

ARTESANATO: CULTURA MATERIAL E MERCADO EM DESTINOS TURÍSTICOS

Maíra Fontenele Santana¹

RESUMO

Este artigo busca apresentar a relação do artesanato com espaços turísticos e os desdobramentos em relação à cultura material e o mercado. Apresenta conceitos de artesanato, além de um breve panorama das características do artesanato brasileiro, e sua representação na cultura material, bem como sua associação ao território. Os autores Albino (2017), Ribeiro (1983) e Canclini (2019) são alguns referenciados na discussão do turismo como uma oportunidade de mercado para o artesão. Em seguida, apresenta casos positivos de interação entre turismo e artesanato em diversos aspectos, tais como, o artesanato como atrativo turístico, artesanato como fonte de divulgação do território, destinos turísticos e seus elementos iconográficos como inspiração para o artesanato. Os exemplos partem de iniciativas do poder público, da sociedade civil e dos próprios artesãos.

PALAVRAS-CHAVE: Artesanato. Território. Turismo. Cultura Material.

ABSTRACT

This paper presents the relationship between handicrafts and tourist spaces and developments in relation to material culture and the market. It presents concepts of handicrafts, in addition to a brief overview of the characteristics of Brazilian handicrafts, and their representation in material culture, as well as their association with the territory. The authors Albino (2017), Ribeiro (1983) and Canclini (2019) are mentioned in the discussion of tourism as a market opportunity for the artisan. Then, it presents positive results of interaction between tourism and handicrafts in several aspects, such as handicrafts as a tourist attraction, handicrafts

1 Maíra Fontenele Santana. QNA 39 bloco A apt 302, Taguatinga Norte, Distrito Federal; (61) 981214391. Mestranda em Design na linha de pesquisa “Design, Cultura e Materialidade” pela Universidade de Brasília; especialista em Gestão Pública e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins; e desenhista industrial pela Universidade de Brasília. mairafs05@gmail.com

as a source of dissemination of the territory, tourist destinations and their iconographic elements as inspiration for handicrafts. The cases come from initiatives by the government, civil society and artisans themselves.

KEYWORDS: Handicrafts. Territory. Tourism. Material Culture.

“O artesanato não quer durar milênios nem está possuído da pressa de morrer prontamente. Transcorre com os dias, flui conosco, se gasta pouco a pouco, não busca a morte ou tampouco a nega, apenas aceita esse destino. Entre o tempo sem tempo do museu e o tempo acelerado da tecnologia, o artesanato tem o ritmo do tempo humano. É um objeto útil que também é belo; um objeto que dura, mas que um dia, porém se acaba e resigna-se a isto; um objeto que não é único como uma obra de arte e pode ser substituído por outro parecido, mas não idêntico. O artesanato nos ensina a morrer, e fazendo isso, nos ensina a viver.”

(OCTAVIO PAZ apud ALBINO, 2017, p. 36)

INTRODUÇÃO

Este artigo busca apresentar o artesanato e seu papel na cultura material, bem como a importância do mercado na manutenção da atividade artesanal. Nesse contexto, o turismo torna-se uma grande oportunidade de mercado e de espaço de trocas culturais. O artesanato, apesar de estar associado à uma tradição, seja pela técnica utilizada ou pelos elementos culturais que carrega, está vivo e representa a cultura material de hoje. Ele é a materialização do passado e do presente. De tal modo, o artigo apresenta construções de conceitos de artesanato e a definição brasileira. Por sua dimensão continental, o Brasil apresenta desafios estruturais para comercialização do artesanato, que vão desde dificuldades logísticas até o acesso ao público consumidor. De outro ponto de vista, o artesanato é muito representativo e diverso, com riqueza de tipologias, técnicas, matérias-primas.

O papel do artesanato na cultura material e sua relação direta com o território são aspectos importantes que o caracterizam como produção associada ao turismo. Além de abrir oportunidade para o mercado, por levar os turistas para junto do artesão, também permite trocas que transformam esse território. Obviamente, qualquer interferência cultural

apresenta riscos pelo desequilíbrio de forças entre as partes, mesmo assim é possível ter uma relação sustentável entre o artesanato e o turismo.

