2020.

Assim, este representa a historicidade do corpo da mulher e sua relação com o que chamamos hoje de *lingerie*. A motivação para a construção deste bem teve como base a importância das peças para a economia do município: tão significativa que se tornou sinônimo de identidade local, pois Juruaia é conhecida como a capital da *lingerie*. O maior sutiã do Brasil também conta a história das transformações que o uso das *lingeries* passou.

Nem sempre as *lingeries* tiveram a função que tem hoje. As vestimentas para cobrir as partes consideradas íntimas eram necessárias para não se deixarem expostos. Ou seja, a função das roupas íntimas era de proteger a intimidade de partes específicas do corpo de homens e mulheres. No século XVII, que podemos observar uma utilização da *linge* (termo que vem do francês que significa linho). Neste período, as peças eram as roupas de enxoval, ou; seja, roupas que caracterizavam a

passagem da puberdade para a vida adulta da mulher. Eram vestimentas que deveriam ser escondidas e utilizadas para a manutenção da higiene. A partir do século XIX, podemos observar novos sentidos para o uso do *lingerie*. Essa mudança se deu pelas funções sociais e popularização da mídia sobre as peças. Neste período, em Paris o espartilho era comumente utilizado, demonstravam função social de mãe, esposa e dona de casa das mulheres. Ainda não tinham características eróticas. Já no período de Revolução Industrial, a necessidade das mulheres eram roupas íntimas mais simples e poucas peças, para facilitar o movimento para desempenhar diversos trabalhos. As peças tornam-se produto, com a capitalização do mercado junto a necessidade do uso das *lingeries*. Somente nas últimas décadas do século XIX que as o corpo feminino passa por uma erotização. Esse novo significado teve com principal responsável a mídia e a prostituição. No período existiam dois tipos de corpo das mulheres, o corpo do prazer e o corpo maternal, da mãe de família. A existência de cartões postais com imagens de mulheres quase nuas, mas com *lingerie*. Na concepção do período não era qualquer mulher que posavam para estes cartões, somente as prostitutas. Um período em que os shows de *striptease*e e *cancan* tinha a *lingerie* como participante da apresentação. Neste sentido, a *lingerie* ganhou aspecto erotizado.

No Brasil estas manifestações se mostram presentes no ano de 1920. Um momento que mídia utilizou a *lingerie* com duas propostas, a de provocar o desejo masculino e o consumo das mulheres pelo objeto. Em 1907, o modista francês Paul Poiret inventa os soutiens para substituir os espartilhos. Um período em que as mulheres conquistaram o direito ao voto e busca por liberdade. A libertação do espartilho estava totalmente relacionada à procura de roupas íntimas mais leves. No período de Segunda Guerra Mundial, eram vinculados entre os soldados desenhos de mulheres seminuas. Neste momento a *lingerie* tem como objetivo emoldurar a nudez. Os papeis de corpo maternal e do prazer são fundidos. O consumo capitalista impulsionou que as mulheres sentissem a necessidade de se serem sedutoras, como foi representado na figura de Marilyn Monroe por Hollywood. Revistas como Playboy, assim, os desenhos dos corpos de mulheres nuas saem do ambiente do campo de batalha e são cotidianamente consumidos em revistas, pôsteres comerciais e pela televisão.

Na década de 1960 a busca por direitos iguais e liberdades começa a repensar os papeis sociais das mulheres. Uma nova mulher começa a nascer no Brasil, pelo menos a mídia começa a associar a imagem da mulher com a liberdade. Para conquistas esta liberdade a mulher faz uso da *lycra*, a qual possibilitava os movimentos mais livres para mulheres. Na década de 1970, as *lingeries* estavam diretamente relacionadas a identidade sexual das mulheres, no novo papel social de seduzir, conquistar e buscar pela liberdade. (GELLACIC, 2013). O maior sutiã do Brasil, de Juruaia representa essa transformação da função das peças demonstra como o comércio incentivou a relação entre *lingerie* e características de liberdade, conquista e sedução como características importantes para as mulheres. O maior sutiã do Brasil representa este comércio, a historicidade deste comércio e as novas funções sociais que a vida das mulheres e as *lingeries* tiveram.

Foto 1: Visão lateral do sutiã. Autora: Ozana Oliveira. Data: 29/06/2021.

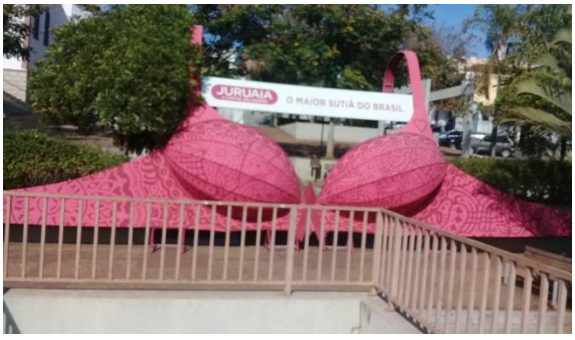


Foto 2: Visão frontal do sutiã. Autora: Ozana Oliveira. Data: 29/06/2021.

Foto 3: O maior sutiã do Brasil. Autora: Ozana Oliveira. Data: 29/06/2021.

Tereza de Fátima Barbosa Miranda pontua que considera a Felinju como Patrimônio Cultural do Município. Dois elementos sustentam a referência patrimonial de Tereza Miranda com a Felinju: primeiramente, por se tratar de um evento que movimenta a cidade, do qual toda a população gosta de participar. Segundo, impacta

a vida de pessoas que trabalham com moda íntima e trabalhadores indiretos, ou seja, o bem tem capacidade de conjugar grande parte da comunidade juruaiense (Tereza de Fátima Barbosa Miranda, 2021).

Contudo, para Rosana Marques, a principal programação cultural da Felinju são os desfiles, atividade que promove as marcas expositoras da feira. O elemento do desfile como componente cultural e estrutural do evento não havia sido considerado por outros entrevistados, o que nos faz pensar sobre suas concepções culturais. Ou seja, aquilo que os entrevistados consideram cultura ou não. Mas para além disso, o fato de Rosana Marques ter citado o desfile como elemento cultural da Felinju nos ajuda a compreender a moda, o ato do desfile e a vestimenta como atos culturais representativos do evento. Portanto, consideramos os desfiles realizados na Felinju como elemento estruturante da feira, ou seja, como parte de referência de Moda[11] para o município. A design Ozana de Oliveira participou da primeira edição da Felinju e das seguintes. Relembrando a primeira edição, diz que os desfiles coreografados eram “um verdadeiro show” (Ozana de Oliveira, 2021). Contudo, afirma que este estilo de desfile foi substituído: “conforme o evento foi crescendo os desfiles precisaram acompanhar a velocidade do evento, pelo tempo que o desfile tomava foi necessário adequar para um desfile mais técnico” (Ozana de Oliveira, 2021). Para entendermos porque as *lingeries* de Juruaia e suas reminiscências são produções culturais, buscaremos compreender a categoria de Moda, sua historicidade e sua relação com o município de Juruaia.

Nem sempre a Moda foi um tema de estudo para compreender os significados e expressões das comunidades. Até então a história das roupas eram feitas como uma evolução das peças. A partir de 1950, na obra de Roland Barthes, a Moda torna-se campo de estudo. Para o autor o que vestimos constituem discursos ou imposições. A Moda tem por capacidade forjar o sujeito com elementos que expressam a própria identidade. Demonstram características da personalidade,

[11] Iremos adotar o termo Moda com letra maiúscula para distinguir o ato de vestir roupas (traje) do ato de se expressar e visão de mundo por meio da indumentária (além do indivíduo). Categoria utilizada pelo autor: DEBOM, Paulo. O vestuário e a moda enquanto fontes para o estudo da história. In: ENCONTRO REGIONAL DE HISTÓRIA DA ANPUH-RIO: Saberes e práticas científicas, 16., 2014, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: ANPUH-Rio, 2014, p. 2. Sem paginação. Disponível em: Acesso: 03 jul. 2016.

posicionamento político, econômico e classe social (BARTHES, 2005, p. 267). Roland Barthes afirma que o mercado naturaliza a associação das peças com elementos subjetivos: por exemplo, usar tons escuros no inverno, tecidos leves na primavera. Para o autor, as roupas aliadas a determinados discursos tornam-se objetivos mitificados. Tem por capacidade naturalizar características e pessoas com materiais e determinados tipos de roupas, como, a sedutora, a 'patricinha', o empresário e o mendigo. Toda a construção da imagem destes indivíduos está associada a um elemento que compõe o todo: as roupas. Segundo o autor, esta característica faz parte do mito burguês e suas formas de convencimento por meio das aparências (BARTHES, 2005).

Para Fernand Braudel, a importância de estudar os trajes está no fato de analisar o material, a produção, a fabricação e condições de trabalho que proporcionam sua feitura. Segundo o autor, é possível compreender posturas e as histórias das pessoas que produziram as peças (BRAUDEL, 2005). Para compreender a importância das *lingeries* como componente da historicidade de Juruaia, faz-se necessário entender a Felinju e sua produção como um elemento identitário da comunidade: fazem parte da identidade do polo industrial que proporcionou a referência de Capital das *Lingeries*. Portanto, as *lingeries* no corpo das mulheres estão diretamente ligadas a diferentes tipos de identidade. Contudo, nossa preocupação é como a vestimenta da *lingerie* e como sua apropriação conformou uma identidade empresarial e industrial para o município de Juruaia. Segundo Paulo Debom, Braudel demonstrou que as roupas são elementos da cultura material e possuem relação com questões econômicas e de valores culturais (DEBOM, 2016).

Portanto, consideramos o desfile e as próprias *lingeries* elementos culturais da Felinju. Levamos em conta que o desfile, como elemento da Moda, faz parte da estrutura que possibilita se criar determinadas características nas pessoas que as usam: conforto, higiene, sensualidade e praticidade. São estas características que são buscadas pelas clientes. Portanto, por um lado, temos o desfile como elemento norteador do arcabouço de significados provenientes do simbolismo das *lingeries*. Por outro, temos as *lingeries* e as diversas peças do segmento que proporcionam a característica industrial e empreendedora por meio deste comércio. Neste sentido,

percebemos a busca das *lingeries* e suas características simbólicas, por parte das clientes.

Já o mercado, tendo consciência desta busca das clientes, se apropria dos elementos simbólicos das *lingeries*. Assim, podemos compreender porque Juruaia tornou-se a Capital da *Lingeries*, pela demanda do mercado e apropriação desta demanda mercadológica por meio dos empreendedores, costureiras e comunidade em geral. Podemos considerar que a identidade de Juruaia para com o mercado de *lingeries* tem a ver com a apropriação do próprio município das características simbólicas do segmento das *lingeries*, aliada à vontade comercial, industrial e municipal.

Econômico:

José Antônio da Silva afirma que diversas áreas comerciais de Juruaia são movimentadas pela Felinju, desde a indústria até prestação de serviços. Este impacto se inicia nas empresas com a preparação para participarem da feira. A preocupação inicial das empresas de confecção de *lingerie* tem como objetivo desenvolver coleções, idealização de vitrines e estratégias de montagem de stands. Empresas que prestam outros serviços também são impactadas pela Felinju, como hotéis, bares, lanchonetes e restaurantes (José Antônio da Silva, 2021). Tânia Mara Rezende destaca que a circulação proporciona visibilidade para o evento e impacto econômico: em algumas edições, o evento chegou a comportar 15 mil pessoas de cidades e estados vizinhos, e até de outros países (Tânia Mara Rezende, 2021).

Além disso, a empreendedora acredita que a Feira seja importante na criação de empregos: primeiramente dos fornecedores de serviços e produtos, que são convidados para trabalharem na organização do evento; segundo, de revendas de *lingeries*, que são comercializadas na região (Tânia Mara Rezende, 2021). Segundo a ACIJU, a feira proporciona um acréscimo de vendas em todas as empresas de diversos setores, gerando aumento da oferta de postos de trabalhos e renda dos trabalhadores da indústria, comércio e prestação de serviços (ACIJU, 2021).

Social:

O empreendedor José de Oliveira Maria destaca um elemento que podemos considerar um dos impactos da Felinju para o município de Juruaia: a grande movimentação durante os dias de feira. Segundo ele, a Felinju muda a paisagem e dinâmica social (José de Oliveira Maria, 2021). A observação de José de Oliveira Maria nos conduz a dados estatísticos: segundo a ACIJU, cerca de 20 mil pessoas visitavam o município de Juruaia durante a realização da feira, gerando grande movimentação humana nos dias e após o fim de cada edição, números alcançados em razão da divulgação realizada (ACIJU, 2021).

Relação com cidades circunvizinhas:

Segundo José Antônio da Silva (2021), a Felinju gera emprego e renda às cidades circunvizinhas, tais como: Guaxupé, Muzambinho, Nova Resende, São Pedro da União, Bom Jesus da Penha, Guaranésia e Monte Belo. Além disso, empresas dos municípios de Andradas, Guaxupé, Monte Belo e Nova Resente também expõem seus produtos na Felinju, além de serem impactadas com a movimentação na região (José Antônio da Silva, 2021). Desta forma, o evento proporciona visibilidade a outros municípios. Tânia Mara ainda enfatiza que outros municípios participam da Felinju, dependendo do seguimento e região. A ACIJU afirma que não há um levantamento sobre a quantidade de lojas existentes em outros municípios, mas as marcas de Juruaia abastecem estados de Minas Gerais e São Paulo (ACIJU, 2021).

Turismo:

José Antônio da Silva destaca que a Felinju fomenta o potencial turístico de Juruaia e de toda a região sul mineira. Aponta que a localidade abarca visitações de pessoas que procuram por lazer e negócios (José Antônio da Silva, 2021).

3. Entrevistas:

3.1. Entrevista 1: José Antonio da Silva

Quantos anos existe a feira? Quantas edições? Em que ano foi a primeira edição?

A Felinju existe a 24 anos. Foram 24 edições até 2021, desde 1998.

Onde a feira ocorre?

As primeiras edições foram realizadas no pátio da Barraca de Festas e na antiga piscina de Juruaia. Depois, passou a ser promovida no ginásio poliesportivo, e em 2014 começou a ser realizada no Centro de Eventos Expoju.

Quantos feirantes participam?

A Felinju mobiliza, em média, cerca de 70 expositores e parceiros a cada ano.

Qual a estimativa de feirantes em uma edição?

Cerca de 70 feirantes em cada edição.

Feirantes de outras cidades participam?

Sim, costumam participar empresas de Andradas, Guaxupé, Monte Belo e Nova Resende.

Quais os tipos de produtos que são comercializados na feira?

Moda intima em geral (*lingeries*, cuecas, pijamas, moda praia, moda fitness, linha noite, sex shop), moda em geral (roupas, acessórios e calçados), matéria prima (bojos, embalagens, maquinas e tecidos) e o setor de prestação de serviços (ERPs, sistemas e ferramentas em geral).

Existe alguma programação musical ou apresentação cultural no evento?

Paralelamente a Felinju acontece o Festival Gastronômico Sabores de Juruaia, na praça de alimentação do evento, com programações musicais da cidade e região.

Quais produtos além dos relacionados às *lingeries* são comercializados na feira?

Já respondido na pergunta número 6.

Conte-nos como é o passo a passo para a preparação da feira? Quantos dias ocorre a feira?

A quantidade de dias de evento varia de ano para ano. A escolha da data leva em consideração o feriado de 1 de maio e os dias da semana em que costumam haver maior visitação e volume de vendas. A feira costuma ser lançada com 10 meses de antecedência para facilitar a comercialização dos espaços e cotas de patrocínio e também a preparação da divulgação e estrutura.

Em valores, qual é a arrecadação da feira?

Varia a cada ano. As últimas edições realizadas de forma online geraram movimentação em torno de 5 milhões.

Qual o impacto econômico da feira? Ocorre circulação de pessoas de outros municípios em Juruaia?

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

A feira movimenta todo o comércio, indústria e prestação de serviços no município. Antes mesmo da realização do evento é possível notar a grande movimentação das empresas se preparando, desenvolvendo coleções, vitrines e formatando suas estratégias e estandes. Até mesmo as empresas que não participam como expositoras, usufruem do resultado da Felinju. Hotéis, bares, lanchonetes e restaurantes, de Juruaia e cidades vizinhas, são impactados pela movimentação da feira.

Em média, quantas pessoas frequentam a feira por edição?

Cerca de 20 mil pessoas por ano. Esse número corresponde a movimentação provocada pela feira considerando os clientes que se adiantam para conhecer as coleções e fazerem suas compras, como também aqueles que visitam a cidade posteriormente, após serem impactados pela divulgação da feira.

Quais os incentivos

A ACIJU celebra parcerias com a Prefeitura e Câmara de Vereadores para a realização da Felinju, recebendo incentivo técnico e financeiro todos os anos.

Quais os incentivos privados que a feira recebe?

Patrocínios e colaborações de empresas de variados setores e segmentos, interessados diretamente no sucesso do evento a cada ano.

Existe alguma associação dos trabalhadores do mercado de *lingeries* em Juruaia?

Não existe. Somente os sindicatos que os representam, em Passos e Poços de Caldas.

Como a associação comercial apoia o trabalho dos produtores de *lingeries*?

Para acompanhar e estimular o crescimento comercial e industrial da cidade e para representar, capacitar e fortalecer toda a sua classe empresarial, a Associação Comercial e Industrial de Juruaia – ACIJU foi fundada em 1997.

Em mais de 20 anos de muito trabalho, a Aciju viu crescer: o número de associados; parcerias sólidas; projetos de capacitação às empresas; apoiadores e patrocinadores; o leque de produtos e serviços oferecidos; a divulgação do polo em âmbito nacional; e sua representatividade no desenvolvimento econômico e social de Juruaia. A ACIJU acredita no futuro empresarial de Juruaia.

Conte-nos como ocorreram as primeiras edições? Quem foram os primeiros idealizadores do evento?

Acredito que os empresários envolvidos nas primeiras edições possam contribuir de maneira mais clara e correta em relação a esta questão. *(Rosana Marques, Dinha, Nilva Trindade, João Parana, Dadola)*

Quantas fábricas, de diferentes portes, de *lingerie* existem em Juruaia?

A ACIJU estima cerca de 300 empresas, entre formais e informais (considerando as pequenas facções que existem espalhadas pela zona rural do município de Juruaia).

Quantos trabalhadores na área da *lingerie* existem em Juruaia?

