

## **ECONOMIA SOLIDÁRIA, COMÉRCIO E TURISMO: OS PRODUTOS ARTESANAIS À BASE DE PALMEIRAS DE BUTIÁ EM SANTA VITÓRIA DO PALMAR, RS, BRASIL**

### **SOLIDARITY ECONOMY, COMMERCE AND TOURISM : THE HANDICRAFTS PRODUCTS OF BUTIÁ PALM TREES IN SANTA VITÓRIA DO PALMAR, RS, BRAZIL**

**MICHEL CONSTANTINO FIGUEIRA <sup>1</sup>**

Recebido em 09.06.2016

Aprovado em 21.06.2017

---

#### **Resumo**

As produções artesanais, desenvolvidas coletiva e solidariamente pelos grupos sociais, são de suma importância para a projeção de sua qualidade de vida, principalmente, através da geração de trabalho e renda. Aos produtores artesanais (artesãos), essa prática eleva a sua autoestima e promove uma ocupação independente e criativa, sobretudo diante de sua absorção pelos mercados turístico e comercial. Analisar a realidade e o potencial turístico-comercial dessa produção artesanal é o objetivo central desse trabalho, cuja metodologia de pesquisa foi de ordem qualitativa, dividida nos seguintes métodos: teórico-bibliográfico; documental; virtual (internet); e de campo, com observação direta do fenômeno investigado. Os produtos artesanais ornamentais, utilitários e gastronômicos com base nos butiazeiros – palmeiras do fruto butiá (butiá capitata) – no município de Santa Vitória do Palmar, Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, representam um exemplo concreto de uso da criatividade artesanal na melhoria da qualidade de vida, da perspectiva socioeconômica, do desenvolvimento pessoal, da valorização cultural e da recomposição financeira de seus produtores. Os artesãos locais se destacam pela produção dos mais diversos artigos a base da palmeira e seu fruto (incluindo fibras e sementes). Esses produtos desenvolvidos atraem visitantes e moradores locais diante de sua qualidade estética e valor alimentar. Além disso, por sua composição natural-cultural, os produtos acabam por representar a identidade local.

**Palavras-chave:** Artesanato. Economia Solidária. Comércio. Turismo.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo e Mestre em Memória Social e Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Pelotas - UFPel com Mestrado Sanduíche na Universidad de Buenos Aires , Argentina. Doutorando em Memória Social e Patrimônio Cultural pela UFPel. Professor do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da Universidade Federal de Pelotas. michelhotelariaufpel@hotmail.com

## Abstract

Craft productions, developed solidarily and collectively by the social groups, are very important for the projection of their quality of life, mainly, through the generation of jobs and income. To the artisans, this practice raises their self-esteem and promotes an independent and creative occupation, particularly due absorption by the tourist and commercial markets. Ornamental, utilitarian and gastronomic products based on butiazeiros - the palm trees and its fruit butiá (butiá capitata) - in Santa Vitória do Palmar, Rio Grande do Sul State, Brazil, represent a concrete example of the use of handmade creativity in improving quality of life, socioeconomic perspective, personal development, cultural recovery and financial restructuring of its producers. Local artisans are distinguished by the production of several articles based on the used of the palm tree and its fruit (including fibers and seeds). These developed products attract visitors and locals due their aesthetic quality and food value. Moreover, for its natural and cultural composition, the products end up representing local identity. Analyze the reality and the tourist and commercial potential of craft production is the main objective of this work, which research methodology was qualitative, divided into the following research methods: theoretical-bibliographic; documentary; virtual (internet); and field research with direct observation of the phenomenon investigated.

**Keywords:** Handicraft. Solidarity Economy. Commerce. Tourism.

## 1. INTRODUÇÃO

A produção artesanal (artesanato)<sup>2</sup> associada aos mercados turístico e comercial se converte em um dos setores de maior incremento na renda de famílias e localidades em estagnação socioeconômica. Contudo, para que essa produção se estabeleça no espaço dessas localidades torna-se imprescindível o desenvolvimento de projetos e produtos que destaquem as criatividades locais. Tal realidade tende a oportunizar uma tentativa de modificar tecidos sociais em crise, a partir da agregação de valor à conhecimentos já estabelecidos ou mesmo na formação de novos conhecimentos.