Isto posto, o artigo apresenta quatro casos dessa interação promovidos pelo poder público, sociedade civil ou pelo próprio artesão. Serão apresentados o caso da Cerâmica da Serra da Capivara e sua relação com o Parque Nacional da Serra da Capivara, patrimônio da humanidade; o artesanato em capim dourado na comunidade de Mumbuca no Jalapão em Tocantins; a utilização de elementos iconográficos de destinos turísticos da Bahia como inspiração para desenvolvimento de coleções para os artesãos; e a história da Artfio da comunidade de Curral Grande no Ceará que, ao estampar o crochê nas árvores da comunidade, criou uma atração turística para o local.

ARTESANATO: DEFINIÇÕES E AS CARACTERÍSTICAS BRASILEIRAS

Apesar da atividade existir desde antes da antiguidade, a palavra artesanato começou a ser usada apenas no início do século XX. Originária da palavra francesa *artisanat*, foi usada pela primeira vez em 1920 para designar a atividade do artesão. A palavra é uma derivação do italiano *artigiano*, que surgiu no Renascimento para distinguir o papel dos artistas que criavam suas grandes obras daqueles que a executavam, promovendo uma diferenciação clara entre o criar e o fazer (ALBINO, 2017). A dualidade entre teoria e prática, concepção e execução, especialmente, *homo faber*² e *animal laborans*³ é rebatida por Sennett (2013) que defende ser o pensamento apenas possível ao homem por meio do fazer. Nesse sentido, a atividade artesanal exemplifica o forte vínculo entre o pensamento e a execução e demonstra sua relevância pela trajetória sociotécnica e a própria evolução material.

A concepção de artesanato no mundo não é homogênea pelas características culturais, históricas, sociais e/ou ambientais de cada território. Ainda assim, países enfrentam desafios semelhantes por se tratar de uma atividade tradicional que não segue os modelos industriais de produção e que, por ser uma atividade econômica, deve atender aos padrões e exigências de mercado. Na tentativa de compreender a essência do que vem a ser artesanato e os seus problemas, a Unesco adotou uma concepção que abarca as principais características:

2 *Homo Faber* conceito utilizado por Hannah Arendt a respeito do indivíduo que produz o mundo através do seu trabalho.

3 *Animal Laborans* termo que surge na obra de Hannah Arendt a respeito dos que estariam condenados à rotina do trabalho braçal.

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente a mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com uso de matérias-primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social. (UNESCO, 1997, p. 06)

Apesar da definição pela Unesco, os países estabelecem seu próprio conceito e políticas para atender suas especificidades, a partir da história e realidade territorial. O Brasil vem construindo seu próprio conceito ao longo dos anos, mas é apenas em 22 de outubro de 2015, pela Lei nº 13.180, que é reconhecida a profissão do artesão no país. Assim, pelos desdobramentos da lei, no Brasil:

artesão é toda pessoa física que, de forma individual ou coletiva, faz uso de uma ou mais técnicas no exercício de um ofício predominantemente manual, por meio do domínio integral de processos e técnicas, transformando matéria-prima em produto acabado que expresse identidades culturais brasileiras. (BRASIL, 2018, p. 03)

Em consequência, artesanato é “toda produção resultante da transformação de matérias-primas em estado natural ou manufaturada, através do emprego de técnicas de produção artesanal, que expresse criatividade, identidade cultural, habilidade e qualidade” (BRASIL, 2018, p. 07). A definição inclui um espectro amplo de técnicas e produções, mas que podem ser distinguidas pela preservação da memória cultural de uma comunidade, como o artesanato em cerâmica do Vale do Jequitinhonha em Minas Gerais; pelo valor histórico, artístico e/ou cultural, como as peças em pedra sabão de Ouro Preto em Minas Gerais; pelos aspectos identitários de uma comunidade, como as bonecas Ritxoko, dos Karajás; pelo resgate ou releitura de elementos culturais, como o cocar de canudo feito pelos Kayapós no Xingu; ou pela inovação com identidade cultural, como as joias feitas com espinho de mandacaru produzidos pelo casal Antônio Rabelo e Lúcia Araújo em Quixeramobim, no Ceará.