A ACIJU estima cerca de 5 mil empregos, diretos e indiretos, considerando toda a cadeia produtiva da moda intima, inclusive as indústrias de matéria prima e as

pequenas facções).

Para você porque Juruaia se tornou a cidade das *lingeries*?

Por conta do seu DNA empreendedor, dedicação, foco e garra para trabalhar, independentemente dos entraves e dificuldades enfrentadas ao longo do caminho. A persistência, criatividade, ousadia e a inovação foram fundamentais para que Juruaia chegasse onde está hoje, um polo em constante transformação e ascensão.

Você considera a feira um patrimônio cultural? Ou seja, a feira demonstra características do modo de se viver em Juruaia?

Sim, com certeza. É do meu conhecimento que até meados de 1990 Juruaia era um município completamente dependente do agronegócio e pecuária, com tendência para ser mais uma típica cidade do interior de Minas Gerais. Com a abertura das primeiras empresas do segmento de moda intima, o povo de Juruaia se viu diante de uma nova oportunidade e abraçou-a. Em 1997, já com várias industrias e comércios evoluindo surgiu a necessidade de se organizarem de maneira mais eficaz e produtiva, surgindo assim a ACIJU. E já em 1998 aconteceu a primeira Felinju, transformando e posicionando Juruaia, definitivamente, como a Capital da *Lingerie*. A partir daí a Felinju se tornou o cartão de visita de Juruaia, divulgando e prospectando novos clientes de localidades cada vez mais distantes e impulsionando todo o setor em Juruaia e até mesmo cidades vizinhas. A Felinju tornou-se um dos principais combustíveis para o motor do desenvolvimento econômico e social de Juruaia, atraindo a atenção e interesse de novos empresários e empresárias, com a abertura de novos negócios e mais postos de trabalho, gerando assim mais empregos e uma melhor distribuição de renda durante todo o ano (e não somente em épocas específicas, como acontece no agronegócio, por exemplo). Por estes motivos, considero que ação e realização da Felinju foi um divisor de aguas em Juruaia, além de ter se tornado um patrimônio em constante desenvolvimento e evolução.

Nome completo, idade, profissão e naturalidade:

José Antonio da Silva, 30 anos, gestor, natural e residente em Juruaia.

Qual impacto da feira na região sul mineira?

Geração de emprego e renda para cidades como Guaxupé, Muzambinho, Nova Resende, São Pedro da União, Bom Jesus da Penha, Guaranésia e Monte Belo. Destaque para o potencial turístico de lazer e negócios do Sul de Minas, evidenciando não somente Juruaia como toda a região.

3.2. Entrevista 2: Tania Mara Rezende

1) Nome completo, idade, profissão e naturalidade:

Tânia Mara Rezende

2) Quanto tempo está neste mercado de trabalho com *lingerie*?

16 anos como empresária e 25 anos no total de experiência no setor

3) Quanto tempo expõe na feira?

Desde 2006 / 15 anos

4) Como começou a trabalhar com *lingerie*?

Como costureira e depois me tornei empresarial do setor em 2005

5) A renda de sua família depende deste mercado de trabalho?

Sim

6) Como começou a proposta de expor na feira?

Através da ACIJU

7) Nos conte sua rotina de trabalho no dia a dia

Vou para empresa às 8 e retorno para a casa por volta das 18

8) Nos conte sua rotina de trabalho quando está em período de exposição na feira

Chego na empresa às 7 e geralmente nos eventos presenciais retornamos para casa às 21

9) Na sua opinião, qual a importância da feira para o seu trabalho?

A Felinju foi o evento que mais auxiliou o desenvolver da minha empresa, foi através dela com o primeiro stand muito simples que pude mostrar a qualidade dos meus produtos e conquistar os clientes ano após ano. Na minha opinião, toda empresa que deseja crescer deveria participar da Felinju

10) Qual o impacto de participar na feira na sua vida econômica?

A Felinju é como se fosse nosso Natal, é o mês de maior faturamento da empresa.

11) Existem outras pessoas na sua família que também trabalham com o mercado de *lingerie*?

Sim, meu irmão

12) Você considera a feira um patrimônio cultural? Ou seja, a feira demonstra características do modo de se viver em Juruaia?

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Sim, pois a cidade se prepara durante meses p ela é nos dias que ela acontece a cidade se transforma e milhares de pessoas são impactadas pelo movimento e renda que ela gera.

13) Quantos anos existe a feira? 23 anos

Quantas edições? 24

14) Em que ano foi a primeira edição?

1998

15) Onde a feira ocorre?

Hoje no centro de Eventos

16) Quantos feirantes participam?

Em média 65 a 70 expositores

17) Qual a estimativa de feirantes em uma edição? 70

18) Feirantes de outras cidades participam?

Sim, dependendo do seguimento e região

19) Quais os tipos de produtos que são comercializados na feira?

Lingerie, moda praia, moda Fitness, pijamas, roupas e várias fornecedores da cadeia de acessórios e matéria prima que abastecem esses segmentos, além de algumas empresas do comércio local

20) Existe alguma programação musical ou apresentação cultural no evento?

Sim, vários artistas, cantores e bandas da cidade e região, nas últimas edições o público já aguardava ansiosamente as apresentações do festival cultural que acontecia nos dias da Felinju.

21) Quais produtos, além dos produtos relacionados às *lingeries*, são comercializados na feira?

Alimentícios, floricultura, decoração, moda e vestuário em geral, bebidas, serviços bancários

22) Conte-nos como é o passo a passo para a preparação da feira?

Iniciamos os preparativos cerca de 10 meses antes do evento, vendendo espaços/ stands, buscando patrocinadores, apoiadores, equipe de estrutura dos stands, equipe de filmagem, marketing, equipe p desfiles, palestrantes, participantes do festival cultural, comerciantes para festival sabores de Juruaia e expositores

23)Quantos dias ocorre a feira?

Depende do ano, mas em média 3 a 4 dias

24) Em valores, qual é a arrecadação da feira?

Estima-se que mais de 6 milhões de vendas dos expositores

25) Qual o impacto econômico da feira?

O impacto econômico é muito grande, e abrange muito além da cadeia produtiva da *lingerie*.

26) Ocorre circulação de pessoas de outros municípios em Juruaia?

Sim, aproximar 15 mil pessoas de várias cidades, estados e já tivemos circulação internacional de clientes tem em algumas edições.

27) Em média, quantas pessoas frequentam a feira por edição?

15 mil pessoas

28) Quais os incentivos municipais que a feira recebe?

O município há alguns anos é o principal apoiador/ patrocinador do evento, além de logística e limpeza do espaço.

Aproximadamente 40% do valor total

29) Quais os incentivos privados que a feira recebe?

Aproximadamente 50%

30) Existe alguma associação dos trabalhadores do mercado de *lingeries* em Juruaia? Não

31) Como a associação comercial apoia o trabalho dos produtores de *lingeries*?

A associação é responsável pela organização de todos os eventos do pólo, treinamentos e capacitações, inúmeros serviços e parcerias p alavancar o setor de *lingerie* e afins.

32) Conte-nos como ocorreram as primeiras edições?

As primeiras edições foram realizadas de forma bem simples no antigo galpão de festas da cidade, apenas com stands simples.

33) Quem foram os primeiros idealizadores do evento?

Foi a presidente da associação comercial Rosana Marques e então prefeito Celso do Carmo Marques

34) Quantas fábricas, de diferentes portes, de *lingerie* existem em Juruaia?

Mais de 200 fábricas

35) Quantos trabalhadores na área da *lingerie* existem em Juruaia?

Aproximadamente 6 mil trabalhadores

36) Para você porque Juruaia se tornou a cidade das *lingeries*?

Porque houve uma cultura de costura de *lingerie* que foi implantado por 2 empresas que aqui se instalaram e quando elas fecharam deixaram experiência das costureiras que foram montando suas empresas de forma informal até que as experiências foram compartilhadas com outras mulheres e várias pequenas empresas foram se formando. Com o passar dos anos, inspiradas por essas mulheres várias outras iniciaram suas confecções e a cidade ficou conhecida como pólo da *lingerie* de qualidade. E depois que a Felinju foi realizada, ajudou a fortalecer ainda mais a imagem do pólo.

37) Você considera a feira um patrimônio cultural? Ou seja, a feira demonstra características do modo de se viver em Juruaia?

Sim, a cidade toda espera chegar a data da Felinju, se prepara meses antes, e toda cidade muda seu ritmo de trabalho e lazer durante a Felinju.. A economia é fortalecida e toda região é impactada.

38) Nome completo, idade, profissão e naturalidade:

Tania Mara Rezende, 41 anos, Empresária, natural de Juruaia

36) Qual impacto da feira na região sul mineira?

Como falei acima, além do impacto na geração de emprego e renda na cidade, a região toda é impactada pois dezenas de fornecedores de serviços e produtos são “chamados “para trabalharem na organização do evento, além da geração de renda na revenda de *lingeries* que são comercializadas na região.

3.3. Entrevista 3: José De Oliveira Maria

1) Nome completo, idade, profissão e naturalidade:
José De Oliveira Maria, 50 anos, Empresário, Brasileiro.

2) Você frequenta a feira?
Sim, frequento.

3) Considera um evento voltado para a venda ou existem atrações para a população na feira?
Existem várias atrações no período da feira. Shows com bandas da cidade, e muita comida típica.

4) Sua família trabalha no mercado de *lingerie*? Se sim, conte-nos como é o trabalho e a quanto tempo fazem este trabalho.
Sim. Minha esposa trabalhou durante muito tempo nas primeiras confecções de Juruaia.
Hoje nós temos uma produção com mais de 50 colaboradores.

5) Você consome dos produtos de *lingerie* da feira ou compra no comercio local em outros períodos?
Compramos na feira para aproveitar os lançamentos e durante o ano também.

6) Você considera que a feira é importante para a comunidade Juruaiense?
A feira é muito importante, pois coloca Juruaia em evidência, e dessa forma gera empregos o ano inteiro

7) Na sua opinião, quais são os maiores impactos da feira para a cidade?
Ela traz muitos compradores que, depois de conhecer nossos produtos, passam a comprar o ano todo gerando empregos e renda para a população.

8) Você sente muita movimentação na cidade na época de feira?
Sim. O movimento é bem grande durante os dias de feira.

9) O que o comércio de *lingerie* impacta na sua vida?
Hoje é minha única fonte de renda, e mantenho minha família e de mais 50 pessoas com nossa produção de *lingerie*.

3.4. Entrevista 4. Andreia Galdino Piza.

1) Nome completo, idade, profissão e naturalidade:

Andreia Galdino Piza, 39, professora, brasileira.

2) Você frequenta a feira?

Sim.

3) Considera um evento voltado para a venda ou existem atrações para a população na feira?

Existem atrações para a população, além do evento.

4) Sua família trabalha no mercado de *lingerie*? Se sim, conte-nos como é o trabalho e a quanto tempo fazem este trabalho.

O meu contato com a *lingerie* iniciou-se muito cedo, através dos meus pais. Foram proprietários da terceira empresa aberta no polo. No caso do caso dos meus pais, não chegaram a expor na primeira feira. E na primeira feira participei como modelo, recebendo apenas as peças como pagamento. Dois anos depois já realizei trabalho de modelo exclusivo para a Ouse e Use com pagamento em dinheiro.

5) Você consome dos produtos de *lingerie* da feira ou compra no comercio local em outros períodos?

Sim

6) Você considera que a feira é importante para a comunidade Juruaiense?

Sim

7) Na sua opinião, quais são os maiores impactos da feira para a cidade?

Impactou na vida social e financeira do município.

8) Você sente muita movimentação na cidade na época de feira?

Demasiadamente.

9) O que o comércio de *lingerie* impacta na sua vida

Como eu citei acima.

3.5. Entrevista 5. Tereza de Fátima Barbosa Miranda:

1)Nome completo, idade, profissão e naturalidade:

Tereza de Fátima Barbosa Miranda, 59 anos, empresária, natural de Juruaia-MG

2) Quanto tempo está neste mercado de trabalho com *lingerie*?

Estou no mercado de *lingerie*s há quase 20 anos, com a minha empresa há quase 14.

3) Quanto tempo expõe na feira?
Minha primeira exposição foi em 2016.

4) Como começou a trabalhar com *lingerie*?
Comecei costurando para outras empresas com facção, logo depois surgiu a ideia, junto de uma sócia, dona Marisa (já falecida) de montarmos nosso próprio negócio. O negócio começou pequeno, nós duas tínhamos muitas dúvidas e dificuldades, ela faleceu pouco tempo depois do início da nossa parceria. Eu fiquei sem chão com a perda da minha amiga e sócia. Mas Deus foi maravilhoso e colocou outras pessoas em meu caminho.
Eu costurava, cortava, gerenciava, enfim fazia todo o processo em minha própria casa e aos poucos fui adquirindo conhecimento e crescendo aos poucos. Passei por inúmeras provações, mas me considero uma vitoriosa. Hoje vendo para o Brasil todo e para outros países também. Já somos uma equipe de quase 50 colaboradores! Costumo dizer que meu sócio é Deus, então a Ele e a minha equipe toda minha gratidão!!

5) A renda de sua família depende deste mercado de trabalho?

Sim, nossa principal fonte de renda é o mercado de *lingeries*.

6) Como começou a proposta de expor na feira?

A Felinju já era um sonho desde quando comecei a produzir, este sonho se concretizou em 2016 quando desenhamos uma estratégia de crescimento da nossa empresa, dentre as estratégias, a exposição na Felinju era uma delas.

7) Nos conte sua rotina de trabalho no dia a dia

Atualmente cuido da parte estratégica da empresa, já conto com líderes nos principais setores da empresa, excelentes profissionais que me ajudam a tomar decisões e gerenciar todos os processos.

8) Nos conte sua rotina de trabalho quando está em período de exposição na feira

Alguns meses antes da Felinju já começamos todo o processo de desenvolvimento de coleção, e esta coleção é lançada alguns dias antes da Feira. Ficamos muito eufóricas na empresa, pensamos em decoração, móveis, uniformes novos para a equipe, investimos ainda mais pesado em treinamento de vendas, tudo para garantir sucesso de vendas! Durante a Feira, o foco é total no cliente, no atendimento, enfim nas negociações.

9) Na sua opinião, qual a importância da feira para o seu trabalho?

A Feira é importante para expor realmente o polo de Juruaia. Todos são impactados, independentemente de estar expondo ou não. Para a minha empresa é sempre um grande orgulho estar entre as grandes marcas da nossa cidade, é realmente uma realização pessoal e profissional.

10) Qual o impacto de participar na feira na sua vida econômica?
Financeiramente falando, costumamos fechar negócios, mas não há um impacto significativo para as nossas vendas.

11) Existem outras pessoas na sua família que também trabalham com o mercado de *lingerie*?

Sim, em minha empresa, trabalham meus dois filhos, sobrinhas e afilhadas.

12) Você considera a feira um patrimônio cultural? Ou seja, a feira demonstra características do modo de se viver em Juruaia?
Sim, a Feira é um evento que movimenta a nossa cidade e todos gostam muito. Não só quem trabalha diretamente com a moda íntima, mas aqueles indiretos também, com certeza é um patrimônio cultural para nós.

3.6. Entrevista 6. Rosana Marques: Questionário para Felinju:

1) Quem foram os idealizadores?

Rosana Marques 1ª presidente da ACIJU com apoio dos diretores da ACIJU e do Sebrae.

2) Porque a indústria de *lingerie* em Juruaia?

Não entendi

3) Existia algum tipo de indústria ou produção antes do setor de *lingerie* em Juruaia?

Não existia. A economia só era da agricultura e avicultura e atividade leiteira (café, frango e leite).

4) São entregues convites para quais seguimentos para participarem como colaboradores do evento?

Prefeitura, Câmara, fornecedores de matéria-prima e insumos, Bancos, órgãos públicos e aos fabricantes de *lingerie*, Linha praia, fitness e pijamas.

5) Existes patrocinadores?

Sempre existiu. Nas primeiras eram 5, hoje vários.

6) Conte-nos histórias sobre costureiras e como eram feitas vendas antes da Felinju?

As costureiras como nos empresários aprendemos fazendo, com os acertos e erros. E as vendas eram na consignação e muito para estudantes que precisavam de uma renda para custear seus estudos.

7) Qual o suporte da Associação para a Felinju?

A ACIJU é a organizadora da Felinju. Total suporte

8) Quantas bancas são montadas na Felinju?

Estandes? Na primeira foram 20 estandes e de acordo com o espaço é oferecido a cada ano o número de estandes possíveis e sempre todos vendidos aos fabricantes e fornecedores.

9) É cobrada taxa dos associados?

Os associados pagam uma mensalidade a ACIJU pelo número de funcionários que tem. Pagam consultas do Serasa e comissão de guias. E muitas vezes pacotes dos eventos.

10) É cobrada taxa para expor na Felinju?

Sim. Cada expositor paga seu espaço por metro.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

11) Quantos produtores expõem na Felinju?

Hoje acredito uns 80

12) Quais serviços são terceirizados na Felinju?

Todos os serviços. A ACIJU planeja e acompanha.

13) Como são escolhidos outros setores para trabalharem durante a feira (alimentação, shows, iluminação, decoração, modelos, filmagem)

Geralmente a parte de alimentação é o grupo da gastronomia que assume.

E sobre outros serviços, contrata fornecedores selecionados pela qualidade e valor depois de uma cotação e mediante o budget.

14) Como é organizada a programação cultural da Felinju? Quais os tipos de atrações?

A principal atração é o desfile geral das marcas expositoras e desfiles exclusivos. E a noite shows musicais de grupos da região.

15) Como ocorre a preparação para a Felinju por parte da Associação?

Agenda a data, procura os parceiros (só é possível a realização com subsídio da prefeitura) vende os estandes, contrata fornecedores, mídia e assessoria de imprensa e planeja tudo com os expositores e realiza. Sempre com muito trabalho, mas muito sucesso!

16) Quais os tipos de investidores para a realização da Felinju?

Fornecedores de matérias-primas e Bancos.

17) Quais as principais etapas da Felinju?

Planejamento e execução

18) Quanto a Felinju arrecada?

Hoje não sei informar

19) Quanto é gasto para a realização da Felinju?

Informações na ACIJU

20) Conte-nos a história da Felinju aliada as vendas pela internet e divulgação de conteúdos nas redes sociais? Quem é responsável por cuidar das redes sociais?

