

PROPOSTA DE INTERVENÇÃO NO MERCADO MODELO DE SALVADOR-BA

Eduardo Oliveira Teles¹; Josué Costa Júnior²; Kelle Fernandes da Silva³; Marcelo Santana Silva⁴; Sarah Julianna Oliveira⁵; Samyr Leal da Costa Brito⁶

¹Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação-
PROFNIT
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia– IFBA – Salvador/BA – Brasil
eoteles@gmail.com

²Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação-
PROFNIT
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia– IFBA – Salvador/BA – Brasil
josuecostajr@gmail.com

³Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação-
PROFNIT
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia– IFBA – Salvador/BA – Brasil
kelle.fernandes@ifba.edu.br

⁴Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação-
PROFNIT
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia– IFBA – Salvador/BA – Brasil
profmarceloifba@gmail.com

⁵Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação-
PROFNIT
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia– IFBA – Salvador/BA – Brasil
sarahjuliannaso@yahoo.com.br

⁶Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação-
PROFNIT
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia– IFBA – Salvador/BA – Brasil
samyrbrito@hotmail.com

Resumo

O presente trabalho tem o objetivo de propor uma intervenção inovadora para o Mercado Modelo, importante ponto turístico de Salvador-BA. Esse local possui uma estrutura de funcionamento que, mesmo com características tradicionais e conservadoras, possui potencial para adequações inovadoras que podem alavancar a atividade econômica local e valorizar ainda mais esse patrimônio cultural. A proposta de intervenção teve uma fase exploratória, na qual buscou-se identificar os principais problemas do local que comprometem sua atratividade e impactam negativamente sua imagem. Para tanto, foram realizadas três visitas in loco pelos pesquisadores e aplicados questionários a 20 lojistas/vendedores e 20 visitantes do Mercado, visando captar a percepção de cada um deles. A análise dos pontos de vista verificados revelou que uma intervenção

de maior valor agregado ocorrerá se as propostas de melhorias e inovação se relacionarem à infraestrutura, aos serviços oferecidos, à segurança, ao entretenimento e à atratividade do local. Espera-se ao final uma proposta de intervenção inovadora, relacionando os principais agentes envolvidos e recomendando alternativas de viabilização.

Palavras-chave: Mercado Modelo, Projeto de Intervenção, Inovação.

1 Introdução

De acordo com a Pesquisa de Inovação (PINTEC), a inovação pode ser definida como “produtos ou processos novos para a empresa, não sendo necessariamente novos para o mercado ou setor de atuação” (TIGRE, 2006, p. 104).

Nesse sentido, mesmo em ambientes de traços conservadores e que precisam preservar as suas tradições, é possível promover inovação em relação ao seu próprio modelo por meio de práticas que proporcionem melhorias que potencializem ainda mais a natureza original inerente a esse ambiente.

O Mercado Modelo, situado na cidade de Salvador - Bahia, conhecido como um dos principais pontos turísticos de Salvador, com um prédio de estilo neoclássico, tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN, com um espaço físico de 8.410 m², divididos em dois pisos, e dotado de mais de 260 lojas, com enfoque na comercialização de variados tipos de artesanato e outros produtos típicos locais, é um exemplo típico de uma estrutura conservadora que se beneficiará no caso de uma intervenção sob a perspectiva da inovação.

Inaugurado em 1912, o Mercado Modelo surgiu pela necessidade de um centro de abastecimento na Cidade Baixa de Salvador. Com o passar dos anos, deixou de ser apenas um local de comercialização de alimentos e de distribuição de produtos vindos do interior da Bahia para se consolidar como um local de atração turística (FARIAS; GOLLNER, 2007).

Apesar da sua notoriedade, que atrai turistas de várias partes do mundo, pode-se dizer que o Mercado não tem explorado o seu potencial turístico e comercial. Ao se considerar essa premissa, colocam-se os seguintes problemas de pesquisa: quais os principais fatores que afetam negativamente a potencialidade econômica e turística do Mercado Modelo? E quais as possíveis propostas para minorar ou superar esses fatores?