---

<sup>2</sup> Este trabalho coloca a expressão produtos artesanais como sinônimo de artesanato, na medida em que o tema do mesmo aborda as produções manuais de produtos à base das palmeiras e seu fruto butiá. Esses produtos possuem fins utilitários, ornamentais e alimentares.

A conjunção turismo-comércio-artesanato é vista, neste trabalho, como uma oportunidade dos artesãos negociarem seus produtos, tanto com moradores e empresários locais, quanto com visitantes oriundos dos mais diversos lugares.

A articulação da produção artesanal com os setores do comércio e do turismo tende a tornar os produtos artesanais objetos de olhar dos mais diversos indivíduos e grupos, sejam moradores locais ou visitantes (turistas, viajantes, negociantes, ex-moradores). Essa potencialidade manifesta-se através de uma percepção de valor que se projeta na necessidade de fortalecimento e investimento em criação, qualificação e promoção de produtos elaborados com ênfase nas características culturais e naturais das mais diversas localidades.

No município de Santa Vitória do Palmar, Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, ocorre um processo de elaboração, incentivo e promoção turístico-comercial de produtos artesanais desenvolvidos com base na planta butiazeiro (*palmeira*) e seu fruto butiá (*butiá capitata*), encontrados em grande quantidade no local. São adornos pessoais, utilitários domésticos e alimentos: porta-retratos, objetos de decoração, licores, doces, geleias, bolos e bombons.

Em Santa Vitória do Palmar, estes e outros tantos produtos fazem parte do cotidiano turístico-comercial local, gerando interesse de compra e consumo, tanto por parte dos próprios moradores, quanto de viajantes que visitam o município para as mais diversas atividades.

O objetivo geral deste trabalho é avaliar a realidade e o potencial turístico-comercial do artesanato à base das palmeiras de butiá em Santa Vitória do Palmar, Rio Grande do Sul, Brasil<sup>3</sup>.

Os objetivos específicos deste trabalho são: identificar quais os usos socioculturais (ornamentais, alimentares e estéticos) das palmeiras e do butiá; inventariar os produtos artesanais criados; identificar as ações públicas e/ou privadas que incentivaram e

---

<sup>3</sup> Este trabalho, já concluído, foi desenvolvido entre os anos de 2013 e 2015. Ele resulta da experiência do autor como doutorando em Memória Social e Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Pelotas – UFPel, na linha de pesquisa *Patrimônio e Cidade*, mais precisamente no Grupo de Pesquisa *Urbanização e Formação de Territórios no Urbano*, junto ao *Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais da Universidade Federal de Pelotas* (LEUR – UFPel).

incentivam a projeção da produção artesanal à base das palmeiras de butiá; identificar as ações públicas e/ou privadas de promoção turístico-comercial dos produtos desenvolvidos; e, sugerir propostas de aproveitamento do potencial turístico impresso nos produtos desenvolvidos.

## 2. METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa adotada na elaboração deste trabalho foi de ordem qualitativa. Essa metodologia dividiu-se em pesquisa teórico-bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa virtual e pesquisa de campo de observação direta (*in loco*). Esta última implicou na participação do autor no local de ocorrência do fenômeno investigado.

E em um primeiro momento procedeu-se com a definição e revisão de um marco teórico-documental condizente com o objeto de investigação. Esse marco definiu a base bibliográfica (livros, monografias, cadernos técnico-científicos, artigos científicos, capítulos de livros e ensaios) e documental (publicações não acadêmicas, projetos e planos técnicos, materiais informativos, folhetos, catálogos e decretos-leis) adquiridas e analisadas, pertinentes à problemática do trabalho.

O marco teórico-documental permitiu avaliar a percepção de autores e profissionais diversos em torno das palavras-chave e do tema do trabalho. Importante citar que a maior dificuldade encontrada nesse trabalho se deu em torno da organização deste marco teórico, diante da pouca informação disponível na literatura sobre o tema do trabalho.