A Felinju foi um divisor de águas. Existia uma cidade (Juruaia) antes da 1ª Felinju e outra depois. A Felinju é uma vitrine física e virtual para a empresas. Um percentual da venda dos estandes e com a verba da prefeitura é destinada a propaganda e anúncios pagos.

Nesses 2 anos (2020 e 2021) ela aconteceu virtualmente.

E a própria ACIJU administra as redes sociais. E hoje com a pandemia a venda é efetuada 90% no virtual.

21) Qual a ajuda o poder público garante todos os anos para a Felinju?

Ajuda financeira

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

3.7. Entrevista 7. Luciene Silva Lopes

1)Nome: Luciene Silva Lopes

Profissão: Costureira

Naturalidade:

Idade:46

2) Você frequenta a feira?

Sim

3) Considera um evento voltado para a venda ou existem atrações para a população na feira? Existem atrações para a população, além do evento.

4) Sua família trabalha no mercado de *lingerie*? Se sim, conte-nos como é o trabalho e a quanto tempo fazem este trabalho.

Minha família não é do ramo da *lingerie*. Eu iniciei em parceria com uma amiga, nós costurávamos em casa para algumas empresas, depois de um tempo resolvemos que cada uma seguiria por si só. Então recebi convite de uma empresa para ser gerente de produção, ela fabricava pijamas e eu me apaixonei por esse segmento, tomava conta da produção, ajudava nas máquinas, fazia criação e modelagem. Lançamos os bonecas para acompanhar os pijamas infantis o qual foi um sucesso, a empresa era a stillo, pertencia a 2 sócios, alguns anos depois eles separaram as empresas, pois tinham em sociedade a empresa art scren de fabricação de bojos e embalagens, e eu fiquei com o dono da art screen, que visando outros empreendimentos, abriu em parceria um confecção no segmento linha noite e conjuntos de calcinha e sutiã, fiquei um tempo com eles mas meu foco era a malharia, saindo dessa empresa fui trabalhar na Encanto D'lamore que fabricava pijamas, um tempo depois meus filhos já não tinha mais idade para estar na creche, e eu não tinha com quem deixar me vi obrigada a voltar costurar em casa, hoje tenho minha facção de onde tiramos a maior parte da renda familiar, presto serviço para várias empresas da cidade e sou muita grata todos os investidores do ramo.

5) Você consome dos produtos de *lingerie* da feira ou compra no comercio local em outros períodos?

Sim

6) Você considera que a feira é importante para a comunidade juruaiense?

Sim

7) Na sua opinião, quais são os maiores impactos da feira para a cidade?

Gerou o impacto da economia no geral.

8) Você sente muita movimentação na cidade na época de feira?

Demasiadamente

9) O que o comércio de *lingerie* impacta na sua vida?

Meu meio de sobrevivência.

3.8. Entrevista 8. Eliza dos Reis Silva

Oi, eu sou Eliza e comecei a trabalhar com a Alice e a Beliza na Coveen, que foi a primeira confecção de *lingerie* de Juruaia, em outubro de 1993. A Alice e a Beliza elas montaram a confecção por volta de junho/julho de 93. Então comecei logo depois com elas. Eu trabalhava na parte administrativa, na parte de vendas, e na época nós iniciamos com mais quatro costureiras: uma que trabalhava na overlock, três na máquina reta e uma que continuou como cortadeira. A família da Alice, a mãe dela, tinha parentes distantes em Juruaia. Então a mãe e os irmãos já moravam aqui em Juruaia a algum tempo. Anteriormente a Alice trabalhava no metro em São Paulo. Ela buscava uma qualidade de vida, já que Alice tinha filhos bebês ela veio para Juruaia. A Beliza é do Ceará de Fortaleza. No Ceará eles tem um histórico com o trabalho com *lingeries*, com loja como a Do Loren e a DeMillus. As duas se conheceram em São Paulo e era amigos. Elas tiveram a ideias de vir para Juruaia e montar uma confecção de *lingerie*. Mas porque Juruaia? Elas optaram por Juruaia pelo custo para montagem de *lingerie*, já que em São Paulo e Fortaleza seria bem mais caro. Além disso para trazer oportunidades para cidades. Quando elas iniciaram com poucas costureiras, mas as mesmas já tinham prática de costura, mas não de *lingeries*. Então ficava a Beliza, que já tinha trabalhado em uma empresa de *lingerie*, no Ceará, que era essa responsável em ensinar as meninas a fazerem quanto a parte de modelagem e estilismo. A Alice já tinha experiência em administrar ficou responsável com a parte administrativa da empresa. Bom, assim foi durante muitos anos.

A princípio ficamos em um galpão, na rua Irmãos Castro, nós ficamos neste lugar por volta de dois anos. Com o tempo a confecção não coube mais no balcão pelo aumento da produção, oi número de funcionários e logo depois nós alugamos um outro galpão bem maior na rua Gonçalves de Rezende. Esse galpão, no auge mesmo da confecção estávamos em torno de 26/28 costureiras. Grande parte da produção era encaminhada para o estado de São Paulo, mas tínhamos um comprador em Goiás e no Mato Grosso. Estes últimos compradores demandavam menor quantidade, mas tínhamos esse comércio com eles. Toda a parte de modelagem era feita pela Beliza, ela tinha muito bom gosto, a qualidade do material utilizado era boa. Mas passamos muitos perrengues, por exemplo, pela falta de aviamentos em cor mostarda, então tínhamos que pintar os feixos e isso dava muito trabalho. Quem cuidava disso era a Beliza, muitas vezes tínhamos que ir pra casa dela para pintarmos esses feixos para

que ficasse uma coloração certa para combinar com o tecido, e assim, foram alguns perrengues que hoje eu percebo, já que hoje não trabalho mais no setor de *lingerie*, mas hoje eu vejo que já tem uma quantidade muito maior de cores, uma quantidade maior de aviamentos. Por exemplo, hoje, quando você compra o tecido você consegue o aviamento igual, e na época nós não tínhamos essa facilidade. Uma outra dificuldade além da falta de material eram os preços, principalmente a lycra de qualidade, que tinha boa parte dela importada, nós tínhamos que comprar de fornecedores de São Paulo. Hoje não, aqui em Juruaia o pessoal já consegue. Antes os fornecedores tinham que importar a lycra, porque a de qualidade era a importada o que também aumentava o custo da produção.

A Beliza era responsável pela parte de modelagem, estilismo e toda parte de produção da empresa e a Alice na área administrativa, compra e vendas. Em meados de 1994, elas conseguiram o *leasing* na época, pelo banco nacional e conseguiram comprar um maquinário novo. Por que? Porque a empresa começou a dar certo e elas precisavam dessa produção que nós não tínhamos. Na época, se não me engano foram compradas dez maquinas retas e mais duas overlock's, máquinas de corte e o material para produção, como tecidos e aviamentos. Nessa época não encontrávamos costureira em Juruaia, então o que elas fizeram, a Beliza contratou o pessoal e buscou ensinar a costurar. As costureiras mais velhas ensinaram as mais novas e ensinavam com muito carinho e qualidade. As novas costureiras que eram as de corte entraram sabendo trabalhar com *lingerie* porque foram ensinadas da maneira que a empresa queria. A Beliza sempre foi a parte mais humana e que lidava mais com os funcionários. Então eu tinha uma relação muito próxima com ela, neste sentido. Em 1994, eu comecei o ensino médio e ao mesmo tempo eu fazia contabilidade, justamente pelo meu trabalho na empresa, e eu precisava levar almoço. Eu lembro que a Beliza falava assim:

- Não precisa mais trazer almoço, a partir de hoje você vai almoçar comigo, aqui na confecção. Você come quentinho, a Rita (que era secretária da Beliza na época), vai trazer pra mim e traz pra você também.

Então isso me marcou muito, por este carinho dela conosco e ela era assim com todas as funcionárias. Mas claro, que nós éramos mais próximas. A Alice era mais da parte administrativa, ela tinha esse relacionamento comigo porque era meu trabalho, mas ela sempre foi mais técnica, vamos dizer assim.

Uma coisa que é muito importante lembrar é que elas eram mãe solo. A Alice ela tinha um companheiro na época e esse companheiro ainda tinha condições financeiras de ajudar. A Beliza infelizmente não tinha, o fator de morar longe da família eu acho que dificultava ainda mais essa situação. Mas o que elas fizeram para Juruaia, esse incentivo de trazer a *lingerie* para a cidade, esse incentivo de começar uma coisa totalmente nova, isso vai ficar sempre marcado na história do município, porque se teve alguém que deu essa oportunidade no município com relação ao empoderamento feminino foram a Alice e a Beliza. Além disso, só para dado de

curiosidade, Coveen, nome da empresa significa Convenção de Bruxas, reunião de mulheres com um propósito, e eu considero isso muito pertinente de se lembrar.

Em 1996, eu tive uma outra oportunidade de emprego e eu sai da confecção, mas minha irmã aprendeu o ofício e continuou trabalhando lá. Hoje ela não trabalha mais no setor de *lingerie*, mas lá foi nosso primeiro emprego, por isso foi muito importante para nós. As meninas sempre muito carinhosas e eu percebia que elas tinham essa vontade de ensinar o pessoal de Juruaia. Na época a Dadola, que hoje é dona do Mercado de *lingerie* junto com os filhos dela, foi a Beliza quem ensinou a Dadola a fazer toda a modelagem. Na época ela não trabalhava com *lingerie*, mas com outro tipo de roupa. Contudo, mas foi a Beliza que ensinou a Dadola a trabalhar com essas modelagens. Inclusive eu lembro da Alice ajudar a Dadola a procurar os melhores fornecedores de material em São Paulo para poder trabalhar. Logo depois começou a Ceci, a Ouse e Use que também foi a Beliza, na época a Ouse e Use se chamava Ousadia, ajudou também a preparar essas primeiras modelagens. Mas infelizmente em 1997, houve uma crise financeira muito grande e elas não conseguiram manter a confecção. Por que elas não conseguiram? Porque tanto a Alice quanto a Beliza todo o trabalho delas elas dedicaram para a confecção, elas não tinham outra fonte de renda e assim ficou muito difícil para manter a confecção e o padrão de vida, sustentar os filhos, então acabou que elas optaram, a Beliza voltou para o Ceará, a Alice voltou para São Paulo e acabou que fechou a empresa.

3.9. Entrevista 9. ACIJU – Associação Comercial e Industrial de Juruaia

1. **Número de habitantes de Juruaia que trabalham no setor de lingeries? Número e porcentagem.**

   A ACIJU estima que cerca de 5.000 pessoas de Juruaia e cidades vizinhas estejam direta ou indiretamente ligadas ao setor de moda intima.

2. **Número e porcentagem de homens e número e porcentagem de mulheres que trabalham no setor de lingerie em Juruaia?**

   Não há levantamentos com números exatos sobre quantos homens e mulheres estão relacionados ao setor de moda intima, mas a ACIJU estima que cerca de 95% das empresas de Juruaia estejam sob o comando de mulheres empresárias.

3. **Em nível estadual, Juruaia fica em que lugar como produtora de lingeries?**

   Não há levantamentos ou pesquisas oficiais, porém, considerando a atuação coletiva do polo, a realização dos eventos e promoções, que não são vistas em outras cidades produtoras de moda intima no estado, podemos dizer que Juruaia é a que mais se destaca em Minas Gerais.

4. **Em nível nacional, Juruaia fica em que lugar como produtora de lingeries?**

   Também não temos conhecimento de levantamentos oficiais, mas os maiores polos produtores em quantidade são Nova Friburgo e Fortaleza. Juruaia ficaria em terceira posição neste quesito. Hoje, com a crescente da internet e a realização de eventos virtuais, pode se dizer que Juruaia é o polo que tem obtido maior visibilidade a nível nacional.

5. **Quantas peças são produzidas mensalmente? (peças em geral – tudo que é produzida pelas fábricas do setor)**

   Aproximadamente 1,6 milhão de peças por mês.

6. **Quantas peças são produzidas anualmente? (peças em geral – tudo que é produzida pelas fábricas do setor)**

   Aproximadamente 20 milhões de peças por ano.

7. **Quantas peças são produzidas para a Felinju?**

   Não há registros e nem estimativas.

8. Quantas empresas de fábricas?

Aproximadamente 300 confecções.

9. Quantas fábricas informais?

Aproximadamente 100 (estimativa).

10. 10)Quantas produções amadoras e independentes? (em casa) Quantos empregos são gerados?

São as informais, aproximadamente 100 (estimativa). Aproximadamente 5000 empregos diretos e indiretos.

11. Quantas fábricas são associadas a ACIJU?

120 fábricas.

12. Quais os benefícios de fábricas associadas?

Suporte por meio de produtos, serviços e parcerias. Visibilidade por meio da divulgação em eventos e campanhas promovidas pela associação. Informação, credibilidade e potencial de crescimento e expansão.

13. Aponte quais os motivos pelos quais a associação acredita que alguns produtores não se associam?

É uma informação muito particular de cada empresa, mas geralmente por conta de estarem iniciando o negócio a pouco tempo, por se sentirem de certa forma pequenos diante dos demais ou mesmo por falta de informação e iniciativa.

14. Os dados da empresa levam em conta somente os membros associados?

Não, a ACIJU estima os números do polo como um todo, baseado nas informações obtida junto aos seus associados.

15. Qual o suporte da Associação para os produtores?

Suporte por meio de produtos, serviços e parcerias. Visibilidade por meio da divulgação em eventos e campanhas promovidas pela associação. Informação, credibilidade e potencial de crescimento e expansão.

16. Qual o suporte da Associação para a Felinju?

A ACIJU é a entidade promotora da Felinju. Todo o planejamento, organização, divulgação, captação de expositores,

patrocinadores e parceiros, toda a dinâmica de promoção e realização do evento é feita pela associação.

17. Quantas bancas são montadas na Felinju?

Chamamos de estandes, cerca de 80 unidades nas últimas edições presenciais.

18. É cobrada taxa dos associados?

Sim, a ACIJU se mantem através das mensalidades pagas por seus associados.

19. É cobrada taxa para expor na Felinju?

Sim, boa parte do investimento feito na Felinju vem dos valores arrecadados com a comercialização dos estandes.

20. Quantos produtores expõem na Felinju?

Cerca de 60 produtores em cada edição.

21. Quais serviços são terceirizados na Felinju?

Toda a montagem física e divulgação do evento é feita por parceiros terceirizados.

22. Como são escolhidos outros setores para trabalharem durante a feira (alimentação, shows, iluminação, decoração, modelos, filmagem)

Todas as necessidades da Felinju são definidas por meio de comissões, diretoria ou equipe da ACIJU, buscando sempre a melhor opção para a qualidade do evento.

23. Como é organizada a programação cultural da Felinju? Quais os tipos de atrações?

A Felinju não tem programação cultural, trata-se de um evento com foco negocial e comercial. Paralelamente à Felinju, nas últimas edições presenciais, foi realizado o Festival Gastronômico Sabores de Juruaia, com a comercialização de pratos típicos mineiros e apresentações musicais de artistas e bandas da região.

24. Como ocorre a preparação para a Felinju por parte da Associação?

A ACIJU é a entidade promotora da Felinju. Todo o planejamento, organização, divulgação, captação de expositores, patrocinadores e parceiros, toda a dinâmica de promoção e

realização do evento é feita pela associação.

25. Quais os tipos de investidores para a realização da Felinju?

Poder público municipal e estadual (Prefeitura, Câmara de Vereadores, Secretarias e órgãos do governo estadual e o Governo de Minas), entidades representativas dos segmentos empresariais (Sebrae e Fiemg) e a iniciativa privada (cadeia produtiva e prestadores de serviços).

26. Quais as principais etapas da Felinju?

Definição da data, lançamento, comercialização de estandes e cotas de patrocínio, divulgação, contratação de fornecedores e prestadores de serviços, locações, preparação do Centro de Eventos, montagem da estrutura, realização da feira e programação.

27. Quanto a Felinju arrecada? Quanto é gasto para a realização da Felinju?

As últimas edições presenciais custaram para a ACIJU cerca de R$ 400.000,00 e as edições online cerca de 50% deste orçamento. A ACIJU não possui fins lucrativos com a Felinju, todo o valor levantado é investido no evento.

28. Quantas lojas de lingerie existem em Juruaia?

Aproximadamente 150 lojas.

29. Existem filiais de lojas de Juruaia em outras cidades? Quais e quantas?

Existem, mas não há levantamento feito sobre quantidade e localização. Ribeirão Preto e Varginha estão entre as cidades em que há lojas de marcas de Juruaia.

30. Qual o impacto econômico em números durante a realização da feira?

A feira proporciona um acréscimo nas vendas de todas as empresas de Juruaia, independentemente do segmento em que atuam. Também gera aumento na oferta de postos de trabalhos e renda dos trabalhadores da indústria, comercio e prestação de serviços.

31. Qual o impacto em número de visitantes durante a realização da feira?

A feira atrai uma grande quantidade de clientes e visitantes, não

apenas nos dias em que acontece, como também antes e depois de sua realização. Estima-se uma movimentação de cerca de 20 mil visitantes a cada ano, atraídos pela divulgação e realização da Felinju.

32. Existes patrocinadores? Quantos?

Sim, há patrocinadores do poder público e iniciativa privada. Cerca de 10 grandes parceiros a cada edição.

33. Conte-nos a história da Felinju aliada as vendas pela internet e divulgação de conteúdos nas redes sociais? Quem é responsável por cuidar das redes sociais?

A transformação da Felinju em um evento online em 2020 somente foi possível graças a organização e planejamento das empresas de Juruaia para as vendas por meio da internet, não apenas por redes sociais, mas também por sites bem produzidos e lojas virtuais otimizadas e com foco no cliente atacadista. Desde meados de 2010 as empresas de Juruaia já investiam na presença digital, aprimorando seus sites e tecnologias de contato com os clientes. Por mais que as empresas tenham investido em lojas físicas e eventos presenciais nos últimos anos, sempre houve a preocupação com a presença e otimização na internet.

34. Como eram feitas as vendas antes da Felinju?

Os registros que a ACIJU possui dão conta de que as vendas eram feitas porta a porta e até mesmo em feiras de rua, no tradicional formato de revenda que continua sendo praticado até hoje por milhares de pequenos empreendedores brasileiros.