A fim de responder essas perguntas, este trabalho tem como objetivo geral viabilizar uma proposta inovadora de Projeto de Intervenção para o Mercado Modelo da cidade de Salvador-BA, de forma a expandir seu potencial para o turismo e negócios; e, conseqüentemente, tem como objetivos específicos: propor melhorias na estrutura física do Mercado Modelo, propor alternativas para melhorar a segurança no interior e entorno do Mercado e propor soluções para a questão da sazonalidade do Mercado.

A motivação dessa proposta de intervenção surgiu a partir de um projeto de pesquisa no Programa PROFNIT, o qual teve a finalidade de mapear espaços públicos, fazer um diagnóstico dos pontos fracos e fortes de cada um deles e propor melhorias com foco na inovação.

Por fim, esse trabalho se justifica em razão de ser um projeto de intervenção inovadora com o propósito de subsidiar a implementação de melhorias no local, no sentido de valorizar os seus aspectos positivos, contribuindo com o fortalecimento do comércio e do turismo ali praticados, por meio da exploração estratégica da atratividade do Mercado, tudo isso fundamentado nas oportunidades de melhoria geradas pelos fatores negativos mapeados, na recomendação de importantes *stakeholders* e nas estratégias de viabilização.

2 Referencial teórico

Em linhas gerais, um projeto é um esforço empreendido para criar um resultado exclusivo dentro de um tempo determinado. Refere-se a um plano para a realização de ações coordenadas no futuro, tendo como reflexo posterior ao seu término gerar atividades e rotinas contínuas (PMBOK, 2018). Já o termo “intervenção” refere-se ao ato de exercer influência em determinada situação na tentativa de alterar o seu resultado.

Um projeto de intervenção é um conjunto de ações elaboradas a partir da identificação de problemas, necessidades e fatores determinantes de modo que possam direcionar ações estruturadas para resolver problemas ou necessidades identificadas, promovendo mudanças e desenvolvimento no objeto da sua aplicação.

Especificamente, as estratégias de projetos de intervenção em ambientes públicos que preservam características tradicionais devem levar em consideração a requalificação e a reabilitação destes espaços com vistas à inovação dos aspectos que o envolvem, porém a natureza do seu território existencial deverá ser preservada.

Segundo Fortuna e Leite (2009), requalificação urbana, também chamada de reabilitação urbana, são termos usados em operações de intervenção no espaço público. Apesar dos termos, o caráter técnico predominante se refere a enobrecimento, higienização, haussmanização, depuração paisagística, etc.

A requalificação abarca processos mais voltados à alteração de uma área urbana com o fim de conferir-lhe uma nova função ou melhoria funcional, enquanto a reabilitação integra atividades para preservar uma área urbana (FORTUNA E LEITE, 2009; JAYME E TREVISAN, 2012).

Um outro aspecto a considerar em uma intervenção são as especificidades do seu objeto, como: o espaço de acesso a bens e serviços, a oferta ou ausência de recursos e lugares de cultura, lazer e convivência.

Nesse contexto, será preciso considerar que o território também é um espaço de organizações e poder, com lideranças comunitárias e institucionais, associações e grupos organizados, que já desenvolvem atividades nesse mesmo território.

Outra característica, não menos importante, a observar é que alguns desses territórios são dotados de fortes aspectos turísticos, tornando-se a fonte de sustentabilidade sociocultural e ocupando uma posição econômica capaz de gerar benefícios ao desenvolvimento local. Nessa realidade, todas as ações previstas precisam medir os impactos que afetarão a sustentabilidade do turismo e suas consequências (IRVING et al, 2005).

De acordo com Ceballos-Lascurain (1996) apud Irving et. al. (2005), um tipo de turismo que é desenvolvido e gerenciado, de maneira tal que toda a atividade de alguma forma focalizada no recurso de patrimônio natural ou cultural possa continuar indefinidamente, tem a sua sustentabilidade associada à: permanência em tempo e espaço; construção intra e intergeracional; integração entre passado, presente e futuro; continuidade e inovação.