Por isso, diante de tal realidade, procedeu-se, adiante e, ainda, com uma investigação virtual a procura de sítios virtuais na internet (websites e blogs) que continham informações diversas sobre a produção, a gestão, a mercantilização e a dimensão turístico-comercial dos produtos à base das palmeiras de butiá em Santa Vitória do Palmar.

Nesta primeira fase, analisaram-se os textos e documentos selecionados, retirando-se dos mesmos informações e manifestações críticas sobre o tema desse

trabalho. Isso, de modo a preparar-se para o segundo momento de produção desse trabalho: a pesquisa de campo.

A pesquisa de campo focou-se na observação direta do fenômeno investigado. Antes da saída de campo procedeu-se com a instrumentalização de roteiros de investigação. Os roteiros definidos focaram-se na tentativa de responder aos objetivos específicos deste trabalho, baseando-se na observação crítica, inventários dos produtos e atividades desenvolvidos, aplicação de entrevistas semi-estruturadas, registros fotográficos e observação direta de atividades associadas à cadeia produtiva do artesanato local (produção, comercialização, promoção e gestão da produção artesanal). Aqui, incluem-se visitas e aplicação de observação crítica à núcleos de produção e comercialização de produtos, além de participação em eventos culturais e comerciais, onde os produtos foram promovidos, oferecidos e comercializados a moradores locais e visitantes.

Na etapa de observação direta aplicaram-se questionamentos aos artesãos locais com base em entrevista semi-estruturada (aberta a críticas e sugestões dos entrevistados). Na aplicação dessas entrevistas, sem roteiro pré-definido, questionou-se os artesãos acerca de dados demográficos, comerciais, sociais, políticos, econômicos e turísticos. A análise desses dados, associada à pesquisa bibliográfico-documental permitiu ao investigador uma caracterização global (histórico-social, política e econômica) da produção e da comercialização dos referidos produtos artesanais.

Os registros fotográficos da produção artesanal, dos produtos desenvolvidos e eventos realizados incrementaram visualmente o trabalho, facilitando a sua compreensão e análise crítica.

Na penúltima fase de trabalho, procedeu-se com a organização e análise dos dados recolhidos, associando os mesmos à literatura revisada a partir do marco teórico pré-definido.

E, por fim, procedeu-se na redação deste texto (artigo) com a demonstração dos resultados do referido trabalho científico.

### 3. CULTURA E MERCADOS TURÍSTICO E COMERCIAL: O ARTESANATO

A cultura – enquanto conjunto de manifestações simbólico-materiais de um determinado grupo – é o mecanismo-base da fundamentação social. A partir dos signos atrelados à sua sustentação histórico-territorial, a cultura manifesta-se por meio de símbolos, práticas, regras, compromissos, matéria e sentidos.

Como recurso de troca simbólica e/ou comercial, a cultura sendo, assim, fruto da história e do território geográfico, caracteriza-se, também, por ser um objeto da economia ao ser orientada como signo de transformação social diante dos interesses dos grupos que a forjam e a detém.

A pensadora britânica Kathryn Woodward (2000: 41) considera que

Cada cultura tem suas próprias e distintivas formas de classificar o mundo. É pela construção de sistemas classificatórios que a cultura nos propicia os meios pelos quais podemos dar sentido ao mundo social e construir significados. Há, entre os membros de uma sociedade, certo grau de consenso sobre como classificar as coisas a fim de manter alguma ordem social. Esses sistemas partilhados de significação são, na verdade, o que se entende por 'cultura' (WOODWARD, 2000: 41).

Acerca da capitalização turística da cultura, Margarita Barreto (2000) explica que o legado cultural passa a ter valor de atrativo turístico, sem deixar de representar a identidade local e a memória coletiva das sociedades receptoras do turismo. Já Reinaldo Dias (2006) complementa essa idéia ao defender que, se não fosse pelo turismo, muitos aspectos culturais poderiam estar fadados ao desaparecimento por completo (DIAS, 2006).