Não é à toa que os exemplos citados acima possuem indicação do local em que é produzido ou a etnia a que pertence, a dimensão territorial⁴ é um aspecto importante do artesanato. Historicamente, as técnicas artesanais foram se aprimorando a partir de necessidades cotidianas de um território, bem como de seus recursos materiais e imateriais e de suas características culturais (ALBINO, 2017). É possível ter maior dimensão da representatividade do artesanato no Brasil quando analisamos os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE – (2015) que apontam que 78,6% dos municípios brasileiros possuem alguma atividade artesanal. Para um país de dimensão continental, o artesanato é muito diverso e está bem disperso no território. É possível encontrar artesanato em grandes capitais como a cidade de São Paulo, mas também em São Gabriel da Cachoeira, no interior do Amazonas que faz fronteira com a Colômbia e a Venezuela, ou na comunidade quilombola de Mumbuca, no município de Mateiros, que vive no deserto do Jalapão. Graças a essas características, não é possível simplificar a produção artesanal brasileira ou encontrar uma receita para o desenvolvimento ou a promoção comercial do artesanato.

CULTURA MATERIAL E MERCADO

O artesanato é um dos meios mais importantes de expressão da identidade de um povo (BORGES, 2011) e, por isso, é representante da nossa cultura material. Essa natureza especial do artesanato é onde está seu maior valor. Seu aspecto singular e a associação à memória e à tradição, não converte o artesanato em algo estático. O artesanato está vivo e em permanente transformação, como qualquer cultura e identidade. Inclusive, a condição para existir a tradição é que ela esteja em constante processo de mudança e presente na sociedade, caso contrário vira fato histórico (KELLER, 2011). Assim, ao mesmo tempo que precisa ser preservado como parte importante da nossa cultura, precisa se renovar e dialogar com a sociedade do hoje. Essa constatação abre espaço para inovação de produtos, processos e técnicas, mas também é margem para descaracterização do artesanato em busca de atender as tendências do mercado.

Contudo, não é possível analisar a atividade artesanal sem considerar seu fator econômico. Afinal, no contexto capitalista, o artesão produz, primeiramente, com o intuito de receber retorno financeiro, pois sem isso não é possível manter a regularidade da produção (D'ÁVILA, 1983). Existem

4 Território não geograficamente determinado ou politicamente estabelecido, mas cultural e socialmente construído.

vários entraves difíceis de serem superados para inserir o artesanato no mercado de forma sustentável, sendo que alguns deles são características intrínsecas à atividade e outros da organização do artesanato no Brasil. O baixo volume de produção inibe a comercialização no atacado, a dispersão dos artesãos no território geográfico e a distância física do público consumidor, que está concentrado nas capitais, são grandes entraves logísticos que podem inviabilizar o comércio ou aumentar consideravelmente o custo do objeto.

A grande questão é como preservar a produção artesanal para mantê-la significativa do ponto de vista cultural e social e garantir a sustentabilidade financeira, tão importante para a manutenção da atividade, dentro do sistema capitalista? Ou mesmo, que estratégia de inserção no mercado pode ser usada para que o artesanato, com suas características culturais, seja um diferencial?