35. Porque a associação foi criada? Como era organizada as vendas e comércio antes da Associação?

Para acompanhar e estimular o crescimento comercial e industrial da cidade e para representar, capacitar e fortalecer toda a sua classe empresarial, a Associação Comercial e Industrial de Juruaia – ACIJU foi fundada

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

4. Análise Descritiva do Bem Cultural:

Preparação/programação:

A feira começa a ser lançada com 10 meses de antecedência para facilitar a comercialização dos espaços e cotas de patrocínio, a preparação e divulgação. A preparação das cotas é feita por meio das vendas dos espaços/stands, é feita a busca por patrocinadores, apoiadores, montagem da equipe de estrutura dos stands, equipe de filmagem, marketing, equipes para desfiles, palestrantes, participantes, participantes do festival cultural, contato com expositores e comerciantes para participarem do Festival Gastronômico Sabores de Juruaia. (José Antônio da Silva, 2021)

O número de dias da feira é variável. Alguns anos ocorrem em 3 dias, em outros anos em 4 dias. Contudo, a época do ano em que ocorre o evento é faz parte estrutural do evento já que o feriado de 01 de maio, dia do trabalhador é o momento ideal que abarca o início da feira. Esta data é escolhida pela possibilidade que ocorra uma maior movimentação de pessoas e número de vendas. Portanto, como a época do ano é um elemento recorrente e estrutural da feira consideramos como elemento que deva ser protegido após a proteção, enquanto os detentores considerarem relevante para a comunidade.

Segundo a ACIJU as etapas da realização do evento se baseiam em: Definir a data, lançamento da data, comercialização de estandes e cotas de patrocínio, divulgação, contratação de fornecedores e prestadores de serviços, locações, preparação do Centro de Eventos, montagem da estrutura e realização da programação da feira. (ACIJU, 2021) Rosana Marques acrescenta que se faz necessário fazer o contato com a mídia e assessoria de imprensa e planejar junto com os expositores que participarão da feira. (Rosana Marques, 2021)

Programação cultural:

Os eventos culturais ocorrem paralelamente a Felinju. Na praça de alimentação d evento ocorre o Festival Gastronômico Sabores de Juruaia. No Festival ocorrem apresentações musicais de artistas da cidade e da região. (José Antônio da Silva, 2021) Segundo Tânia Mara Rezende os participantes e visitantes aguardam as apresentações dos cantores e bandas. (Tânia Mara Rezende, 2021). Podemos perceber que o Festival também tem como elemento tornar-se ponto de encontro para públicos variados e atrair visitantes para a feira. Contudo, segundo a ACIJU, associação promotora do evento, a Felinju não possui programação cultural. Ocorre paralelamente à Felinju, nas edições presenciais, a realização do Festiva Gastronômico Sabores de Juruaia. O evento gastronômico conta com comercialização de pratos típicos mineiros, apresentações musicais, artísticas e bandas. Contudo, a programação cultural não é um elemento estrutural da feira. Por outro lado, a própria realização da Felinju carrega elementos culturais com relação a formas de trabalho, identidade e referência local de Juruaia.

Programação da feira:

28/04/2021 à 01/05/2021:
Antes do evento são apresentadas algumas lojas. Foram feitos vídeos sobre o comércio local disponibilizados na plataforma da ACIJU no youtube. Neste ano foram apresentadas Angelical, Donna Dolce, Lindelucy, Psil, Universo Feminino, Del Laras, Charmy, Antonela D'Piza, Linda Sedução, Joyce Moda, Sonha da Lua, Nuance *Lingerie*, Doce Paixão, Intima Passion, Oficina do Pijama, Amorelie, Brilho de Mulher, Ouseuse, LeJolie, Fetelle, Art Stilo Praia e Fitness, Del Valle, Laniclê e Ceci Piza.

1º Dia

Abertura às 9h

Tânia Mara Rezende – Presidente da ACIJU

Carlos Melles – Presidente do Sebrae Nacional

Leonardo Mol de Araújo – Gerente da Regional Centro-Oeste e Sudeste do Sebrae/MG.

Alvaro Mariano Junior – Prefeito de Juruaia

José Antonio da Silva – Secretário de Desenvolvimento Econômico e Turístico de Juruaia.

Silmara Piza Bardi – Presidente da Câmara da Mulher – Empreendedora de Juruaia

Daniel José Marques – Presidente da Toque Brasil

Simone Marques Mariano – Presidente do Conselho Municipal de Turismo de Juruaia

Toniel Alves de Trindade – Presidente da Câmara de Vereadores de Juruaia

Valmir Rodrigues – Presidente da Federaminas

Patrick Martins – Diretor do Via Shop Moda

Tânia Mara Rezende – Presidente da ACIJU abre o evento.

19h Desfile oficial de abertura da Felinju Online 2021

20h Desfile exclusivo Intima Passion

2º Dia

19h Segundo desfile oficial da Felinju Online 2021

3º Dia

19h Terceiro desfile oficial da Felinju Online 2021

4º Dia

19h Quarto desfile oficial da Felinju Online 2021

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

5. Material Audiovisual

Material audiovisual será apresentado em CD.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

6. Documentação Fotográfica:

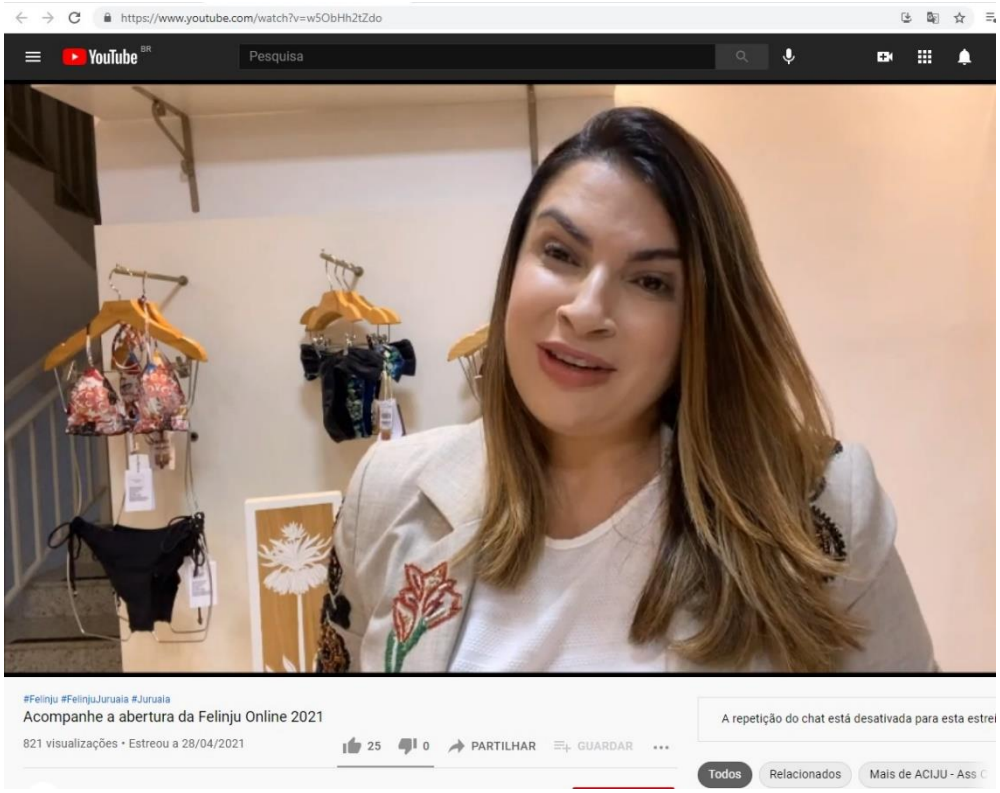


Imagem 1. Legenda: Primeiro dia de Feliju - Abertura às 9h - Tânia Mara Rezende – Presidente da ACIJU. Data: 21/05/2021 Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

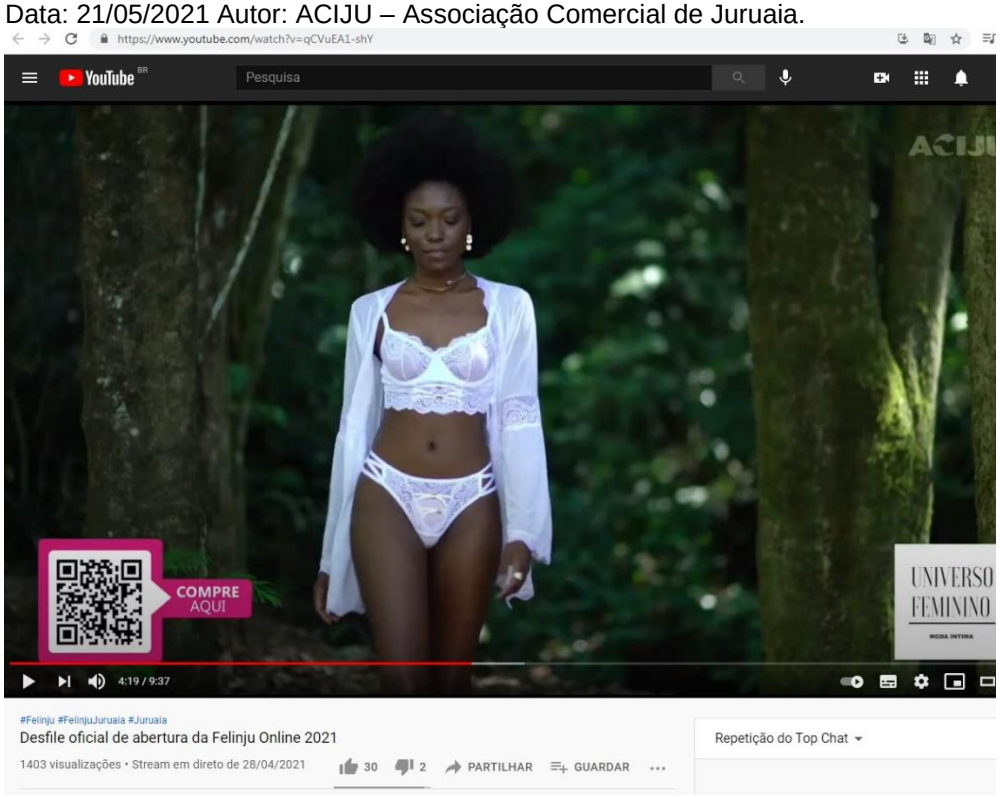


Imagem 2. Legenda: 19h Desfile oficial de abertura da Felinju Online 2021 Data: 21/05/2021 Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

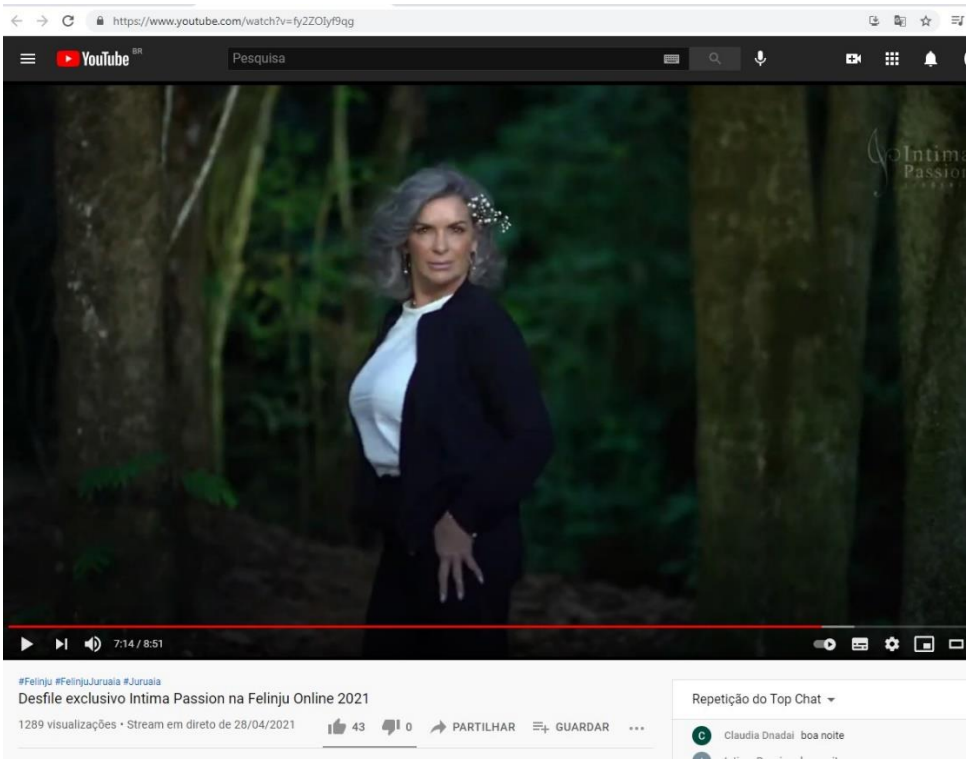


Imagem 3. Legenda: 20h Desfile exclusivo Intima Passion. Data: 21/05/2021 Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

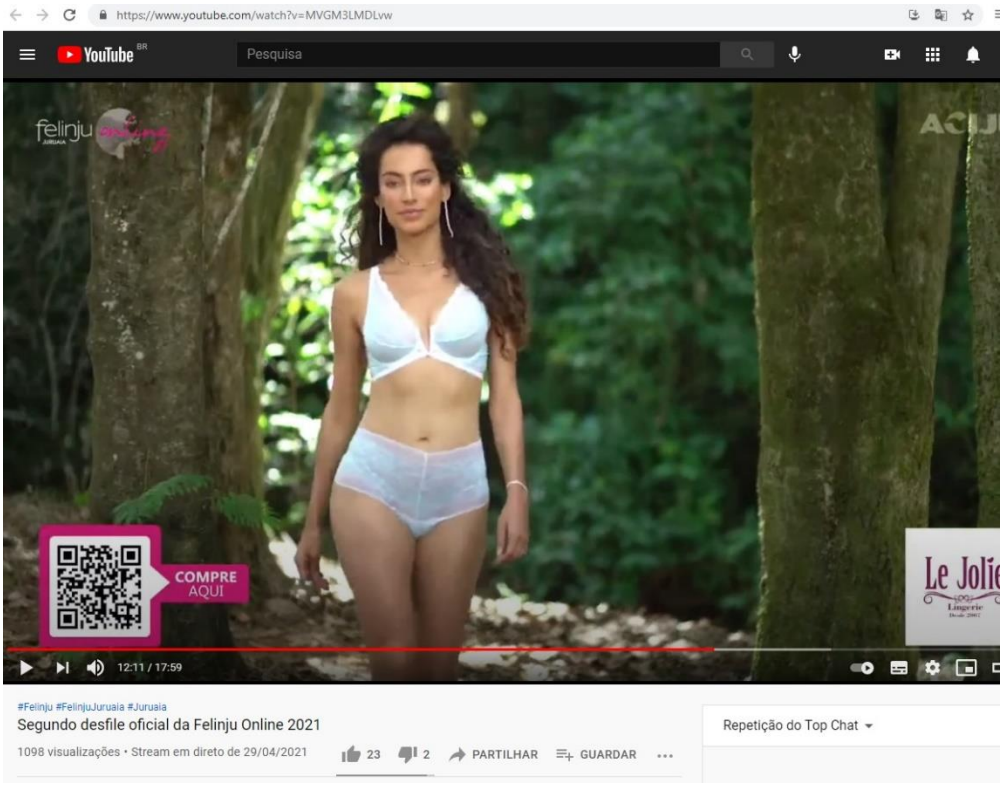


Imagem 4. Legenda: 2º Dia - 19h Segundo desfile oficial da Felinju Online 2021. Data: 22/05/2021 Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

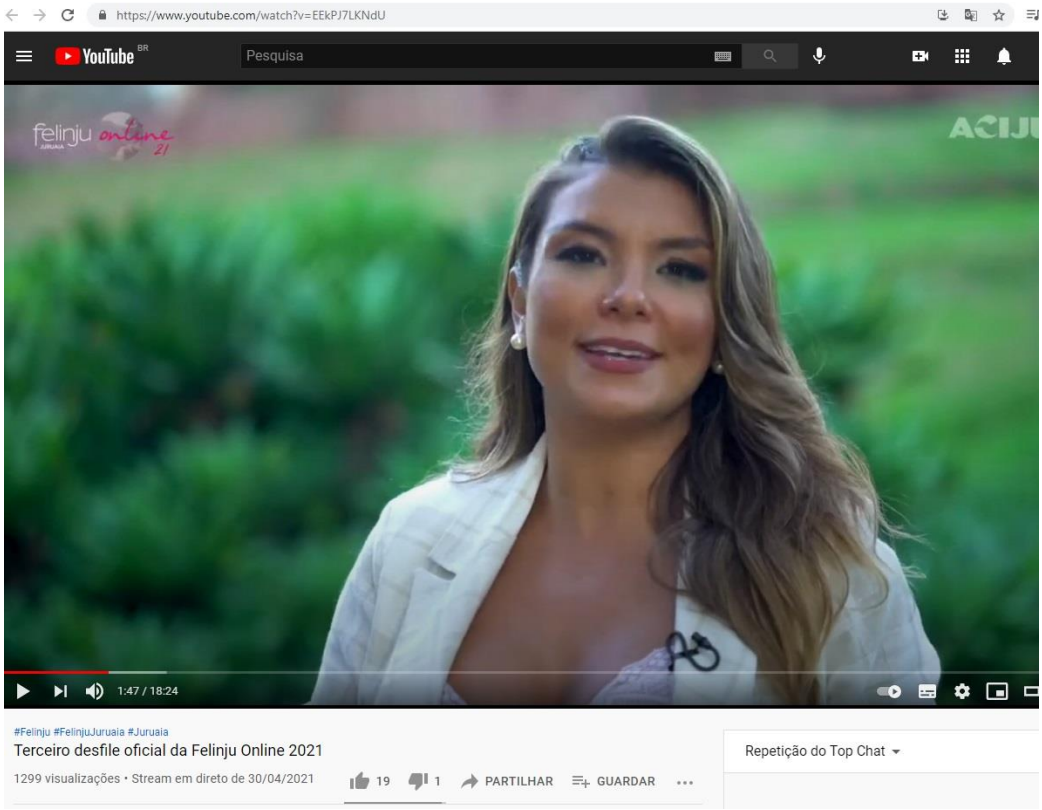


Imagem 5. Legenda: 3º Dia - 19h Terceiro desfile oficial da Felinju Online 2021. Data: 22/05/2021 Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