Na medida em que o turismo interessa-se, incentiva e revitaliza as práticas culturais, ocorre um renascimento de certo “patriotismo local”, associado à estima dos detentores das tecnologias culturais, sobretudo a partir da geração de um engajamento social com foco em processos de transformação da realidade socioeconômica local. Tal renascimento se dá, ainda, com a revitalização ou readaptação criativa de antigas práticas e tradições. Contudo, o renascimento desse patriotismo se dá, principalmente, através de projetos de assistência social.

Os projetos de assistência social costumam objetivar ações em torno de valores, técnicas, conhecimentos ou formação de competências locais. Entre esses valores e competências encontra-se a produção artesanal, cujo produto, o artesanato, forja-se através de práticas manuais que resultam em produtos estéticos e funcionais com profunda ligação com a identidade local.

Tendo por base o nível atrativo exercido pelo artesanato, entende-se que o mesmo é interpretado pelo fenômeno sociocultural do turismo diante de sua complementação estética na validação sociocultural de uma experiência turística autêntica. Essa autenticidade está focada na relação do visitante com o visitado e permite a permuta de informações entre o artesão e o visitante local. Essa relação de troca cultural é baseada em diversos interesses: estéticos, funcionais e mercadológicos, já que é comum os turistas relatarem em suas experiências de viagem quão espetacular é determinado objeto ou seu modo de construção e os trazem em suas bagagens como um troféu de comprovação de uma experiência de deslocamento pendular.

Assim, é no exemplo da capitalização turística das práticas artesanais que se pode compreender como as formas culturais acabam assumindo, segundo Johnson (1999), a forma de mercadorias capitalistas (JOHNSON, 1999).

Todavia, antes de ser mercadoria capitalista, o artesanato é parte da cultura popular. Sua técnica de produção é transmitida por meio da tradição (oral e/ou gestual) ou por meio de cursos e programas de formação técnico-profissional. Seus interesses produtivos podem ser de diversas ordens: ritualística, utilitária, alimentar e ornamental; podendo ou não possuir um fim comercial.

Meneguel, Menezes & Stevaux (2009) consideram que

O artesanato é uma forma de se expressar a criatividade, a cultura e as necessidades de uma comunidade. O mesmo vem sendo manifestado de acordo com a história da evolução humana, onde desde os primórdios as primeiras peças produzidas partiram da transformação dos elementos da natureza em objetos de uso do cotidiano, tais como polimento de pedras para a fabricação de objetos de caça, cerâmica, além de objetos ornamentais e decorativos através de trançado de fibras vegetais e animais, além de pedras minerais e plumária (MENEGUEL, MENEZES & STEVAUX, 2009).

Do ponto de vista tradicional-cultural, entende-se que o artesanato é uma arte popular com conteúdos étnicos emanados da tradição oral e independentemente de sua morfologia (técnica utilizada, insumos, materiais e instrumentos de confecção), constitui-se em uma expressão material (composição) e imaterial (técnica) da cultura. Além do mais, o artesanato é parte integrante da identidade de determinado grupo social, representando tecnologicamente a cultura local (SANTANA, 2006).

Sobre a questão de representação identitária, Criado (2006) orienta que o artesanato encontra-se nas práticas da alimentação, nas cerimônias, nos materiais de construção, nos adornos rituais e pessoais e nos objetos decorativos dos mais diversos grupos sociais (CRIADO, 2006).

Alfonso (2003) explica que para uma peça ser artesanal deve ser fundamentalmente elaborada de forma manual, fugindo dos processos industriais de confecção, tendo assim traços de exclusividade, mesmo que perca sua função de uso tradicional (ALFONSO, 2003). Entre as novas funções do artesanato, além do uso em práticas tradicionais, encontra-se a sua funcionalidade econômica.

Enquanto setor da economia observa-se que

A construção de um novo conceito de artesanato toma por base os indesejáveis índices de desemprego, e busca, na equação estratégica, a oportunidade de abrir mercados aos artesãos, considerando-os como agentes de ação, elementos fundamentais para o crescimento desse setor econômico com tanto potencial de desenvolvimento (PINHO, 2002, p.170).