Tendemos a pensar que a inserção do artesanato, ou outras formas tradicionais de expressão cultural, a circuitos comerciais serve para “homogeneizar os formatos e dissolver as características locais”(CANCLINI, 2019, p. 216). Especialmente em comunidades indígenas, acredita-se que a produção em massa de objetos de grande valor cultural para venda a apreciadores externos pode deturpar a arte indígena como expressão (RIBEIRO, 1983). As ponderações precisam ser levadas sempre em consideração ao estimular o comércio do artesanato, no entanto, com cautela, é possível reverter o quadro e ter resultados muito positivos. Há público para os que resistem à uniformização do consumo globalizado. A venda de objetos artesanais ajuda a disseminar a cultura local, além de reduzir o risco de o artesão abandonar seu ofício para vender sua força de trabalho, seja no mercado formal ou informal (RIBEIRO, 1983). Aliás, a importância econômica do artesanato é muito maior que a interação imediato do consumidor com o artesão, pois envolve toda cadeia de valor, ou seja, todos os que participam diretamente ou indiretamente da produção, desde o tratamento da matéria-prima ao transporte da peça (BORGES, 2011). O artesanato é uma forma de expressão e geração de renda do indivíduo, além de estratégia de desenvolvimento econômico.

TURISMO E OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS

A inerente territorialidade da produção artesanal e o objeto artesanal como narrativa e materialização da cultura conectam o artesanato ao turismo. De natureza fundamentalmente cultural, o turismo manifesta-se em um “processo de interações contínuas entre comunidades diferentes

que ocupam espaços distintos socialmente construídos e que, por apresentar essa diversidade, tornam-se atraentes para o conhecimento do outro” (PORTUGUEZ et al., 2012, p. 167).

Tendo o deslocamento de pessoas como elemento essencial, o turismo atrai público consumidor para o local de produção do artesanato, que suprime problemas logísticos, tornando-se uma grande estratégia de promoção comercial. De acordo com a Unesco (1997), há um forte vínculo entre a chegada dos turistas na comunidade e aumento do potencial de venda de artesanato em todos os países. O turismo é a atividade econômica, do setor de serviços, que mais cresce no mundo, em pesquisa do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), a contribuição do turismo para o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro cresceu 3,1% em 2018. A mesma pesquisa indica que o turismo gerou a ocupação de 6,9 milhões de pessoas no país (MARTINS, 2019). De tal modo, o artesanato entra na cadeia de valor como produção associada ao turismo em uma relação de mútuo benefício.

A atividade turística, especialmente relacionada ao desenvolvimento local, tem grande responsabilidade com a comunidade, pois aumenta a oferta de trabalho e a oportunidade de mercado, assegurando melhores condições de vida e favorecendo a produção intrínseca do local, como é o caso do artesanato (PORTUGUEZ et al., 2012). Em contrapartida, a interação do turista com o artesanato, seja por meio do objeto, do artesanato ou do local de produção, pode ser um atrativo turístico para aquele destino, pela sua natureza cultural e experiência proporcionada ao turista, como fonte de lazer, entretenimento e conhecimento.

De tal modo, é importante criar políticas de incentivo ao turismo “artesanal” para o desenvolvimento doméstico do artesanato, pois promove a visibilidade e o interesse público à atividade e, conseqüentemente, a expansão do mercado interno, visto que os consumidores locais tendem a preferir produtos exteriores ao seu território (UNESCO, 1997). O Brasil possui diversos exemplos desse turismo “artesanal” construídos na potencialidade do território e da atividade artesanal. A seguir, serão relatadas experiências bem-sucedidas e potenciais no desenvolvimento do artesanato e do turismo.

CERÂMICA DA SERRA DA CAPIVARA

O Parque Nacional da Serra da Capivara, localizado no sudeste do estado do Piauí, é uma unidade de conservação arqueológica considerada Patrimônio Cultural da Humanidade pela Unesco desde 1991. Os

sítios arqueológicos da região começaram a ser estudados em 1970 em uma cooperação científica entre Brasil e França e, em 1986, consolidou-se a Fundação Museu do Homem Americano, para garantir a preservação do patrimônio cultural e natural do Parque (FUMDHAM, [s.d.]). O local tem significativa importância histórica, cultural e ambiental por reunir a maior concentração de sítios arqueológicos do mundo, além de ser a única unidade de conservação permanente do bioma caatinga. Possui uma grande quantidade de vestígios pré-históricos e pinturas rupestres, formada por grafismos de figuras humanas, animais, plantas e objetos que, frequentemente, representam uma ação, demonstrando movimento e dinamismo (BUCO, 2013). São registros de mais de 50.000 anos de história da humanidade, nos mais de 1.000 sítios arqueológicos (OLIVEIRA FILHO; MONTEIRO, 2009).