Por último, a inovação e a sustentabilidade são os parâmetros mais basilares em um processo que pretenda intervir nos resultados do seu objeto.

De acordo com Barbieri (2010), as inovações devem gerar resultados econômicos, sociais e ambientais positivos concomitantemente, o que não é fácil de fazer, dadas as incertezas que as inovações trazem, principalmente quando são radicais ou com elevado grau de novidade em relação ao estado da arte.

3 Metodologia

O primeiro momento para elaboração da proposta de intervenção no Mercado Modelo foi a fase exploratória, uma vez que esse tipo de pesquisa tem como “objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito” (GIL, 2002, p.41). Além disso, a pesquisa exploratória é considerada um caminho preparatório acerca de um tema pouco explorado, servindo de base para pesquisas posteriores, de cunho mais quantitativo (CASARIN; CASARIN, 2012, p. 40). O desafio era identificar os principais problemas encontrados nesse local turístico tradicional, que comprometem sua atratividade e impactam negativamente a sua imagem.

Para auxiliar essa investigação, foram realizadas três visitas *in loco* e foram aplicados questionários a lojistas/vendedores (grupo 1) e visitantes (grupo 2). O questionário aplicado ao grupo 1 possuía dez questões e foram respondidos por 20 pessoas. O conteúdo das questões procurou coletar informações sobre produtos ofertados, barreiras para melhor desempenho do negócio e fatores que contribuem ou atrapalham a atratividade do local. Já o questionário aplicado ao grupo 2, respondido também por 20 pessoas, continha quatro perguntas relacionadas a atendimento de expectativa, conhecimento histórico do local, motivação da visita e oportunidades de melhoria.

Após a coleta dos dados, realizou-se a tabulação deles, utilizando-se o programa Microsoft Excel, que auxiliou a quantificar e relacionar as informações, gerando inclusive gráficos e tabelas para melhor analisar os dados. Os gráficos foram gerados a partir das perguntas que cada participante respondeu, de tal forma que se pôde identificar a quantidade e o percentual de cada tipo de resposta para uma mesma pergunta, bem como o perfil de quem havia respondido.

Com os gráficos e tabelas gerados, passou-se para a análise dos dados, que foi realizada convergindo as informações coletadas, sobretudo as respostas dos lojistas com as dos visitantes, a fim de diagnosticar quais os problemas que eram comuns a essas partes interessadas.

O próximo passo foi identificar os principais agentes envolvidos e a quem se destinaria a proposta de intervenção. Atualmente, o Mercado Modelo é administrado pela Prefeitura Municipal de Salvador, por meio da Secretaria de Ordem Pública. Dessa forma, a proposta de intervenção será direcionada a esse Órgão Executivo, que por sua vez poderá mobilizar outros importantes atores.

Adicionalmente, buscou-se também conhecer as experiências de outros locais turísticos que trouxeram algum tipo de inovação a seus espaços, processos ou organização.

4 Resultados

Tendo em vista que essa pesquisa procura elaborar uma proposta de superação dos problemas que envolvem o Mercado Modelo no tocante à sua potencialidade econômica, os resultados desse trabalho são de dois tipos: o primeiro refere-se à parte exploratória, tratando-se do resultado da pesquisa de campo, que teve como finalidade identificar os problemas do Mercado Modelo que impactam diretamente a sua capacidade econômica e turística; o segundo trata-se da elaboração de uma proposta de minoração ou superação desses problemas, construída a partir da análise dos dados coletados com a pesquisa de campo. Passa-se, pois, a expor tais resultados:

4.1 Identificação dos problemas do mercado modelo

Demonstra-se abaixo as percepções dos observadores, lojistas e visitantes no que se refere aos problemas do Mercado Modelo.