Já, especificamente em sua relação com o turismo (enquanto setor da economia), observa-se que o artesanato passa a ser um agente potencialmente capaz de minimizar dilemas sociais, tais como a perda de referências culturais e carências socioeconômicas: “mercado de turismo e produto artesanal são definitivamente um selo esperado e uma união oportuna” (PINHO, 2002:172).

Sob a ótica turística, o artesanato (independentemente de sua conotação simbólica, morfológica, estética ou funcional) torna-se um *produto*. Ou seja, constitui-se em elemento manipulável pelo mercado turístico, sobretudo por sua condição estratégica na geração de emprego e renda, alternativos ou complementares, temporários ou

permanentes, o que depende, obviamente, dos resultados advindos do aproveitamento de sua potencialidade turística.

É necessário ressaltar que não apenas a condição econômica se destaca nos usos mercadológicos da produção criativa do artesanato, já que a proposta de valorização das artes manuais e criatividades locais tende a gerar além do empreendedorismo, individual ou coletivo, uma valorização pessoal, um sentimento de pertencimento, a elevação da autoestima e o desenvolvimento de orgulho diante das próprias capacidades criadoras. Isso fica mais evidente, principalmente, quando há uma promoção da reativação de técnicas artesanais em fase de desaparecimento ou desvalorização no decorrer da história social local. É comum, por exemplo, os turistas enxergarem arte, estética, criatividade e singularidade aonde os moradores locais não vislumbram mais ou nunca vislumbraram. Neste caso, o olhar do visitante, a busca de valorização das criatividades locais e as parcerias produtivas promovem, além de benefícios financeiros, a revitalização de hábitos culturais desaparecidos ou em vias de desaparecimento.

Por outra, isto incentiva, também, à invenção de produtos jamais relacionados com o cotidiano histórico local. Porém, esses produtos inventados também são produzidos artesanalmente e tornam-se importantes e necessários para a transformação socioeconômica local, diante de seu potencial comercial, e por serem esteticamente baseados e desenvolvidos com base na memória, na cultura e na natureza local.

Continuando, na relação entre artesanato e turismo, entende-se que na formação do olhar do turista na antropologia da viagem (pensando em Urry, 2001 e Santana, 2006), o artesanato representa a conotação simbólica do lugar visitado, tal como uma representação suntuária, tornando-se uma recordação turística (URRY, 2001; SANTANA, 2006). E é nesse jogo entre o simbólico, o criativo e o mercadológico que – seja pelo turismo ou por outro setor da economia (tal como o comércio local) nos destinos – a produção artesanal ameniza situações de desespero financeiro, baixa-estima, depressão e carência de perspectivas para os produtores artesanais.

Particularmente ao comércio local, é o comum aos produtores artesanais a venda de seus produtos a outras empresas (supermercados, galerias, magazines), a produtores de evento, além de moradores e ex-moradores locais. Essa oportunidade, associada à

compra realizada por visitantes locais, possibilita um considerável incremento na renda de artesãos e suas famílias. Isso resulta na oportunidade de ter uma alternativa de trabalho e renda distinta das condições econômicas dominantes.

Assim, mercados comerciais locais e turísticos acabam por fortalecerem laços sociais e comunitários em objetivos sociais, culturais, econômicos e produtivos comuns. Politicamente, uma das formas de fortalecimento desses laços, através de uma maior valorização socioeconômica dos produtos artesanais, se dá por meio de ações governamentais (políticas públicas) de incentivo à criatividade baseada em ações coletivas e colaborativas, onde o potencial criativo de cada integrante – em termos de ocupação e geração de trabalho e renda – é destacado por meio de uma prática conjunta e associada.

Uma prática de política pública desenvolvida no Brasil que fomenta o incentivo à independência financeira de produtores artesanais, se dá, por exemplo, através da integração de grupos por meio da chamada *economia solidária*. Essa forma de organização socioeconômica permite o enfrentamento comunitário de mudanças globais (e locais) que instituem a necessidade de buscar, coletivamente, novas formas de trabalho e renda:

Produziu-se uma sociedade pautada em ideologias e tecnologias que levam as ações humanas a serem padronizadas, guiadas pela produção, consumo e competitividade do mercado, quando as diferenças e distâncias sociais são aprofundadas levando muitas pessoas a buscarem soluções com o retorno às organizações comunitárias. Assim, surgiu a economia solidária (CORIOLANO, 2008:4).