O turismo é a principal atividade econômica da região. O Parque oferece estrutura para visitação em 173 sítios arqueológicos. Os diversos circuitos atendem múltiplos perfis de público para apresentar os monumentos geológicos, as mais diversas paisagens, além da fauna e flora típicas da região (BUCO, 2013).

No entorno do Parque Nacional da Serra da Capivara, no povoado de Barreirinhas, município de São Raimundo Nonato, está localizada a empresa Cerâmica Artesanal Serra da Capivara. Fundada em 1992 pela arqueóloga Niède Guidon, desenvolve produtos cerâmicos com a reprodução das pinturas rupestres encontradas ao longo do Parque (SILVA, 2016). Os desenhos viraram marca da empresa, que conta com mais de 60 artesãos trabalhando na produção das peças. A empresa comercializa para lojas de decoração de grande alcance, além de países como Itália, Espanha e Estados Unidos. (CERÂMICA SERRA DA CAPIVARA, [s.d.]).

O conhecimento cerâmico já era de domínio dos artesãos da comunidade, com a oportunidade de mercado que surgiu em decorrência do destino turístico, aperfeiçoaram a técnica e desenvolveram produtos inspirados nos motivos dos sítios arqueológicos, como as cenas da caça, beijo, parto e animais em movimento. A empresa possui certificações ambientais, pelo manejo correto da argila e por suas escolhas sustentáveis no processo produtivo.

Em 2016, o Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro (CRAB) realizou a exposição “Serra da Capivara: homem e terra”, com curadoria de Renato Imbroisi, reunindo artefatos encontrados das escavações e peças produzidas por 32 mestres ceramistas da região. A exposição apresentou de maneira indissociada uma imersão sensorial no Parque e a trajetória da cerâmica produzida na região. O sucesso de vendas da empresa

extrapolou o território da Serra da Capivara e as peças tornaram-se cartão de visita do Parque e até do estado do Piauí. A cada transação comercial realizada para fora do estado, a Cerâmica Artesanal da Serra da Capivara divulga a história do território, a cultura e o próprio destino turístico.

COLHEITA NO CAPIM DOURADO NO JALAPÃO

O Jalapão, localizado a leste do estado do Tocantins, é conhecido pelo ecoturismo e turismo de aventura. A região abrange uma área de 53,3 mil km² e 15 municípios, dentre eles, Mateiros, Ponte Alta do Tocantins, Novo Acordo e São Felix do Tocantins. O território possui três unidades de conservação de proteção ambiental, a Estação Ecológica Serra Geral do Tocantins, o Parque Estadual do Jalapão e o Parque Nacional Nascentes do Paraíba; e duas áreas de proteção ambiental, a APA do Jalapão e a APA Serra da Tabatinga (FIGUEIREDO, 2007). Integrante do bioma cerrado, a região possui uma paisagem árida caracterizada por dunas de areias finas, e águas abundantes com rios, nascentes, cachoeiras e fervedouros.

O território também possui diversas comunidades quilombolas tradicionais, como a comunidade de Mumbuca e o povoado da Prata, que trabalham com extrativismo, agricultura, pecuária e o tradicional artesanato em capim dourado. O início da produção artesanal se deu na comunidade de Mumbuca, por volta de 1930, após indígenas da etnia Xerente passarem pela região e ensinarem a técnica à comunidade. Inicialmente transmitida entre as mulheres, a técnica foi utilizada para uso doméstico na produção de utensílios (FIGUEIREDO, 2007). Os produtos em capim dourado ganham destaque pela coloração e brilho característico. As hastes do capim, apesar de flexíveis, podem quebrar se não tiver o devido cuidado na produção.