4.1.1 Percepção do problema pelos observadores

Em análise da infraestrutura do Mercado, os pesquisadores constataram problemas quanto à sua estrutura física em todo o espaço desse local. Assim, a falta de identificação das ruas, andares e barracas, somada à pouca limpeza do Mercado tornam o ambiente desorganizado e esteticamente desagradável. Ademais, a pouca luminosidade e, principalmente, o calor exacerbado tornam o ambiente pouco salubre para vendedores e lojistas que trabalham no Mercado, como também tornam o ambiente desconfortável para quem o visita.

Um outro aspecto importante é a ausência de uma área para alimentação, considerando que o espaço situado ao fundo do primeiro pavimento do Mercado, cuja finalidade seria essa, apresenta uma estrutura precária.

No que tange à comercialização de produtos no local, no caso roupas, alimentos, acessórios, artigos para decoração, entre outros, verificou-se o elevado preço dos produtos ofertados que, aliado à falta de entretenimento no Mercado, é um empecilho para que os visitantes se sintam estimulados a conhecer esse local de grande valor histórico, turístico e econômico da cidade de Salvador.

Soma-se a isso, ainda, que o Mercado Modelo possui um porão inutilizado, que reúne "causos" e histórias, o qual poderia ser utilizado para atração de turistas.

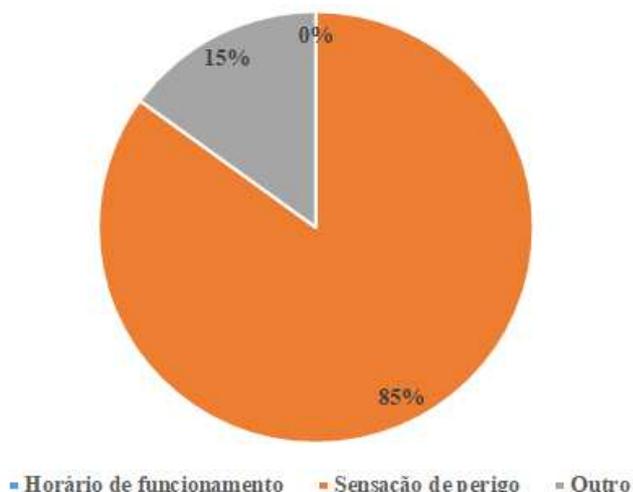
4.1.2 Percepção do problema pelos lojistas

Na percepção dos lojistas, a sensação de perigo foi apontada como o fator que mais impacta negativamente o pleno funcionamento do local, conforme mostra a figura 01. Nesse sentido, o grande número de furtos, as abordagens abusivas e o fechamento do comércio no entorno do Mercado aos finais de semana foram relatados como os fatores ensejadores dessa sensação de insegurança e que muito prejudicam a imagem do local.

Não obstante, a relevância turística do Mercado Modelo, os eventos culturais nesse local e as apresentações históricas sobre esse ponto turístico foram apontados como as principais carências do local, como demonstrado na figura 02.

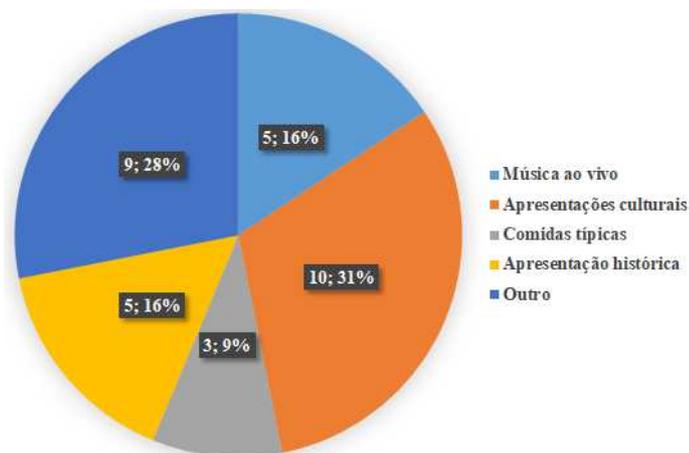
Embora o Mercado Modelo seja um dos mais conhecidos pontos turísticos da cidade e esteja na rota de turismo das agências, foi relatado que não ocorrem nele eventos relacionados à cultura baiana ou à história do local que demonstrem o seu valor histórico e potencializem a captação de visitantes.