Imagem 6. Legenda: 4º Dia - 19h Quart desfile oficial da Felinju Online 2021. Data: 22/05/2021 Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Imagem 7: Primeiro cartaz da Felinju. Data: 1998. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

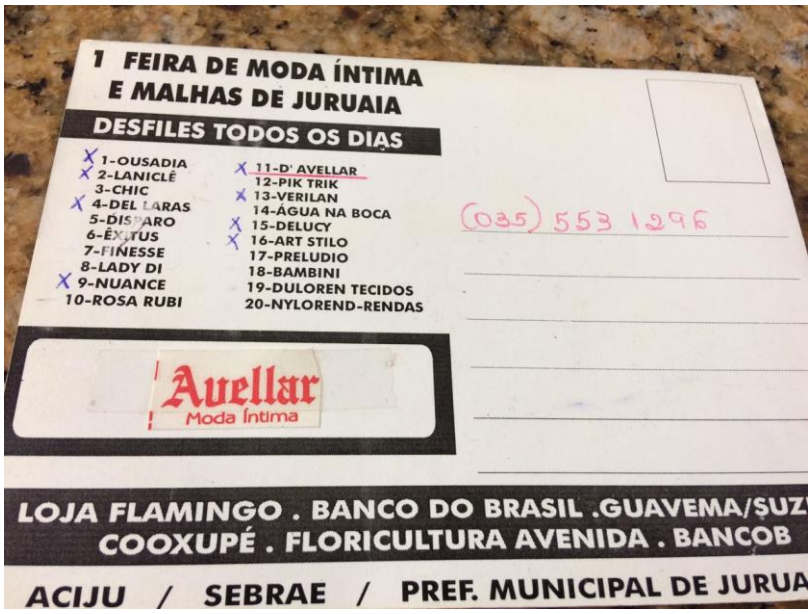


Imagem 8: Cartilha da programação da Felinju, de acordo com cada loja participante. Data: 2005. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Imagem 9: Cartaz da 2º Felinju. Data: 1999. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

Imagem 10: Matéria no G1 sobre o mercado de lingerie de Juruaia e a mão de obra das mulheres. Data: 01/05/2021 Fonte: https://g1.globo.com/mg/sul-de-

minas/felinju/2021/noticia/2021/05/01/mulheres-saem-de-empregos-formais-e-conquistam-estabilidade-financeira-como-revendedoras.ghtml

Imagem 11: Estande da confecção Ousadia, durante 1° Felinju. Data: 1998. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Imagem 12: Vendedoras em estande da loja Ousadia, durante 1° Felinju. Data: 1998. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

Imagem 13: Entrada de Juruaia possui o *slogan* de “A capital da lingerie”. Data: 21/05/2021 Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

Imagem 14: Desfile da 8º Felinju. Data: 2015. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Imagem 15: Empresários nos estandes, na primeira Edição da Felinju. Data: 1998. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Imagem 16: Vendas em estandes durante a 1° Feira da Felinju. Data: 1998. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

Imagem 17: Modelo e vendedora durante da Felinju. Data: 1998. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Imagem 18: Expoju - Centro de Eventos Ilka Junho Anastasia, onde ocorre a Felinju. Data: 21/05/2021 Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

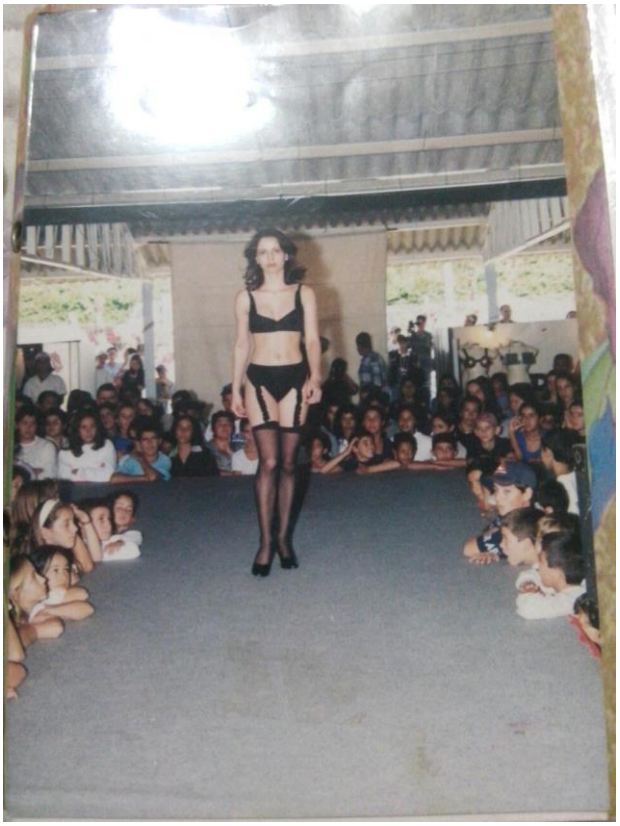


Imagem 19: 1° Desfile da Felinju. Data: 1998. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Imagem 20: Visão panorâmica de estandes da Felinju, durante o último evento presencial. Data: 21/05/2019. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

Imagem 21: Modelo de estande na Felinju. Data: 21/05/2021 Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Imagem 22: Comunicados durante o evento da Felinju. Data: 21/05/2021 Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

Imagem 23: Última exposição antes da pandemia de COVID-19. Data: maio de 2018. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Imagem 24: Exibição de *lingeries* por modelos durante a 1° Feira. Data: 1988. Autor: ACIJU – Associação Comercial de Juruaia.

7. Plano de Salvaguarda

O patrimônio imaterial possui elementos subjetivos, significativos e estruturais de uma determinada comunidade. A valorização dos bens imateriais é o objetivo central de sua patrimonialização. O ato de protege-los requer reconhecer as características sociais, culturais, econômicas, cotidianas e históricas que estes bens possuem. São produtos e produtoras da identidade e referência local. Contudo, levamos em consideração que somente a documentação do dossiê não é suficiente para proteger as memórias locais, os bens materiais que compõem o bem, as diversas perspectivas sobre o patrimônio e as diferentes narrativas. Diante disso, existe a necessidade de construir um pano de salvaguarda, para que o trabalho de patrimonialização continue sendo feito. Desta maneira, a historicidade, os significados e importância do bem sejam completados anualmente. Assim, as mudanças próprias de todo patrimônio cultural possam ser compreendidas pelos seus detentores e comunidade. Pontuamos a necessidade deste plano para que a proteção dos bens patrimoniais seja uma prática sistemática.

Todo bem patrimonial é passível de ameaças. Contudo, o patrimônio imaterial possui particularidades. Por se tratar de um bem que está em constante transformação já que tem suas bases construídas na subjetividade humana, temos que identificar as vulnerabilidades e possibilidades de ameaças a preservação do patrimônio. Além disso, a constante atuação da ação humana temos a oralidade como fonte principal de dados. A mesma deve ser preservada para as futuras gerações, de forma que o acesso seja democrático e sistemático. Compreendemos que a oralidade e a memória é subjetiva e individual. Por isso, a vulnerabilidade do patrimônio imaterial é maior. Dessa forma, requer um maior cuidado para sua salvaguarda.

A educação patrimonial é o principal aliado para preservação do patrimônio cultural. O acesso ao conhecimento sobre o patrimônio cultural é um direito constitucional. Acreditamos que a educação formal e informal é o maior vetor para efetiva compreensão e meio de acesso a conteúdo sobre patrimônio cultural. Portanto, levamos em conta a importância do bem, as ameaças que pode sofrer e a forma viável para preservação do mesmo neste plano de salvaguarda.

7.1. Diagnóstico da situação do bem cultural imaterial na ocasião do início da instrução do processo de Registro

Ricos identificados:

- Reduzir a historicidade do bem ao aspecto econômico. Faz-se necessário compreender as narrativas de todos os grupos sociais detentores do bem. Destacamos as costureiras formais e informais como detentoras da prática da construção do material básico da feira. O ato de costurar, portanto, é a estrutura que possibilita e conforma a historicidade do bem junto a história do município de Juruaia.
- Fazer-se compreender a realidade de como são feitas as *lingeries* de Juruaia, privilegiando a participação de mulheres e homens que costuram, representativos de diversas classes sociais.
- Reduzir a historicidade do bem a narrativas somente de uma classe detentora. As classes detentoras que devem ser privilegiadas e possuem propriedade sobre o bem são: trabalhadores/as informais e formais de confecções (costureiras/os) de *lingeries*, modelos, empresárias/os, proprietários de lojas formais e informais, comunidade local e associações (ACIJU e Toque Brasil).
- Não resguardar elementos essenciais da Felinju, dentre eles podemos destacar: desfiles, estandes, o maior sutiã do brasil, atuação das associações e participação das costureiras formais e informais na produção e incentivos públicos e privados.

7.2. Diretrizes para a valorização e a continuidade do bem junto à comunidade com descrição detalhada das ações a serem desenvolvidas.

A Felinju representa a identidade do município de Juruaia, não só os detentores do bem. Percebemos que o poder público e a própria comunidade local apropriaram-se do bem patrimonial para construir a imagem juruaiense. Neste sentido, o poder público possui o compromisso de valorizar e divulgar o bem. A comunidade possui a responsabilidade de valorizar, divulgar e atribuir valor aos aspectos de referência que

a feira tem. Ou seja, a comunidade deve eleger os elementos que tem mais significado para os detentores. Neste sentido, consideramos e propomos que sejam realizadas ações:

* Atividades de educação patrimonial que se baseiem nas narrativas orais de todos os agentes sociais da indústria do setor. Deve levar em conta a história do município junto a história do bem. Utilização de dados fornecidos pelas associações para embasar atividades patrimoniais.

* Oficinas profissionalizantes que ao mesmo tempo impactem a vida profissional de mulheres também impactem na compreensão que os modos de fazer também são patrimônio cultural

* Criação de projetos que aliem a Felinju a aspectos culturais municipais, não somente aspectos econômicos.

*Divulgação das informações contidas no dossiê e utilização do material para propostas de educação patrimonial em instituições formais e informais de ensino.

* Divulgação do material do dossiê para o Setor de Cultura do município.

*Incentivo profissionalizante ao modo de fazer *lingerie* em Juruaia.

*Proteção dos bens materiais contidos no bem imaterial, por exemplo, o maior sutiã do Brasil.

* Criação de banco de dados com os relatos transcritos dos detentores do bem.

*Promoção de palestras sobre o aspecto de Patrimônio Cultural da Felinju e de identidade local.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

7.3. Cronograma gráfico, com a previsão de dois anos no mínimo, para o desenvolvimento de cada ação de proteção e de salvaguarda

O cronograma a seguir prevê ações para os anos de 2022 e 2023, organizado em 24 meses os quais foram distribuídos em ações trimestrais:

	Não executados		Executados no ano em vigor

Ações	2022				2023			
	1ºtrimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre	1ºtrimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre
Idealizar atividades de educação patrimonial direcionada para o público escolar e comunidade.	1				1			
Reuniões entre o Setor da Secretaria Cultural do município, Conselho de Patrimônio Cultural com o intuito de elaborar projetos para a manutenção, promoção e permanência da Felinju	1				1			
Reunião com jovens, idosos e grupos específicos para a visitação em indústrias, empresas de *lingeries*, na feira e nas associações.		1				1		
Realizar oficinas profissionalizantes e de valorização para jovens vulneráveis		1				1		
Realizar eventos, publicações e promoção com o intuito de divulgar a Felinju		1				1		

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Promover e realizar atividades e palestras que discutam sobre a Felinju e seus elementos culturais			1				1	
Realizar atividades com empresários, costureiras, modelos e associações para levantamentos de relatos relacionados a Felinju e Juruaia.				1				1
Realizar atividades de educação patrimonial direcionada para o público escolar e comunidade				1				1

8. Referências:

BARTHES, Roland *Inéditos 3: Imagem e Moda*. SP: Martins Fontes, 2005.

BEORDO, Mateus; MOURA, L. M.; ENGLER, H. B. R. Identidade: o empreendedorismo na indústria de *lingerie* em Franca/SP. Revista Iluminart, v. 1, p. 28/5-38, 2009.

Buratto, Giseli C. Caldeira; FORNASIER, Cleuza Bittencourt Ribas. A INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS SUBJETIVOS NA COMPRA DE *LINGERIE*. Projética, v. 6, p. 119.136, 2015.

BRAUDEL, Fernand. *Civilização Material, Economia e Capitalismo- Séculos XV-XVIII: As Estruturas do Cotidiano*. Volume 1. SP: Editora Martins Fontes, 2005.

CARNEIRO, Maria José. “Trabalho, ‘ajuda’ e disputas: uma etnografia das confecções de *lingerie* em domicílios rurais.” In: Estudos de Sociologia, Araraquara, v.11, n.20, p.99-125, 2006.

CARVALHO, Luciana Gonçalves de (2004), “Inventariando saberes, criando patrimônios”, Textos Escolhidos de Cultura e Arte Popular, 1(1), 43-52.

CERTEAU, Michael de. A invenção do Cotidiano – 1: Artes de Fazer. Petrópolis, Vozes, 1994.

DEBOM, Paulo. Moda: nascimento, conceito e história. In: Veredas da História, [online], v. 11, n. 2, p. 7-25, dez., 2018.

DEBOM, Paulo. O vestuário e a moda enquanto fontes para o estudo da história. In: ENCONTRO REGIONAL DE HISTÓRIA DA ANPUH-RIO: Saberes e práticas

científicas, 16., 2014, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: ANPUH-Rio, 2014. Sem paginação. Disponível em: Acesso: 03 jul. 2016.

Eliza, Fernanda. "Redes de Cooperação de Micro e Pequenas Empresas: Mecanismo de Desenvolvimento Local no Polo Industrial de Juruaia – MG." Revista de Gestão e Organizações Cooperativas [Online], 1.1 (2014): 54-60. Web. 7 Jun. 2021

FOGUETEIRO, Z. Das raízes às flores. Juruaia: Gráfica CS Eireli, 2020.

FORNARI, L. ; MORETTO, C. F. A Indústria de Confecção de *Lingeries* no Município de Guaporé (RS): algumas evidências em termos da estrutura e principais características do processo produtivo. Ensaios FEE (Impresso), v. 34, p. 715-738, 2013.

GELLACIC, G. B. Uma breve história daquilo que não se vê: as *lingeries* e as funções sociais femininas. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais. Ano, v. 1, 2013.

MASCARENHA, G; Dolzani, M. Feira livre: Territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea - DOI 10.5216/ag. v2i2.4710. Ateliê Geográfico, 2(2), 2008, 72-87. https://doi.org/10.5216/ag.v2i2.4710 Acesso: 30/01/2019 às 9h50min.

MONIZ, M. C. (1989). As Feiras Medievais de Évora. Revista de Guimaraes., Nº. 99, 1989 , p. 200-245.

PORTER, M. E. On Competition: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campos, 1998.

SHERIFF, A. M. A costa da África oriental e seu papel no comércio marítimo. In: História geral da África II: África antiga 2ª. ed. Rev. Brasília: UNESCO, 2010, p. 607-626.

Teixeira, E. B., Vitcel, M. S., & Costa Beber, M. (2011). Cooperação Estratégica, Redes de Cooperação e Desenvolvimento Regional: o caso Unijui/Sedai. *Desenvolvimento Em Questão*, *5*(10), 187–210. https://doi.org/10.21527/2237-6453.2007.10.187-210

ACIJU - Associação Comercial de Juruaia

Toque Brasil

https://bnsa.com.br/institucional-2/

Fontes:

D. Dinis I (1278-1325). In: FREITAS, Gustavo de. 900 textos e documentos de História. v. I. Lisboa: Plátano, 1977, p. 156. Adaptado.

https://www.bheventos.com.br/noticia/04-06-2018-a-21-felinju-aposta-no-crescimento-de-15-em-vendas

https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor

https://www.abit.org.br/cont/quemsomos

ACIJU - Associação Comercial de Juruaia – Atas da ACIJU

Toque Brasil

IBGE, 2021: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/juruaia/panorama

https://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/felinju/2021/noticia/2021/05/01/mulheres-saem-de-empregos-formais-e-conquistam-estabilidade-financeira-como-revendedoras.ghtml

https://www.felinjujuruaia.com.br/

https://janome.com.br/overloque-galoneira-ou-tradicional-que-maquina-eu-preciso/

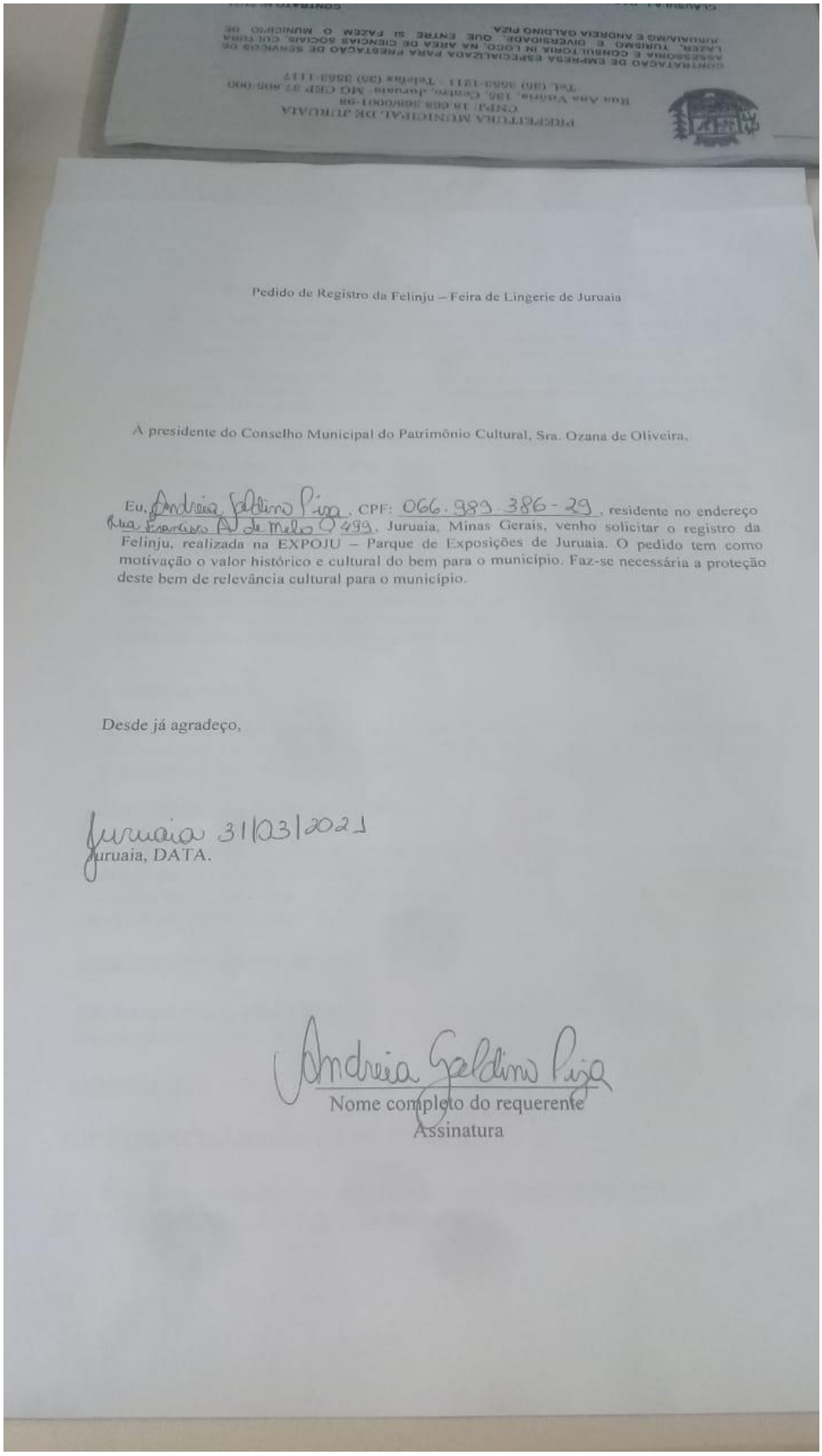
http://www.maquinasuniao.com.br/tudo-sobre-maquina-de-costura-reta-industrial/