A mesma autora acima complementa que as *economias solidárias* (ou alternativas) “se contrapõem ao modelo econômico dominante, que não consegue satisfazer às necessidades humanas da grande maioria” (CORIOLANO, 2008:8).

Gaiger (S/D) anuncia sua posição favorável à capitalização associada às práticas econômicas solidárias, vistas por ele como alternativas pra enfrentar o próprio capitalismo:

Vendo-a seja como um campo de trabalho institucional, seja um alvo de políticas públicas de contenção da pobreza, seja ainda uma nova frente de lutas de caráter estratégico, visões, conceitos e práticas cruzam-se intensamente, interpelando-se

e promovendo a economia solidária como uma alternativa para... os excluídos, os trabalhadores, um modelo de desenvolvimento comprometido com os interesses populares, etc.; uma alternativa, ao aprofundamento das iniquidades, às políticas de corte neoliberal, ... ao próprio capitalismo (GAIGER, S/D, p. 19).

Assim, a solidariedade econômica, através da aproximação entre artesanato e mercado turístico-comercial representa, fomenta e institui a união de artesãos em causas comuns: trabalho, renda, valorização da própria cultura, promoção de suas criatividade e, conseqüentemente, melhor qualidade de vida. Ou seja, “melhoria de subsistência das famílias locais, não mais de forma individualista, mas solidária” (CORIOLANO, 2008:8).

A elaboração e a comercialização de produtos à base das palmeiras de butiá no município de Santa Vitória do Palmar sintetiza um exemplo concreto do uso turístico-comercial das criatividade locais.

#### **4. O POTENCIAL TURÍSTICO COMERCIAL DOS PRODUTOS ARTESANAIS COM BASE EM PALMEIRAS DE BUTIÁ EM SANTA VITÓRIA DO PALMAR**

Com uma população de 31.436 habitantes (IBGE, 2015<sup>4</sup>), Santa Vitória do Palmar está localizada no Extremo Sul do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, fronteira com o Uruguai.

O nome do município de Santa Vitória do Palmar deriva da quantidade considerável de palmeiras de butiá (*butiá capitata*) encontradas em seu território de inserção. Segundo Oliveira & Teixeira (2006: 64),

Atualmente as concentrações expressivas de palmeiras estão: ao norte, nas proximidades dos arroios Marmeleiro e Del Rey (localidade do Cordão) e na costa da Lagoa Mangueira, próximo ao banhado do Taim; ao sul, próximo à área urbana de Santa Vitória do Palmar, essas árvores começam a se tornar mais raras; a oeste, margeando a Lagoa Mangueira, ainda sobrevivem em áreas isoladas, e a leste, ao longo da Lagoa Mirim, até as proximidades da localidade dos Provedores, é onde hoje podemos observar ainda uma concentração expressiva de palmeiras (OLIVEIRA & TEIXEIRA, 2006: 64).

<sup>4</sup> Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)> Acesso em: 08/09/2015.

Essas palmeiras formavam ecossistemas conhecidos como palmares, já desaparecidos do território de inserção geopolítica do município: “uma espécie vegetal que, legendariamente, passou a ser símbolo da região: os *Palmares*” (MAXIMILLA, 2008:12).



Figura 1 - Palmeiras de Butiá na Praça Gal. Andréa, Centro de Santa Vitória do Palmar.  
 Fonte: O autor.

Do ponto de vista econômico-produtivo, Ferreira (S/D) identificou que “até a década de 1940 o município é voltado para uma economia pastoril” (FERREIRA, S/D). Logo após, passou a uma economia baseada na orizicultura (cultivo do arroz irrigado), o que hoje, ainda, representa a base de sua economia. Porém, essa produção primária que, nas décadas de 1970 e 1980, movimentou a economia local sofreu, a partir das décadas de 1990 e 2000, um acelerado processo de estagnação, incentivando o abandono de granjas e vilas e fomentando o êxodo rural em direção a áreas urbanas de Santa Vitória do Palmar e de outros municípios.