Figura 01 - Fatores que, sob a percepção dos lojistas, impactam negativamente a imagem do Mercado



Fonte: Pesquisa de campo (2018)

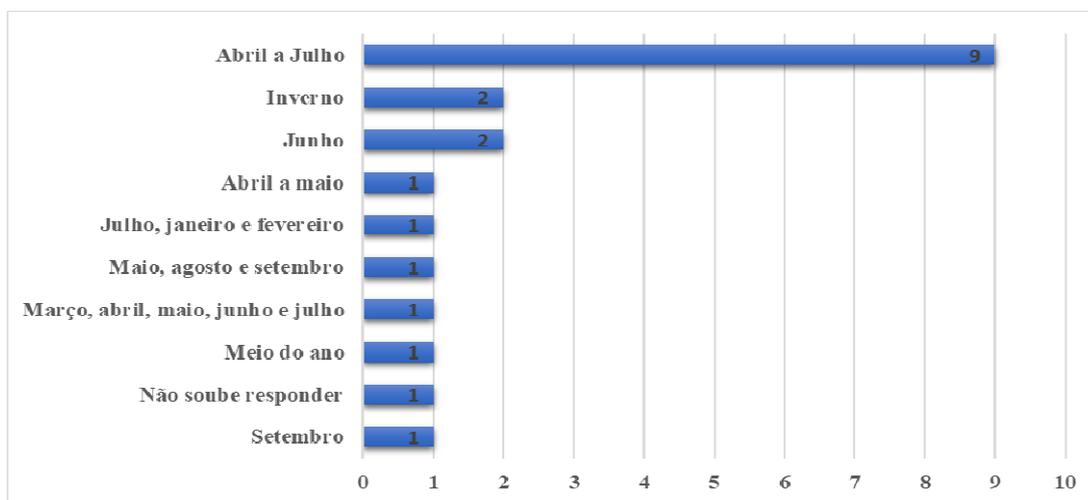
Figura 02 - Carências do Mercado Modelo sob a ótica dos lojistas



Fonte: Pesquisa de campo (2018)

Um outro ponto de intervenção relatado por esse grupo refere-se ao pequeno movimento de vendas durante a baixa estação, mais precisamente durante os meses de abril a julho, período em que as visitas ao local sofrem uma queda brusca, conforme os dados da figura 03.

Figura 03 - Período com menor movimento de vendas



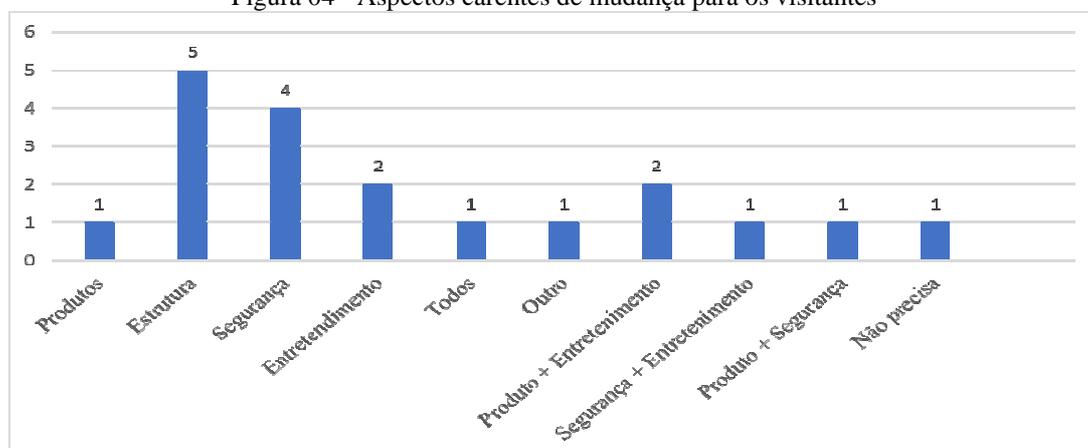
Fonte: Pesquisa de campo (2018)