Entrevistas:

Entrevista Hortência, 2019.
Entrevista José Carlos Filho, 2019.
Entrevista José Antonio da Silva, 2021.
Entrevista José de Oliveira Maria, 2021.
Entrevista Tânia Mara Rezende, 2021.
Entrevista Andreia Galdino Piza, 2021
Entrevista Tereza de Fátima Barbosa Miranda, 2021.
Entrevista ACIJU – Associação Comercial e Industrial de Juruaia
Entrevista Toque Brasil
Entrevista Rosana Marques, 2021
Entrevista Luciene Silva Lopes, 2021.
Entrevistas Marilza F. de Carvalho.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

9. Cópia do pedido de registro:



Pedido de Registro da Felinju – Feira de Lingerie de Juruaia

À presidente do Conselho Municipal do Patrimônio Cultural, Sra. Ozana de Oliveira,

Eu, Andreia Geldino Piza, CPF: 066.989.386-29, residente no endereço Rua Francisco A. de Melo 499, Juruaia, Minas Gerais, venho solicitar o registro da Felinju, realizada na EXPOJU – Parque de Exposições de Juruaia. O pedido tem como motivação o valor histórico e cultural do bem para o município. Faz-se necessária a proteção deste bem de relevância cultural para o município.

Desde já agradeço,

Juruaia 31/03/2021
Juruaia, DATA.

Andreia Geldino Piza
Nome completo do requerente
Assinatura

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

10. Declaração de anuência

Ao

Conselho Municipal de Patrimônio Cultural de Juruaia

Juruaia, 18 de novembro de 2021

DECLARAÇÃO DE ANUÊNCIA

A ACIJU – Associação Comercial de Juruaia, situada à RuaTiradentes 135 sala B, bairro centro, CNPJ: 02.230.458/0001-62 aqui representada pelo seu presidente Tânia Mara Rezende, declara para fins de Registro de Patrimônio Cultural de natureza imaterial, que em comum acordo com o Conselho Municipal de Patrimônio Cultural anui ao Registro Imaterial da Feira de Lingerie de Juruaia – Felinju.

Sendo assim, não nos opomos ao referido Registro.

Nada mais a declarar,

Tânia Mara Rezende
Nome do Presidente
Presidente da ACIJU – Associação Comercial de Juruaia

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

11. Cópia da ata da reunião do Conselho Municipal de Patrimônio Cultural que aprova o dossiê

Ata da 34ª (trigésima quarta) reuniãodo Conselho Municipal do Patrimônio Cultural de Juruaia - COMPAC- e 4ª reunião do ano de 2021, realizada em 16 (dezesseis) de novembro de 2021 (dois mil e vinte e um), às 17(dezessete) horas, na sala de reunião da Secretaria de Educação de Juruaia, localizada à rua dos Silveiras, número 65 (sessenta e cinco). Em convocação extraordinária, de portas abertas, tivemos a presença dos seguintes membros efetivos e suplentes, representantes do poder executivo, legislativo e da sociedade civil: Beatriz Cristina Castro Piza,Ozana de Oliveira, Cláudia Aparecida Garcia, Izabel de Fátima Costa, Cláudia Rezende dos Reis, Reginaldo Reis, Elizandra Eduarda de Rezende, Fabiana Tristão Mariano e Paula Eduarda Silva Barbieri. A reunião foi conduzida pela Presidente Ozana de Oliveira que agradeceu a presença de todos.Seguindo a reunião, Ozana explicou sobre a obra do Castelinho e seu entorno com sua total legalidade para tal manutenção, a obra foi licitada no valor de 120.000,00(cento vinte mil reais), mas que devido algumas falhas o projeto sendo está reavaliado. Na sequência, foi apresentado o dossiê da FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia, o qual foi aprovado por todos os conselheiros presentes. Os conselheiros aprovaram ainda a Execução do plano de inventário Zona 1 -Distrito Sede e Zona 3 - Rural, e sua divulgação. Os bens escolhidos para serem inventariados foram: Igrejinha (Capela Sagrada Família) Bairro Guinézinho, Cachoeira Eufrásia, Acervo da Biblioteca Municipal, Praça Ilídio José Piza, Fanfarra Escola Estadual Eduardo Senedese, Hino de Juruaia, Felinju – Feira de Lingerie de Juruaia, e Festa São Vicente de Paula. Ozana comunicou ainda que o documentário sobre a Felinju possuiu um custo de 6.000,00(seis mil) reais, um valor bem abaixo do previsto. Ozana fez um breve relato sobre o sucesso do álbum de figurinhas sobre os bens do patrimônio protegido pelo Município, o qual teve um custo de 9.450,00(nove mil e quatrocentos e cinquenta) reais. Foi também colocado sobre fazer uma exposição na biblioteca municipal com fotos históricas de Juruaia, e que a exposição terá um custo com placas que serão impressas, projeto aprovado por todos.Ozana ainda informou que foram licitados os brindes para a continuação da Festa de São Sebastião, a qual estava com os utensílios de cozinha totalmente deteriorados, no valor de 20.000,00 (vinte mil) reais. Sem mais, a Presidente agradeceu a presença de todos e solicitou que fosse lavrada ata para tudo constar, a qual vai assinada por mim, Beatriz Cristina Castro Piza, secretária deste Conselho, pela Presidente, pelos demais membros que se fizeram presentes. Beatriz Cristina Castro Piza, Ozana de Oliveira, Elizandra E. Rezende, Paula Eduarda Silva Barbieri, Cláudia Aparecida Garcia, Izabel de Fátima Costa, Reginaldo Reis, Fabiana Tristão Mariano, Izabel.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

12. Cópia das publicidades

COMPAC
CONSELHO MUNICIPAL DO PATRIMÔNIO CULTURAL

EDITAL DE ABERTURA DE PROCESSO DE REGISTRO IMATERIAL

A Secretaria Municipal de Educação e Cultura, Esporte e Lazer, a Presidente do Conselho Municipal de do Patrimônio Cultural, no uso de suas atribuições legais, notifica a todos/as que vierem a ter conhecimento deste Edital, que o, Conselho Municipal de do Patrimônio Cultural de Juruaia, em reunião ordinária do mês de abril, aprovou a solicitação de REGISTRO IMATERIAL DA FEIRA DE LINGERIE DE JURUAIA - FELINJU, realizada desde 1998 pela ACIJU – Associação Comercial de Juruaia. Os interessados poderão anuir ao registro ou oferecer, se o quiserem, impugnação no prazo de 15 (quinze) dias, à Presidência do Conselho citado.

Assim, até a efetivação do processo de registro imaterial desse importante evento cultural para a cidade, a mesma passa a receber toda forma de proteção, acautelamento, e salvaguarda, que forem necessárias para sua continuidade histórica neste Município.

Juruaia, 04 de maio de 2021.

Ozana de Oliveira
Presidente do Conselho Municipal do Patrimônio Cultural de Juruaia- MG

Beatriz Cristina Piza
Secretária Municipal de Educação, Cultura, Esporte e Lazer

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

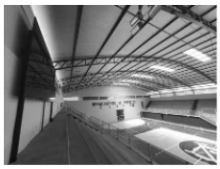
Prefeitura de Botelhos inaugura obras de revitalização da Praça Gabriel Botelho e do Ginásio Poliesportivo

A Prefeitura de Botelhos fez duas importantes entregas para a população, em novembro. O centro da cidade ficou mais valorizado e bonito após a revitalização da Praça Gabriel Botelho, principal ponto de encontro da população. O piso, que estava danificado pela falta de muitas pedrinhas e pelos danos causados por raízes de árvores foi totalmente trocado e os canteiros foram reformados. A revitalização agradou aos moradores, que se manifestaram nas redes sociais da Prefeitura.

Outro momento importante também foi a reinauguração do Ginásio Poliesportivo Paulo Roberto Borba, que além de nova pintura nas paredes e quadras, recebeu melhorias como mais segurança para o público, com corrimão nas arquibancadas além da instalação de aparelhos de televisão para transmissão do placar e de jogos.

As inaugurações aconteceram na noite de 26 de novembro e foram prestigiadas pelo Deputado e Vice Presidente da Assembleia Legislativa, Antônio Carlos Arantes e pelo Assessor do Deputado Federal Bilac Pinto, Daniel Donizetti.

Estiveram presentes Diretores e Secretários Municipais, o Presidente da Câmara Municipal, vereador Rony Ribeiro, acompanhado dos vereadores Wellington Fernando, Luis Antônio Vilas Boas, Charlles Ferreira, Jeferson Jacon, Valdevino Gonçalves e o Comandante da Polícia Militar de Botelhos, Tenente Keiller.



O Prefeito Eduardo Oliveira ressaltou a alegria daquele dia, em que entregavam as melhorias para a população, todas realizadas com recursos próprios do Município. Foram entregues também 3 novos veículos, sendo um deles, um caminhão.

CAGED

Guaxupé teve saldo positivo na geração de empregos com carteira assinada em outubro

MÊS: OUTUBRO/2021	ADMISSÕES	DESLIGAMENTOS	SALDO
Alterosa	34	21	13
Arceburgo	76	46	30
Areado	40	44	-4
Bom Jesus da Penha	5	4	1
Botelhos	60	63	-3
Cabo Verde	29	37	-8
Conceição da Aparecida	14	35	-21
Guaranésia	203	147	56
Guaxupé	812	554	258
Jacuí	16	9	7
Juruaia	112	129	-17
Monte Belo	96	249	-153
Monte Santo de Minas	93	89	4
Muzambinho	136	153	-17
Nova Resende	63	81	-18
São Pedro da União	10	10	0
TOTAL	**1.799**	**1.671**	**128**
CIDADES POLO			
Poços de Caldas	2.386	1.894	492
Alfenas	804	709	95
São Sebastião do Paraíso	598	585	13
Passos	1.007	959	48
TOTAL	**4.795**	**4.147**	**648**

Nove cidades da AMOG tiveram índice negativo em outubro com 241 demissões. Monte Belo foi a maior com 153 desligamentos.

Índice de empregos no Brasil

O Ministério do Trabalho e Previdência informou na terça-feira (30/11) que foram gerados 253.083 empregos com carteira assinada em outubro. O números fazem parte do Novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Novo Caged). Conforme o levantamento, o saldo é de 2,6 milhões de novas vagas nos dez primeiros meses deste ano.

Na avaliação do ministro do Trabalho e Previdência, Onyx Lorenzoni, o saldo positivo na criação formal de empregos é uma demonstração da recuperação formal da economia.

"Apenas neste ano, mesmo com os efeitos ainda do 'fique em casa, a economia a gente vê depois', conseguimos gerar mais de 2,6 milhões de novos postos formais de trabalho", afirmou o ministro.

No mês passado, o setor de serviços gerou 144,6 mil postos de trabalho. No comércio, foram criadas 70,3 mil vagas. Em terceiro lugar, o setor da indústria teve saldo de 26,6 mil novos empregos.

Os estados de São Paulo (76,9 mil), Minas Gerais (21,3 mil) e Rio de Janeiro (19,7 mil) foram as unidades da federação que mais geraram postos de trabalho.

Juruaia

Prefeito Celsinho decreta registro da Felinju como patrimônio imaterial da cidade

Na sexta-feira (25/11), o Prefeito Celsinho assinou o Decreto Municipal nº1.443/2021 que "homologa o registro da Felinju como patrimônio imaterial do município". A Feira de Lingerie de Juruaia é realizada há 24 anos no fim do mês de abril e início do mês de maio.

No dia 25 de novembro a empresa de consultoria Triângulo Multiprojetos entregou para o Departamento de Cultura, o dossiê de registro imaterial da Felinju e o mesmo foi aprovado pelo Conselho Municipal de Patrimônio. O prefeito, de posse da ata do conselho, editou o decreto de nº 1.443, transformando a Felinju com um patrimônio cultural da cidade.

"A Felinju traz para a cidade um enorme desenvolvimento artístico, turístico e econômico, elevando o potencial cultural da cidade, em criatividade e confecção de peças desde sua criação até a comercialização. Quando expomos nosso potencial produtivo, vinculamos a ele nossa história, nossas raízes, nosso conhecimento, nossa crença. A Felinju é a divulgação mais preciosa de nossas riquezas culturais, sendo assim, um patrimônio imaterial de grande importância que merece ser conservado e está registrada como Patrimônio Cultural de Juruaia pelo Decreto Municipal, nº 1.443 de 25 de Novembro de 2021", ressalta a supervisora de Cultura de Juruaia, Ozana de Oliveira.

Felinju se transformou como patrimônio cultural da cidade

Para o prefeito Celsinho, a Felinju é maior representação da cultura e economia de Juruaia. "É um dos momentos mais importantes para a nossa cidade e que mostra a competência de nosso povo e nossa veia empreendedora", disse o prefeito.

FELINJU - A Felinju é um dos maiores eventos de moda íntima do país e, definitivamente, o maior de Minas Gerais, realizado em Juruaia – a Capital da Lingerie.

A primeira edição aconteceu em 1998. Na época a Feira contava com desfile de coleções em locais ao ar livre. Na última edição presencial, 20 mil visitantes passaram pelo Centro de Eventos (EXPOJU) para visitar os estandes e assistir aos desfiles diários com os lançamentos da coleção outono/inverno.

Em 2020, por causa da pandemia do novo coronavírus, ganhou sua primeira edição totalmente online, sendo pioneira no setor de eventos de moda, conquistando destaque em todo o Brasil e mantendo as vendas por meio dos canais digitais aquecidas. Em 2021, 50 empresas participaram da feira on-line.

Além dos desfiles exclusivos e dos estandes especialmente decorados e cheios de novidades do mundo da moda, o evento se une ao Festival Gastronômico Sabores de Juruaia, com muita variedade de comidas típicas e bebidas com shows regionais.

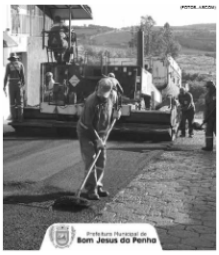
A história da Felinju também está sendo registrada em um documentário produzido pelo Departamento de Cultura de Juruaia.

GRÁFICA STILLO
Fone: (35) 3571-1345
(35) 3571-1892
Panfleto - Flyer - Cartaz - Folder - Catálogo
Etiqueta - Tag - Jornal - Convite de Casamento
Convite de Aniversário - Cartão de Visita
Formulário Contínuo - Talão de Pedido
Impressos em Geral - Ploter - Encadernação
Plastificação - Xerox A4 e A3 - Papel A4
Rua João Pessoa, 147 - A - Centro - Muzambinho-MG
(em frente a Padaria Moderna)

{ O fato & A foto }

Bom Jesus da Penha: Nos últimos dias foram iniciadas as obras de pavimentação das ruas Rua Domingos Barulho e Rua Diretora Dona Tuniquinha.

São obras importantes da administração, buscando atender solicitações da comunidade.