Na década de 1990, o governo do Tocantins inicia uma política de desenvolvimento da região como destino turístico e, por consequência, ocorre a disseminação do artesanato em capim dourado. As vendas significativas, promovem o desenvolvimento de novos produtos, como adornos, peças decorativas para atender as demandas dos turistas. A produção se dissemina entre outras comunidades quilombolas e não fica mais restrita às mulheres. Por sua importância, o artesanato em capim dourado do Jalapão recebeu o registro de indicação geográfica de procedência, em 2011, para “qualificar a produção, agregar valor e incentivar ainda mais o turismo aliado ao artesanato na região” (SEBRAE, 2016, p. 18).

A colheita do capim é extrativista e há regras específicas para o manejo. A Portaria Naturatins nº 362/2007 estabelece medidas de ordenamento

à coleta e ao manejo do capim dourado, considerando que o interesse pelo artesanato em capim dourado aumentou o volume coletado, podendo ser um risco à espécie. Em decorrência da Portaria, a coleta do capim só pode ser realizada no período de 20 de setembro a 30 de novembro, desde que as hastes estejam completamente maduras. Diante disso, desde 2008, é realizada a Festa da Colheita do Capim Dourado, organizada pela Associação dos Artesãos do Povoado Mumbuca. Durante uma semana após a autorização para o início da colheita, a comunidade monta uma programação de roda de conversa, apresentações artísticas e, claro, a própria colheita do capim para os turistas que têm a oportunidade de conhecer a cultura, as tradições e o processo de produção artesanal (TOCANTINS, [s.d.]).

ICONOGRAFIA DO ESTADO DA BAHIA

O estado da Bahia possui o maior número de municípios, maior extensão territorial e maior população dentre os estados do nordeste, além de ter a maior extensão de costa marítima de todo o país. Abriga três dos seis biomas brasileiros, mata atlântica, cerrado e caatinga, que ofertam as mais diversas paisagens. A Bahia foi a primeira a receber os portugueses no período da colonização e abrigou a cidade-capital do país por mais de dois séculos. A história da constituição do estado, marcada por miscigenação de povos, proporcionou grande diversidade cultural refletida na música, gastronomia, religião, expressões culturais e, conseqüentemente, no artesanato.

A Bahia possui 14.472 artesãos cadastrados⁵ pelo Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (BRASIL, 2020) que retratam em maior ou menor grau, a cultura desse estado tão diverso. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), por meio do projeto Brasil Original, apoiou o desenvolvimento de coleções para vários artesãos, inspiradas na iconografia de oito destinos turísticos: Salvador e Baía de Todos-os-Santos, Costa dos Coqueiros, Costa do Dendê, Costa do Cacau, Chapada Diamantina, Costa do Descobrimento, Portal do Sertão e Sertão do São Francisco (SEBRAE, 2018). As consultorias tinham como proposta estimular o olhar do artesão à sua própria cultura, conectando o trabalho artesanal aos ícones de seu lugar. Os resultados foram produtos inspirados nos destinos turísticos que se conectam em quatro temas: Terra da Fé, expressão da diversidade religiosa; Terra Mãe,

⁵ Números de artesãos cadastrados até dezembro de 2019.

ressaltando as riquezas naturais do território baiano; Terra de Histórias, relatando acontecimentos, personalidades, manifestações culturais e tradições; Terra de Sabores relacionando riqueza de cores e sabores da cultura baiana (SEBRAE, 2018). O projeto promoveu a troca entre artesanato, território, história e cultura para apresentar produtos que estimulassem a interação entre artesanato e turista.

ARTFIO

Artfio é a Associação de Artesãos de Curral Grande, localizada na comunidade rural do município de São Gonçalo do Amarante, no estado do Ceará. O grupo foi formado em 2011 e formalizado em 2014, mas o trabalho em crochê é tradição na comunidade. Como é característico do artesanato brasileiro, a técnica do crochê foi transmitida oralmente entre as mulheres. Dona Raimunda, que aprendeu com sua mãe, foi a principal responsável por repassar a técnicas às mais novas (ARTESOL, [s.d.]). O grupo desenvolve produtos em crochê para casa como almofadas, tapetes, jogo americano, caminhos de mesa. Utilizam barbante de algodão para formar flores coloridas em um mosaico, que ficou característico do grupo.