Dentre os motivos apontados que justificam esse baixo fluxo de visitantes no período supracitado, está o fato de ele não contemplar a temporada de férias, além de haver escassez de atrativos no local, tais como os eventos culturais ou eventos diversos, os quais, caso existissem, poderiam atrair a população da cidade no período em que há baixo fluxo de turistas.

4.1.3 Percepção do problema pelos visitantes

Já sob a perspectiva dos visitantes, os fatores estrutura física e segurança do local foram apontados como os pontos mais urgentes a serem melhorados. Cabe, ainda, destacar os aspectos relacionados a acessibilidade, climatização, locais para alimentação e atendimento, conforme consta na figura 04.

Figura 04 - Aspectos carentes de mudança para os visitantes



Fonte: Pesquisa de campo (2018)

Da análise do gráfico, depreende-se que segurança, estrutura e entretenimento foram os pontos mais destacados para melhorias. Dos 20 entrevistados, oito disseram que a segurança é o maior problema do local, seis apontaram a estrutura como um aspecto negativo e quatro indicaram a falta de entretenimento como um ponto a se intervir.

Inclusive, um dos entrevistados sugeriu que fosse feita a climatização do local, como ocorre com outros mercados do Brasil. Ainda sobre a infraestrutura, houve reclamações em relação à limpeza, acessibilidade e alimentação.

4.2 Proposição de intervenção

A proposição de intervenção ao Mercado Modelo surgiu a partir das oportunidades de melhorias observadas pelos pesquisadores, lojistas e visitantes. Apesar dos inúmeros problemas levantados, foram considerados aqueles de maior impacto avaliado a partir da convergência das percepções registradas.

Essa análise revelou que uma intervenção de maior valor agregado ocorrerá se as propostas de melhorias e inovação se relacionarem a infraestrutura, serviços oferecidos, segurança, entretenimento e atratividade ao local, considerando o duplo papel de centro comercial e turístico assumido pelo Mercado.

Passa-se, pois, a expor as oportunidades de melhorias identificadas.

4.2.1 Intervenção na infraestrutura

Diante do problema referente ao calor exacerbado dentro do Mercado e da falta de ventilação, sugere-se, respeitando-se a especificidade desse local de permanecer com portas abertas quando está em funcionamento, utilizar a tecnologia da climatização evaporativa, haja vista que para sua implementação não é preciso que o local a ser climatizado esteja fechado. Essa medida tornará o ambiente mais salubre para os lojistas e funcionários, como também tornará o local mais agradável para os visitantes, melhorando, assim, o conforto térmico para todos.

As poucas opções de alimentação dentro do mercado estão diretamente relacionadas às condições dos bares/lanchonetes existentes nos fundos do mercado. A superação desse problema envolve uma revitalização, com uma proposta de trazer ao local mais iluminação, organização, higiene, cores e elementos que remetam à cultura baiana, como esculturas, estandartes, entre outros. A ideia é trazer mais destaque a essa área que tem potencial para ser um ponto alto do local de interação e atividades culturais.

Sobre a sinalização do interior, deve ocorrer uma intervenção para trazer mais informações ao visitante no que se refere à identificação das ruas, andares, boxes, banheiros e locais de alimentação. Isso deve ser feito de forma harmônica à arquitetura e à vocação do local, com um *design* que reflita e valorize esses aspectos. Adicionalmente, propõe-se uma iluminação cênica para valorizar a fachada do mercado, destacando-se as formas da construção de estilo neoclássico e trazendo um pouco de sofisticação ao local.