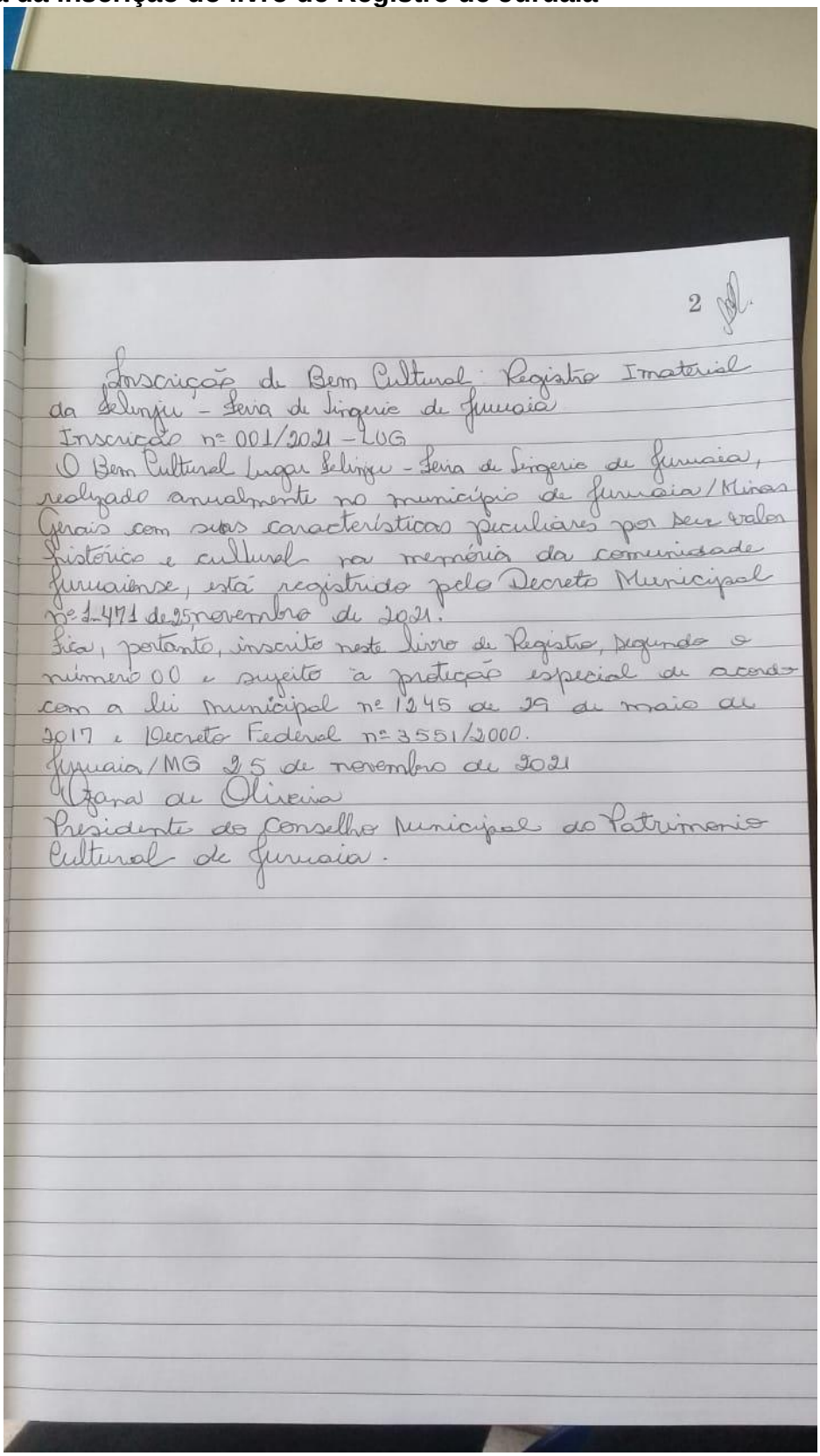
PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

13. Cópia das eventuais manifestações:

Não houveram manifestações contrárias ao registro da Felinju – Feira de Lingerie de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

14. Cópia da inscrição do livro de Registro de Juruaia



2

Inscrição de Bem Cultural: Registro Imaterial da Felinju - Feira de Lingerie de Juruaia
Inscrição nº 001/2021 - LUG
O Bem Cultural Lugar Felinju - Feira de Lingerie de Juruaia, realizado anualmente no município de Juruaia/Minas Gerais com suas características peculiares por ser valor histórico e cultural na memória da comunidade juruaiense, está registrado pelo Decreto Municipal nº 1.471 de 25 novembro de 2021.
Fica, portanto, inscrito neste livro de Registro, segundo o número 00 e sujeito à proteção especial de acordo com a lei municipal nº 1245 de 29 de maio de 2017 e Decreto Federal nº 3551/2000.
Juruaia/MG 25 de novembro de 2021
Ozana de Oliveira
Presidente do Conselho Municipal do Patrimônio Cultural de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

15. Decreto de homologação do Registro da Felinju

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA
Estado de Minas Gerais

DECRETO Nº 1.443 DE 25 DE NOVEMBRO DE 2021

"Homologa o registro da FELINJU (Feira de Lingerie de Juruaia) como patrimônio cultural imaterial do Município de Juruaia – MG e dá outras providências."

O PREFEITO DO MUNICÍPIO DE JURUAIA, Estado de Minas Gerais, no uso de suas atribuições legais, conferidas pela Lei Orgânica Municipal,

CONSIDERANDO que a preservação dos valores históricos, sociológicos e culturais são questões indissolúveis da existência do homem;

CONSIDERANDO que a FELINJU (Feira de Lingerie de Juruaia) é uma feira de importância histórica, econômica e cultural, e que por meio da tradição se mantém viva em seus costumes revelando a identidade cultural de um povo;

CONSIDERANDO que a proteção por meio de registro da manifestação cultural, não só reconhecerá esses valores, como também proporcionará busca pela salvaguarda dessa importante feira para o município de Juruaia;

CONSIDERANDO que o registro da FELINJU (Feira de Lingerie de Juruaia) como um bem Cultural Imaterial do Município de Juruaia enriquece o acervo Cultural do povo Juruaiense;

CONSIDERANDO a aprovação do registro da FELINJU (Feira de Lingerie de Juruaia) como Patrimônio Cultural do Município, pelo Conselho Municipal do Patrimônio Cultural de Juruaia;

CONSIDERANDO que o registro da Felinju (Feira de lingerie de Juruaia) como Patrimônio Cultural Imaterial Juruaiense se destina a proteger a dimensão desse espaço sócio Cultural que movimenta a economia local e atrai turistas a cidade,

DECRETA:

Art. 1º Fica homologado o registro da FELINJU (Feira de Lingerie de Juruaia) como Patrimônio Cultural Imaterial do Município havido pelo Conselho Municipal do Patrimônio Cultural (COMPAC) de Juruaia por se constituir numa das mais expressivas formas de manifestação cultural do Município

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA
Estado de Minas Gerais

a ser tutelada com proteção especial do poder Público Municipal, que velará para que os efeitos previstos em normas disciplinadoras sejam devidamente respeitados.

Art. 2º Em razão da homologação do Registro de que se trata o artigo anterior, deverão ser precedidos os assentamentos em livro próprio, conforme determina a Lei Municipal nº 1.245 de 29 de maio de 2017, pela sua significação histórica e sua ligação com o sentimento sagrado da festa pela população do Município.

Art. 3º As autoridades e órgãos municipais vinculados à preparação do Patrimônio Registrado deverão fazer cumprir o determinado na legislação municipal específica de modo a assegurar os direitos e deveres ali estabelecidos.

Art. 4º Este Decreto entra em vigor na data da sua publicação.

Juruaia, 25 de Novembro de 2021.

CELSO MARQUES JUNIOR
Prefeito Municipal

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

16. Inventário da Felinju – Feira de *Lingerie* de Juruaia

Motivação do Inventário da Felinju

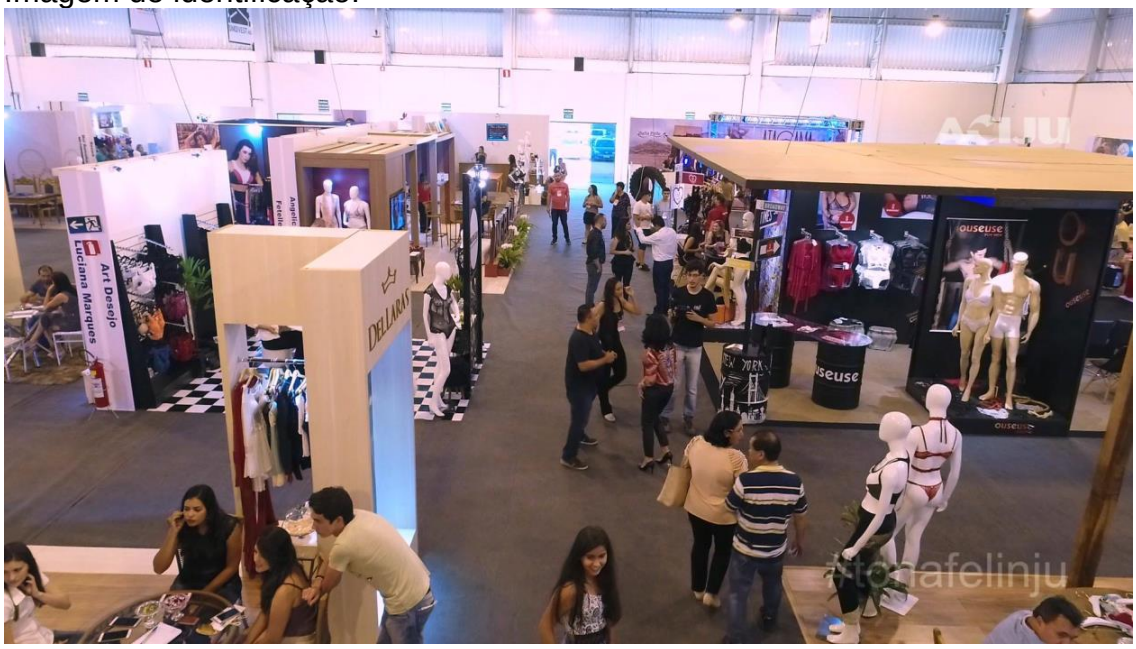
BI-LUG: 01/2021

Este inventário do Feira de *Lingerie* de Juruaia – Felinju tem como objetivo levantar dados sobre o Bem Imaterial – Lugares 001, do município de Juruaia. A Felinju se tornou referência para a população do município por possuir funcionalidades multifacetadas, dentre elas função física e cultural. Possui características físicas que se mantém, como desfiles e organização de estantes. Além disso, desempenha função cultural para a identidade de costureiras e empreendedores. A feira, por ser um Lugar que passa por mudanças e adpatações todos os anos, faz-se necessário a construção deste inventário. Além disso, o poder público legitima o interesse pela proteção deste bem com o envio do dossiê de Registro junto a esta documentação do Q2A. O bem representa parte da historicidade do município, importância econômica, datada do ano de 1997, em Juruaia. Um período de incentivos municipais para a construção de confecções no município. Neste sentido, pela importância histórica, cultural e de referência à identidade apresentamos a documentação que prevê a proteção do inventário da Felinju.

Patrimônio Imaterial: Lugares	
Identificação: Felinju	
Dados de localização: EXPOJU – Centro de Eventos Ilka Junho Anastasia	
GPS: -21.257830004714418, -46.557242086910854	Cód. Ref.: **BI-LUG:001/2021**
Município: Juruaia	Endereço: Rua Suzana Gonçalves Salomão. Bairro Jardim, Novo Horizonte.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Imagem de identificação:



Documentação fotográfica:[12]

Âmbito/tema	Rituais festivos	Datas		
Tipologia da atividade	Lugares	Início	Fim	Observação das datas
Denominação	Felinju	28/04 (dados de 2021)	01/05	A data de execução da feira varia, mas geralmente ocorre no mês de maio, mas o dia exato é variante. Neste ano de 2021 o evento durou quatro dias, mas os detentores afirmam que existem oscilações com relação a este número entre 3 a 4 dias.

Outras denominações	Nível de Integração		
	( ) Comunidade	( ) Oficial	(x)Intercomunitária
Origens documentais ou atribuídas	Em maio de 1998, foi inaugurada a 1º edição da Felinju. Segundo João Batista da Silva, a inauguração da Felinju foi um sucesso e extrapolou expectativas. A partir de então o evento foi consolidado. Houve a contribuição do Deputado Federal, Aécio Neves, em seu mandato como deputado federal de 1997 até 2002 e, de 2003 a 2010, como Governador do Estado de Minas Gerais, para a transformação de Juruaia e construção		

[12] Anexo ao dossiê de Registro no Q2C.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

	de estruturas municipais para o fomento às empresas, segundo o ex-secretário. Os próximos mandatos municipais também promoveram ações para a consolidação do setor. “Aquilo que era um sonho lá atrás se transformou em realidade e extrapolou toda a imaginação que tínhamos de se tornar o que se tornou.” (João Batista da Silva, 2021). João Batista afirma que foi idealizador do título ‘Capital da *Lingerie*’, embora outros municípios reivindicassem o título, contudo, sem sucesso. Como secretário geral, João Batista foi responsável pelo incentivo e possibilitou cursos de qualificação de costureiras, estilistas e vitrinista por meio da FUNREI - Fundação de Ensino Superior de São João del-Rei, conhecida hoje por UFSJ – Universidade Federal de São João del-Rei, com o apoio de Aécio Neves e Andreia Neves. Segundo o ex-secretário geral, anos de 2001 a 2003 foram os mais promissores do município: com os números maiores da região, maiores do Estado, grande abertura de empresas, geração de emprego e renda, crescimento de agencias do Correio e Banco do Brasil. Deve-se levar em conta, segundo o colaborador, que o ideal não era somente a geração de emprego, mas que a comunidade estivesse ativa no mercado de trabalho. As oportunidades eram aproveitadas até mesmo por universitários, já que não era necessário sair do município para encontrar empregos qualificados. Também era uma cidade capacitada numericamente com relação à tecnologia, sendo a cidade da região com mais máquinas de computadores (João Batista da Silva, 2021). Segundo Rosana Marques, 1º presidente da ACIJU, Juruaia era um município predominantemente agrário com atividades pontuais de avicultura e atividade leiteira. Sobre as costureiras aponta que: “como os empresários, aprendemos fazendo com os acertos e erros. E as vendas eram na consignação e muito para estudantes que precisavam de uma renda para custear seus estudos” (Rosana Marques, 2021). O apontamento de Rosana nos ajuda a compreender como eram feitas as vendas de *lingerie*, antes mesmo das indústrias: um comércio local e pequeno, o qual era abastecido por costureiras locais e cuja relação de venda entre as produtoras e os clientes era feita pelas estudantes. É interessante levar em conta o quanto é significativo que a venda de *lingerie* era feita por mulheres estudantes para complementar o valor dos seus estudos. Podemos compreender uma transformação das vendas, a qual foi apropriada pela indústria e passou a fazer parte do cotidiano de vendedores, tanto homens como mulheres. Um trabalho que antes era feito somente por mulheres estudantes, ou seja, não profissionalizadas, nos faz levantar questões de que Juruaia tornou-se cidade das *lingeries* de acordo com o nível de industrialização das suas produções.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

	Segundo a ACIJU as vendas de *lingerie*, antes da Felinju e das lojas, eram feitas de porta em porta, pelos produtores. Este formato tradicional de revenda ainda é praticado até hoje por milhares de empreendedores brasileiros. A criação da associação se deu com o intuito de estimular o crescimento comercial e industrial de Juruaia, pautada na necessidade de representar, capacitar e fortalecer a classe empresarial, a época ainda sem estrutura comercial adequada. Fundada em 1997, a ACIJU iniciou a construção de eventos, idealizou novas formas de estruturar as vendas e distribuição dos produtos; além de investir em capacitação e conhecimento para os empresários associados, os quais começaram a idealizar e aprimorar seus comércios, visualizando oportunidades e novas formas de fazer negócios no setor das *lingerie*s (ACIJU, 2021). Alguns nomes são apontados como os primeiros empresários que constribuíram para a primeira edição, dentre eles: a ex-presidente da ACIJU, Rosana Marques.; Dinha, Nilva Trindade, João Paraná e Dadola (José Antônio da Silva, 2021). Tânia Mara completa citando o nome de outro colaborador, o então prefeito Celso Marques do Carmo. As primeiras edições eram simples, compostas por stands simples montados em um antigo galpão de festas do município (Tânia Mara Rezende, 2021). A primeira edição ocorreu em 1998, contando hoje com 23 anos de feira e 24 edições. A primeira edição, segundo Rosana Marques teve 5 patrocinadores, hoje são mais de 10 (Rosana Marques, 2021). Algumas edições ocorreram no pátio da Barraca de Festas e na antiga piscina de Juruaia. Em 2014, começou a ser feita no ginásio poliesportivo, atualmente, o evento ocorre no Centro de Eventos Expoju (José Antônio da Silva, 2021). Segundo o ex-secretário geral de Juruaia, o início foi muito difícil, os desfiles eram feitos por meio de convite das moças do próprio município, com pequena divulgação em mídias, mas que por exercer cargo político, tinha contatos na TV, assim conseguia levar a cabo a divulgação da feira (João Batista da Silva, 2021).

Modelo de Organização					
Tipo	Comitê ()	Instituição ()	Irmandade/Confrarias ()	Associação (x)	Outros ()
Denominação	ACIJU – Associação Comercia e Industria de Juruaia e Toque Brasil				
Descrição	A ACIJU é a entidade promotora da Felinju. O trabalho da associação é planejar, organizar, divulgar, fazer o trabalho de captação de expositores, patrocinadores e parceiros; ou seja, a estrutura do evento, sua promoção e realização são feitas pela				

	associação. A organização dos estandes é também feita pela ACIJU, os quais são essenciais para a estrutura da Felinju, já que por meio da taxa cobrada por metro, são feitos os investimentos no evento. Cerca de 60 produtores de *lingerie* expõem em cada edição e todo o trabalho de montagem física, divulgação do evento são ações terceirizadas pela ACIJU. A associação busca investimentos, como os dos 10 grandes parceiros em cada edição que participaram nos últimos anos, necessários para a realização da Felinju. Dentre os investimentos podem se destacar duas categorias: investimentos públicos e privados. O poder público é representado tanto a nível municipal e estadual. A ACIJU tem como responsabilidade representar seus associados para que o evento da Felinju possa gerar renda aos empresários associados.

Elementos significativos:		
Denominação	**Felinju**	
Tipo patrimônio:	Atividade:	Bens Móveis:
Lugares	Comercial	Estandes

Descrição:

A feira começa a ser lançada com 10 meses de antecedência para facilitar a comercialização dos espaços e cotas de patrocínio, a preparação e a divulgação. A preparação das cotas é feita por meio das vendas dos espaços/stands, os patrocinadores e apoiadores são procurados, há a montagem das equipes de estrutura dos stands, de filmagem, marketing, equipes para desfiles, palestrantes, participantes, participantes do festival cultural, contato com expositores e comerciantes para participarem do Festival Gastronômico Sabores de Juruaia. (José Antônio da Silva, 2021). O evento gastronômico ocorre de forma paralela a Felinju, em alguns anos.

O número de dias da feira é variável. Alguns anos ocorrem em 3 dias, em outros anos em 4 dias. Contudo, a época do ano em que ocorre o evento é parte estrutural: o dia 1° de maio, dia do trabalhador, é o momento ideal para o início da feira. Esta data é escolhida pela possibilidade que ocorra uma maior movimentação de pessoas e número de vendas. Contudo, todo o mês de maio, independente do dia é esperada a próxima edição da Felinju. Portanto, como a época do ano é um elemento recorrente e estrutural da feira, consideramos que

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

esta deva ser protegida, enquanto os detentores considerarem relevante para a comunidade. Segundo a ACIJU as etapas da realização do evento se baseiam em: definição da data de realização, seu lançamento, comercialização de estandes e cotas de patrocínio, divulgação, contratação de fornecedores e prestadores de serviços, locações, preparação do Centro de Eventos, montagem da estrutura e realização da programação da feira (ACIJU, 2021). Rosana Marques acrescenta que é necessário o contato com a mídia e assessoria de imprensa, além de planejar o evento junto aos expositores (Rosana Marques, 2021).