São mais de 50 associadas que criam e produzem as peças para serem vendidas em feiras e eventos do setor. A produção do grupo foi reconhecida pelo Prêmio Sebrae TOP 100 de artesanato, em que foram vencedoras na 3ª e 4ª edição. Em 2012, a cantora Marisa Monte, que é crocheteira e se tornou amiga do grupo, visitou a comunidade para trocar experiências. Na ocasião, mostrou para o grupo uma árvore revestida de crochê que tinha visto no exterior. Dona Conceição, presidente da associação, prometeu revestir as árvores de Curral Grande para decoração de natal da cidade. Ao cumprir a promessa, o crochê que já era tradição na comunidade ficou marcada nas árvores, tornando-as assim um atrativo turístico. A iniciativa gerou grande repercussão de mídia local, estadual e nacional. Curral Grande que não era vista como um destino turístico, passou a receber várias pessoas de comunidades próximas que queriam conhecer as árvores crochetas.

A Artfio repete a ação sempre que as condições materiais permitem e em 2018 foram convidadas pelo governo do estado do Ceará, juntamente com outros três grupos de crocheterias do estado, para reproduzir o que fizeram em Curral Grande na capital Fortaleza. Elas nunca pararam de fazer os produtos que já são conhecidos no mercado, mas desde que começaram a crochetar as árvores, receberam mais demandas de trabalho, aumentou a venda dos produtos e ainda beneficiaram a própria comunidade.

CONCLUSÃO

A relação entre o artesanato e o turismo, como qualquer outra relação de trocas culturais, possui o risco de exploração e deturpação das produções tradicionais locais. Os interesses dos artesãos, comerciantes, turista e poder público, além de distintos, podem ser contraditórios. No entanto, esses riscos não se restringem ao turismo, mas nas relações construídas pelo mundo moderno. Dado que as trocas culturais são inevitáveis, a atenção não deve ser em evitar as transformações, mas em compreender como elas estão acontecendo e como se estabelece a relação de forças (CANCLINI, 2019). Por essa premissa, é possível estabelecer relações saudáveis e de benefício mútuo entre o artesanato e o turismo.

Os exemplos aqui citados apresentaram formas diferentes e positivas de construir a relação da produção artesanal com o turismo. A Cerâmica da Serra da Capivara se construiu juntamente com o turismo local, por iniciativa dos próprios pesquisadores e, assim, ganhou importância como fonte de divulgação do destino turístico e do patrimônio nacional. A produção artesanal em capim dourado do quilombo Mumbuca no Jalapão, já existia antes do destino turístico ser desenvolvido, mas se aproveitou dele para acessar o mercado. Ainda nessa relação de troca, transformou as etapas do processo produtivo como um atrativo turístico à parte, aumentou a demanda de turistas no período da colheita do capim e, ainda, a procura pelo artesanato. Os destinos turísticos podem ser inspiração para o desenvolvimento de produtos artesanais, por meio do estudo iconográfico local, como o trabalho promovido pelo Sebrae com os artesãos da Bahia. E, por fim, a iniciativa das próprias artesãs de São Gonçalo do Amarante em fortalecer o vínculo com a comunidade, ao encobrir as árvores de crochê, criou um atrativo turístico sem ter a pretensão inicial de fazê-lo.

Seja por estímulo da política local ou por iniciativa dos próprios artesãos, mostrar o artesanato na sua vertente cultural e ligá-lo a outras atividades econômicas, como o turismo, pode despertar valores culturais e tradições, aumentar a conexão do artesão com a história do território e melhorar economicamente a vida do artesão. Conforme Albino (2017, p. 46), “o artesanato deve ser entendido como caracterizador da biografia dos territórios no ato de interpretar, traduzir e transcriar a cultura”. Os modelos construídos e apresentados podem não ser o padrão ideal, no entanto, a crítica não pode ser motivo de imobilismo, mas de construção para modelos melhores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBINO, C. *À procura de Práticas Sábias: design e artesanato na significação dos Territórios*. 1ª ed. Coimbra: CEARTE, 2017.