Para a materialização dessas propostas, é necessária uma atuação que envolva o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), historiadores, a Secretaria Municipal de Infraestrutura e Obras Públicas (SEINFRA), e empresas juniores de Arquitetura. A realização da intervenção poderá ser feita por meio de concurso público, destinada para empresas juniores baianas de Arquitetura para proposição de projeto de intervenção no local.

4.2.2 Intervenção na segurança do local

A proposição de melhoria na segurança do local está diretamente relacionada à sensação de insegurança dos visitantes. Na busca por alcançá-la positivamente, sugere-se revitalizar o entorno do mercado com opções de interação que possam atrair e gerar um fluxo de pessoas. Para tanto, recomenda-se a criação de espaços para ofertas de serviços e experiências que demonstrem o cotidiano e os costumes da cidade com baianas de acarajé, empresas que oferecem passeio à Baía de Todos os Santos, monumentos para registrar fotos, entre outros. Atualmente, há ciganas que oferecem seus serviços místicos e mulheres que trançam cabelos; essas figuras já conhecidas e outras de atuação semelhante podem ter um espaço criativo para que ofertem seus serviços ao turista de forma estruturada e regulamentada pela Prefeitura, evitando constrangimentos para quem frequenta o Mercado.

Faz parte também dessa proposta de intervenção repensar o trânsito do entorno, limitando a circulação de veículos, para que as pessoas tenham condição de circular com mais facilidade e tranquilidade, a fim de apreciarem a bela visão da Baía e do entorno. É importante também que essa revitalização inclua assentos e melhoria na iluminação do local, assim como reforço do policiamento, considerando que tais ações impactam positivamente a sensação de segurança.

Para essas adequações, recomenda-se a realização de concurso público para profissionais da Arquitetura, a fim de eleger a melhor proposta de intervenção, que consiga responder aos problemas levantados ao mesmo tempo que traga atratividade e exalte características da Bahia, e o envolvimento do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), de historiadores, da Secretaria Municipal de Infraestrutura e Obras Públicas (SEINFRA) e da Secretaria Municipal de Gestão (SEMGE).

4.2.3 Intervenção no porão do Mercado Modelo

Com o objetivo de valorizar a história do local, sugere-se reabrir o porão no formato de museu de conhecimento sobre a história do local, utilizando-se a tecnologia de realidade aumentada (RA) para fornecer informações visuais ao visitante, que poderá interagir com os elementos históricos ali representados. Tal intervenção poderá ocorrer por meio de Lançamento de Chamadas Temáticas pela Prefeitura mediante Edital de Inovação para selecionar *startups* que apresentem soluções de intervenção no local, a partir do uso da tecnologia recomendada e de outras complementares.

Portanto, as recomendações acima necessitarão envolver o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), historiadores e *startups* que trabalham com a tecnologia de realidade aumentada (RA).

4.2.4 Intervenção na ausência de entretenimento

Para a superação desse problema, sugere-se a elaboração de uma agenda diversificada de apresentações culturais no local com atividades e artistas da terra, incluindo apresentações de dança e de grupos de capoeira, apresentações musicais, entre outras opções que obrigatoriamente precisam refletir a cultura e os ritmos regionais, que poderá ser viabilizada por meio da Fundação Gregório de Mattos (FGM), artistas locais, ONGs e grupos tradicionais.

4.2.5 Intervenção na pouca atratividade do local em período de baixa estação

Sugere-se que sejam realizadas campanhas turísticas de divulgação do Mercado Modelo atreladas a uma agenda de eventos no entorno do local durante o período, transformando o espaço e o entorno em um ponto de encontro e convivência, além de espaço de animação, artístico e cultural.

Essa agenda de eventos deve prever festas populares comemoradas nesse período, como São João, e outras iniciativas como circuitos gastronômicos, com o objetivo de valorizar e fortalecer a cultura e identidade local, oferecendo uma oportunidade de vivência do patrimônio alimentar local e de saborear pratos e bebidas típicas.