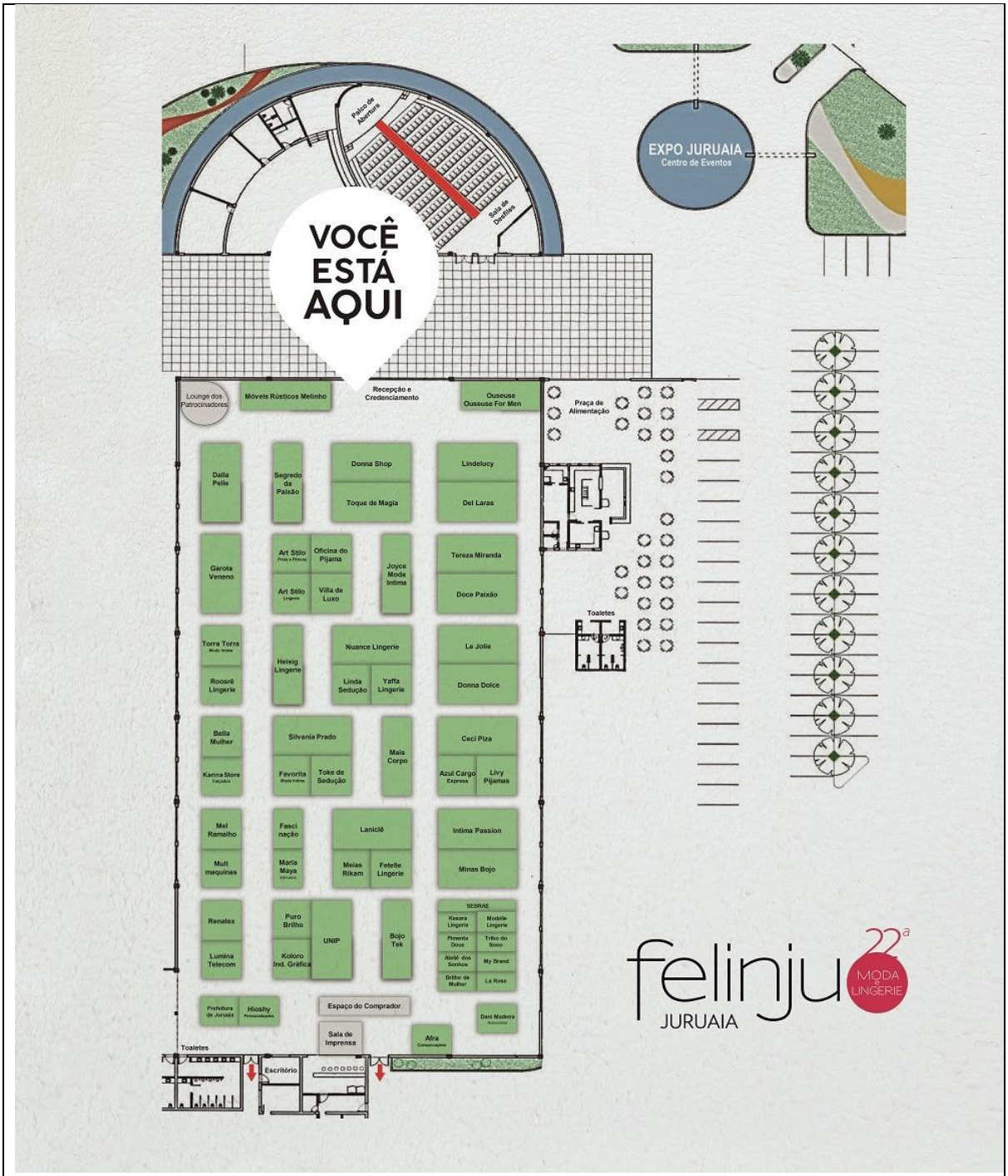
Localização:	EXPOJU - Centro de Eventos Ilka Junho Anastasia
Vínculo:	
Espaço do local:	7 mil m²
Espaços para a realização da Felinju	
Descrição do espaço:	
Croquis:	

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza



Legenda: Estrutura da organização da feira. Fonte: ACIJU – Associação Comercial e Industrial de Juruaia.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia

Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Organizadores e financiadores	
Tipo	Descrição
Organizadores	ACIJU – Associação Comercial e Industrial de Juruaia; Prefeitura Municipal de Juruaia.
Financiadores	Conta com recursos do poder público, por meio da Prefeitura Municipal e Câmara de Vereadores de Juruaia, além de patrocinadores e associados da ACIJU. O governo estadual, por meio de secretarias e órgãos também dá apoio, além de entidades voltadas ao ramo empresarial, como SEBRAE e FIEMG.

Entrevistados							
Tipo de agente	Nome	Nasc.	Sexo	Idade	Descrição (rol, indumentária, transmissão do saber)	Contato	Registro Sonoro
Empreendedor	José Antonio da Silva	x	M	x	Participante da Felinju	x	x
Empreendedor	Tânia Mara Rezende	x	F	x	Participante da Felinju	x	x
Empreendedor	José de Oliveira Maria	x	M	50	Participante da Felinju	x	x
Empreendedora	Andreia Galdino Piza	x	F	39	Participante da Felinju	x	x
Empreendedora	Tereza de Fátima Barbosa Miranda	x	F	59	Participante da Felinju	x	x
Representante da Associação	ACIJU – Associação Comercia e Industrial de Juruaia	1997	x	x	Organizadora	x	x
Empreendedora/ 1º presidente da ACIJU	Rosa Marques	x	F		Participante da Felinju/Primera presidente da ACIJU	x	x
Costureira	Luciene Silva Lopes	x	M	46	Costureira	x	x
Presidente Toque Brasil	Daniel José Marques	x	M	x	Representante da associação Toque Brasil	x	Sim

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

					relacionada ao setor de *lingerie* de Juruaia		
Ex costureira	Eliza dos Reis Silva	x	F	x	Ex costureira	x	x
Designer e Supervisora do Departamento de Cultura	Ozana Oliveira	x	F	x	Designer	x	x
Ex Secretário Geral da Cultura	João Batista da Silva	x	M	x	Ex Secretário Geral da Prefeitura de Juruaia	x	Sim
Costureira e Empreendedora	Marilza F. de Carvalho.	x	F	x	Primeira empreendedora no setor de *lingerie* de Juruaia		x
Observações							

Área de Abrangência				
Comunidade	Município (x)	Região (x)	Estado ()	Nacional ()
Observação	Levamos em consideração que abrangência do município é regional. O bem impacta outros municípios por ser um atrativo turístico e gerador de empregos. Contudo, a identidade com o bem cultural e referência estão limitadas ao município.			

Participação Turística
Observações: A Felinju tornou-se um evento de referência para a região. A influência turística do bem está relacionada à negociação comercial, que é um atrativo para a visitação de pessoas e clientes ao município de Juruaia.
Comentários
Comentário dos entrevistados: ”As costureiras como nós, empresários aprendemos fazendo, com os acertos e erros” (Rosana Marques, 2021). “A Feira é importante para expor realmente o polo de Juruaia. Todos são impactados, independentemente de estar expondo ou não. Para a minha empresa é sempre um grande orgulho estar entre as grandes marcas da nossa cidade, é realmente uma realização pessoal e profissional” (Tereza de Fátima Barbosa Miranda, 2021).

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

"A feira movimenta todo o comércio, indústria e prestação de serviços no município. Antes mesmo da realização do evento é possível notar a grande movimentação das empresas se preparando, desenvolvendo coleções, vitrines e formatando suas estratégias e estandes. Até mesmo as empresas que não participam como expositoras, usufruem do resultado da Felinju. Hotéis, bares, lanchonetes e restaurantes, de Juruaia e cidades vizinhas, são impactados pela movimentação da feira" (José Antonio da Silva, 2021).

Comentários do elaborador	
Elementos significativos relacionados	Estão relacionados a produção de *lingerie* e a Felinju questões como empreendedorismo, ofício de costura, empoderamento feminino, desenvolvimento econômico e social municipal, construção de identidade coletiva, patrimônio industrial, produção manual e de maquinário. Estes temas se relacionam à Felinju por meio dos seus significados atribuídos ao ato de empreender e à prática do ofício da costura de *lingerie*.
Identidades construídas em torno da atividade	Para a comunidade, identidades construídas ao entorno da Felinju estão relacionadas ao empreendedorismo e ao ofício de costureira. Com relação ao município, o bem atribui a característica de "Capital da *Lingerie*" pela produção e grande evento (Felinju) que o município possui.
Significados socioeconômicos	A Felinju impacta economicamente. Segundo dados coletados na ACIJU, promotora do evento, estima-se que a Felinju arrecade cerca de 4 a 5 milhões de reais, a cada edição. O bem cultural impacta a geração de empregos e renda no município, desde empreendimento das confecções até o espaço domiciliar das costureiras. Devemos levar em consideração o crescimento econômico municipal como um todo.
Significados simbólicos	Alguns elementos destacam simbolismos culturais. Dentre eles podemos destacar o desfile de moda, simbólico da estrutura de moda. Além disso, apresenta simbolismos referentes à comunidade de Juruaia com relação as confecções de *lingerie*. Possui o Maior Sutiã do Brasil, que é simbólico de todo este setor no município.
Possibilidade de continuação	O bem possui significativa possibilidade de continuação, tanto por sua importância econômica e de identidade do município. Por

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

	meio da compreensão da história do bem, o poder público, empresários, costureiras e patrocinadores pretendem levar a cabo a Felinju.

Plano de ação:

* Atividades de educação patrimonial que se baseiem nas narrativas orais de todos os agentes sociais da indústria do setor. Deve levar em conta a história do município, juntamente à história do bem. Utilização de dados fornecidos pelas associações para embasar atividades patrimoniais.

* Oficinas profissionalizantes que impactem a vida profissional de mulheres, bem como impactem na compreensão dos modos de fazer, também considerados patrimônios culturais.

* Criação de projetos que aliem a Felinju a aspectos culturais municipais, não somente econômicos.

*Divulgação das informações contidas no dossiê e utilização do material para propostas de educação patrimonial em espaços formais e informais de ensino.

* Divulgação do material do dossiê para o Setor de Cultura do município.

*Incentivo profissionalizante ao modo de fazer *lingerie* em Juruaia.

*Proteção dos bens materiais contidos no bem imaterial, por exemplo, o maior sutiã do Brasil.

* Criação de banco de dados com os relatos transcritos dos detentores do bem.

*Promoção de palestras sobre o aspecto de Patrimônio Cultural da Felinju e de identidade local.

Documentos anexos	
Fotografias	Ozana Oliveira e Arquivo pessoal da ACIJU – Associação Comercia de Juruaia
Vídeos	Ozana Oliveira e Arquivo pessoal da ACIJU – Associação Comercia de Juruaia
Áudio	Ozana Oliveira e Arquivo pessoal da ACIJU – Associação Comercia de Juruaia
Referências BARTHES, Roland *Inéditos 3: Imagem e Moda*. SP: Martins Fontes, 2005.	

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

BEORDO, Mateus ; MOURA, L. M. ; ENGLER, H. B. R. . Identidade: o empreendedorismo na indústria de *lingerie* em Franca/SP. Revista Iluminart , v. 1, p. 28/5-38, 2009.

Buratto, Giseli C. Caldeira; FORNASIER, Cleuza Bittencourt Ribas . A INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS SUBJETIVOS NA COMPRA DE *LINGERIE*. Projética , v. 6, p. 119.136, 2015.

BRAUDEL, Fernand. *Civilização Material, Economia e Capitalismo- Séculos XV-XVIII: As Estruturas do Cotidiano*.Volume 1. SP: Editora Martins Fontes, 2005.

CARNEIRO, Maria José. "Trabalho, 'ajuda' e disputas: uma etnografia das confecções de *lingerie* em domicílios rurais." In: Estudos de Sociologia, Araraquara, v.11, n.20, p.99-125, 2006.
CARVALHO, Luciana Gonçalves de (2004), "Inventariando saberes, criando patrimônios", Textos Escolhidos de Cultura e Arte Popular, 1(1), 43-52.

CERTEAU, Michael de. A invenção do Cotidiano – 1: Artes de Fazer. Petrópolis, Vozes, 1994.

DEBOM, Paulo. Moda: nascimento, conceito e história. In: Veredas da História, [online], v. 11, n. 2, p. 7-25, dez., 2018.

DEBOM, Paulo. O vestuário e a moda enquanto fontes para o estudo da história. In: ENCONTRO REGIONAL DE HISTÓRIA DA ANPUH-RIO: Saberes e práticas científicas, 16., 2014, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: ANPUH-Rio, 2014. Sem paginação. Disponível em: Acesso: 03 jul. 2016.
Eliza, Fernanda. "Redes de Cooperação de Micro e Pequenas Empresas: Mecanismo de Desenvolvimento Local no Polo Industrial de Juruaia – MG." *Revista de Gestão e Organizações Cooperativas* [Online], 1.1 (2014): 54-60. Web. 7 Jun. 2021

FORNARI, L. ; MORETTO, C. F. . A Indústria de Confecção de *Lingeries* no Município de Guaporé (RS): algumas evidências em termos da estrutura e principais características do processo produtivo. Ensaios FEE (Impresso), v. 34, p. 715-738, 2013.
GELLACIC, G. B. Uma breve história daquilo que não se vê: as *lingeries* e as funções sociais femininas. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais. Ano, v. 1, 2013.
MASCARENHA, G; Dolzani, M. Feira livre: Territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea - DOI 10.5216/ag. v2i2.4710. Ateliê Geográfico, 2(2), 2008, 72-87. https://doi.org/10.5216/ag.v2i2.4710 Acesso: 30/01/2019 às 9h50min.

MONIZ, M. C. (1989). As Feiras Medievais de Évora. Revista de Guimaraes., Nº. 99, 1989 , p. 200-245.

PORTER, M. E. On Competition: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campos, 1998.

SHERIFF, A. M. A costa da África oriental e seu papel no comércio marítimo. In: História geral da África II: África antiga 2ª. ed. Rev. Brasília: UNESCO, 2010, p. 607-626.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Teixeira, E. B., Vitcel, M. S., & Costa Beber, M. (2011). Cooperação Estratégica, Redes de Cooperação e Desenvolvimento Regional: o caso Unijui/Sedai. *Desenvolvimento Em Questão*, *5*(10), 187–210. https://doi.org/10.21527/2237-6453.2007.10.187-210

ACIJU - Associação Comercial de Juruaia
Toque Brasil

Fontes:

https://www.bheventos.com.br/noticia/04-06-2018-a-21-felinju-aposta-no-crescimento-de-15-em-vendas

https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor
https://www.abit.org.br/cont/quemsomos

ACIJU - Associação Comercial de Juruaia

Toque Brasil

Entrevistas:

Entrevista Hortência, 2019.
Entrevista José Carlos Filho, 2019.
Entrevista José Antonio da Silva, 2021.
Entrevista José de Oliveira Maria, 2021.
Entrevista Tânia Mara Rezende, 2021.
Entrevista Andreia Galdino Piza, 2021
Entrevista Tereza de Fátima Barbosa Miranda, 2021.
Entrevista ACIJU – Associação Comercial e Industrial de Juruaia
Entrevista Toque Brasil
Entrevista Rosana Marques, 2021
Entrevista Luciene Silva Lopes, 2021.
Entrevistas Marilza F. de Carvalho.

Proteção Legal:

Proteção Legal do bem inventariado

(x) Registro de Bem Cultural de Natureza Imaterial
( ) Tombamento
( ) Entorno de Bem Tombado
( ) Regulação Urbana
(x) Outro.Especificar: Inventário

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG

QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS

Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

Instância:

( ) Federal ( )Estadual (x)Municipal

Situação:
( ) Existente (x) Proposta

Tipo de proteção:
(x) isolado ( ) conjunto ( )nenhum

Inscrição: BI-LUG: 001/2021

Ficha técnica		
	Nome	Data
Fotografia	Ozana Oliveira e Arquivo pessoal da ACIJU – Associação Comercia de Juruaia	1997/1998/1999/2000/2020/2021
Vídeos	Ozana Oliveira e Arquivo pessoal da ACIJU – Associação Comercia de Juruaia	Vídeos 1997/1998/1999/2000/2021
Áudio	Ozana Oliveira e Arquivo pessoal da ACIJU – Associação Comercia de Juruaia	Junho 2021
Transcrição	Fernanda Eugênia Martins Azevedo e Ozana Oliveira	Junho 2021
Levantamento	Fernanda Eugênia Martins Azevedo e Ozana Oliveira	Junho 2021
Elaboração	Fernanda Eugênia Martins Azevedo	Julho 2021
Revisão	Fernanda Eugênia Martins Azevedo e Ozana Oliveira	Agosto 2021

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURUAIA– MG
QUADRO II – PROCESSO DE REGISTRO DE BENS IMATERIAIS
Registro Imaterial FELINJU – Feira de Lingerie de Juruaia
Chefe do setor: Beatriz Cristina Castro Piza

17. Ficha técnica:

Registro Imaterial da FELINJU

_____
Fernanda Eugênia Martins Azevedo
Mestra em História Ibérica UNIFAL – Universidade Federal de Alfenas
Historiadora da Triângulo Cultural
Função: Analise historiográfica e elaboração do documento

_____
Adenylson Domingues Mariano
Graduado em História pela Universidade do Estado de Minas Gerais
Função: Correção e Pesquisa bibliográfica

_____
Beatriz Cristina Castro Piza
Secretária Municipal de Educação e Cultura e Presidente do Conselho Municipal do Patrimônio Cultural.
Função: Apontamentos e correções

_____
Ozana Oliveira
Servidora do Departamento de Cultural da Prefeitura Municipal de Juruaia.
Função: Levantamento de Informações, entrevistas de relatos orais, correção e apontamentos.

Juruaia, 31 dezembro de 2021

Consultoria Técnica

Coronel Pedro Corrêa, 10.
Centro – Alfenas/MG
Fone: (35) 99146-1248
contato@triangulomultiprojetos.com.br
www.triangulomultiprojetos.com.br