ARTESOL. ARTFIO - *Associação de Artesãos de Curral Grande*. Disponível em: https://www.artesol.org.br/rede/membro/artfio_associacao_de_artesaos_de_curral_grande. Acesso em: 7 fev. 2020.

BORGES, A. *Design + Artesanato: o caminho brasileiro*. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

BRASIL. Portaria Nº 1.007-SEI, de 11 de junho de 2018. Disponível em: http://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/34932949/do1-2018-08-01-portaria-n-1-007-sei-de-11-de-junho-de-2018-34932930. Acesso em: 10 nov. 2019.

BRASIL. *Relatório de artesãos cadastrados até dezembro de 2019*. Brasília: [s.n.].

BUCO, E. *Turismo arqueológico: região do parque nacional Serra da Capivara*. 2ª ed ed. [s.l.] Fundação Museu do Homem Americano (FUMDHAM), 2013.

CANCLINI, N. G. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4ª ed. 8ª ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2019.

CERÂMICA SERRA DA CAPIVARA. *Cerâmica Serra da Capivara*. Disponível em: <https://www.saoraimundo.com/ceramicacapivara/>. Acesso em: 25 fev. 2020.

D'ÁVILA, J. S. "O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea". In: *O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: FUNARTE/ Instituto Nacional do Folclore, 1983. p. 253.

FIGUEIREDO, I. B. *Efeito do Fogo em Populações de Capim dourado (Syngonanthus nitens Eriocaulaceae) no Jalapão, TO*. [s.l.] Universidade de Brasília, 2007.

FUMDHAM. *Fundação Museu do Homem Americano*. Disponível em: <http://fumdham.org.br/fumdham/>. Acesso em: 25 fev. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE.

Pesquisa de informações básicas estaduais. Rio de Janeiro: IBGE, 2015.

KELLER, P. "Artesanato em Debate". Entrevista com Ricardo Lima. *Revista Pós Ciências Sociais*. v. 8 n. 15, p. 187–210, 2011.

MARTINS, A. *Cresce a participação do Turismo no PIB nacional*. 2019. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/últimas-notícias/12461-cresce-a-participação-do-turismo-no-pib-nacional.html>. Acesso em: 25 fev. 2020.

OLIVEIRA FILHO, R. C. DE; MONTEIRO, M. DO S. L. “Ecoturismo no Parque Nacional Serra da Capivara: trata-se de uma prática sustentável?” *Revista Turismo em Análise*, v. 20, n. 2, p. 230, 2009.

PORTUGUEZ, A. P. et al. *Turismo e Estratégias de Desenvolvimento Local: Uma Reflexão Sobre as Políticas Difusionista e Territorialista*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.

RIBEIRO, B. G. “Artesanato indígena: para que, para quem?” In: *O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: FUNARTE/ Instituto Nacional do Folclore, 1983. p. 253.

SEBRAE. *Indicações Geográficas Brasileiras: Artesanato*. 2ª ed. Brasília: SEBRAE, INPI, 2016.

SEBRAE. *A iconografia pelo olhar Artesão: a Bahia recriada através dos olhares e fazeres de artesãos de oito destinos turísticos*. Salvador: SEBRAE, FAEB/SENAR, 2018.

SENNETT, R. *O Artífice*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

SILVA, P. O. *Responsabilidade socioambiental da empresa cerâmica artesanal Serra da Capivara: análise da percepção da comunidade local do entorno do Parque Nacional Serra da Capivara*. [s.l.] Universidade Federal da Bahia, 2016.

TOCANTINS, T. DO E. DO. *Festa da Colheita do Capim Dourado*. Disponível em: <https://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/encantos-do-jalapao/principais-atrativos/mateiros/festa-da-colheita-do-capim-dourado/>. Acesso em: 26 fev. 2020.

UNESCO. *International Symposium on “crafts and the international market: trade and customs codification”*. Manila: Unesco, 1997.