Para tanto, a Fundação Gregório de Mattos (FGM) poderá atuar articulando outros agentes de cultura regional para organizar a agenda de apresentações e outras iniciativas culturais; e, no caso dos circuitos gastronômicos, deverá ser realizada parceria com o Serviço Social do Comércio - SESC, por se tratar de um *player* de grande expertise nesse ramo de atividade.

5 Considerações finais

Esse trabalho teve como objetivo propor um projeto de intervenção inovadora a partir das oportunidades de melhoria geradas pelos fatores negativos mapeados e valorizar os aspectos positivos do local, de modo a alavancar o comércio e turismo ali praticados mediante à exploração estratégica da atratividade do Mercado.

Na investigação dos problemas, a partir das percepções dos observadores, lojistas e visitantes entrevistados, observou-se que as intervenções seriam de maior valor agregado se concentradas na proposição de soluções para mitigar aqueles de maior impacto, conforme foi tratado ao longo desse trabalho. Recomenda-se, adicionalmente a esse projeto, que os fatores sejam analisados à luz da acessibilidade, uma vez que esse estudo teve tal quesito como limitação nas ações propostas.

Portanto, a proposta apresentada nesse trabalho pode ser considerada inovadora por impor uma nova condição de funcionamento ao Mercado Modelo, que envolve diversos agentes de inovação, novos processos, novas estratégias de viabilização das ações, recursos tecnológicos, intensa articulação de *stakeholders* e fortalecimento de parcerias público-privadas.

Por fim, como desafios para uma futura implementação desse projeto, põe-se o engajamento das partes envolvidas mapeadas, a superação dos processos burocráticos envolvidos em cada uma das proposições, uma efetiva liderança da atual administradora do Mercado Modelo e a disponibilidade de recursos financeiros.

• 6 Referências

ALVARES, D. F., LOURENÇO, J.M.B. Inovações com incidência direta na atividade turística: uma análise dos destinos de Ouro Preto-MG e Salvador-Ba. **CULTUR**, ano 05 - nº 01/Especial, p.33-43, Jan.2011. Disponível em: <<http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur>>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2019.

BARBIERI, J. C.; VASCONCELOS, I. F. G. de; ANDREASSI, T.; VASCONCELO, F. C. de. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **Revista de Administração de Empresas (RAE/FGV)**. São Paulo. v50. n2. abr./jun, 2010. Disponível em: <https://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/10.1590_s0034-75902010000200002.pdf>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2019.

CASARIN, Helen de Castro Silva. **Pesquisa científica**: da teoria à prática. Curitiba: InterSaberes, 2012.

FARIAS, R.C.; GOELLNER, S. V. A capoeira do Mercado Modelo de Salvador: gestualidades performáticas de corpos em exibição. **Rev. bras. Educ. Fís. Esp.**, São Paulo, v.21, n.2, p.143-55, abr./jun. 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rbefe/article/view/16651/18364>>. Acesso em 01 de Fevereiro de 2019.

FORTUNAS, C.; LEITE, R. P. (Orgs). **Plural de cidade: léxicos e culturas urbanas**. Edições Almedinas SA: Coimbra, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

IRVING, M. de A.; BURSZTYN, Ivan; SANCHO, A. P. S.; MELO, G. de M. Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. **Caderno Virtual de Turismo**. Vol. 5, N° 4 (2005). Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/98/93>>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2019.

JAYME, J. G.; TREVISAN, E. Intervenções urbanas, usos e ocupações de espaços na região central de Belo Horizonte. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, v. 12, n. 2, p. 359-377, nov. 2012. ISSN 1984-7289. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/11933/8133>>. Acesso em: 22 fev. 2019.

TIGRE, P. B. **GESTÃO DA INOVAÇÃO: a economia da tecnologia do Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

VARGAS, H.C., CASTILHO, A. L. H. **Intervenções em Centros Urbanos:Objetivos, Estratégias e Resultados**. 3ªed. Barueri: Manole, 2015.