Diante de tal situação, para amenizar as dificuldades financeiras de diversas famílias locais, foram planejadas, aprovadas e executadas políticas econômicas em torno de práticas alternativas de trabalho, tal como a produção de artesanato baseado na elaboração de produtos diversos com base nas palmeiras de butiá encontradas na região.

Essa condição de incentivo resultou programas de formação técnica em arranjos produtivos como prática alternativa de geração de ocupação, trabalho e renda por meio de economia solidária. Isso gerou expectativa de qualidade de vida e autoestima a pessoas anteriormente desempregadas, deprimidas e marginalizadas da cadeia produtiva primária da orizicultura (produção primária de arroz irrigado), base da economia local.

Em Santa Vitória do Palmar, as ações de incentivo à economia solidária de produção artesanal com base em palmeiras de butiá foram desenvolvidas pela Prefeitura Municipal com o apoio do Governo Federal e de organismos como o *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas* (SEBRAE).

#### 4.1 Produtos a base da palmeira e do butiá em Santa Vitória do Palmar

Artesanalmente, os produtos a base das palmeiras de butiá (sobretudo os alimentares) são utilizados há décadas pela comunidade santa-vitoriense. Ao se visitar o município, é bastante comum os visitantes serem recebidos com um copo de licor de butiá em residências ou ser oferecido suco a base da fruta em refeições familiares. Além disso, é comum o comércio informal de licores, bolos e geleias à base de butiá, bem como presentear os amigos com esses produtos.

Sob uma funcionalidade criativo-funcional, observou-se que, não apenas como produto alimentar, as palmeiras do butiá são utilizadas, neste município, para os mais diversos fins estéticos, ornamentais e decorativos.

Do ponto de vista estético, Geymonat & Rocha (2009) destacam que as palmeiras de butiá (butiazeiros) podem ser utilizadas de diversas maneiras:

Se la utiliza especialmente para decorar jardines privados y publicos, calles y senderos en ciudades y pueblos. Su follage ceniciento es muy valorado desde el punto de vista estético y sus frutos de color naranja intenso brindan, además de una nota de color en el otoño, alimentos a diversas aves frugívoras que se ven atraídas a parques y jardins.<sup>5</sup> (GEYMONAT & ROCHA, 2009).

<sup>5</sup> Ela é usada especialmente para decorar jardins privados e públicos, ruas e caminhos em cidades e vilas. Sua folhagem cinza é altamente valorizada do ponto de vista estético e seus frutos de um laranja intenso brindam, juntamente com uma nota de cor no outono, comida para vários pássaros frugívoros que são atraídos para parques e jardins.

Já, em uma abordagem global sobre os usos potenciais do butiá (e da palmeira), Jobin, Fagundes & Donato (2009:17) destacam que este

É um fruto silvestre com grandes potenciais ecológicos, ornamentais e industriais [...] A palmeira é popularmente conhecida como butiazeiro e dela utiliza-se a madeira, moderadamente pesada, dura e muito fibrosa, de boa durabilidade natural, para construções rústicas. A planta é utilizada na ornamentação de ruas e praças em toda a região sul do país. Os frutos, muito apreciados, de cor alaranjada clara, são comestíveis, muito utilizados na culinária na preparação de sucos, licores, geléias, doces ou mesmo in natura, e a amêndoa é comestível e fornece óleo alimentar (JOBIN, FAGUNDES & DONATO, 2009:17).

Sob uma ótica botânica, Geymonat & Rocha (2009) explicam que essa espécie faz parte de um grupo diferenciado pelas suas cores, tamanho, flores e forma dos frutos (GEYMONAT & ROCHA, 2009).

O conjunto ecossistêmico de palmeiras de butiá chama-se *Palmar*. Esse ecossistema, em Santa Vitória do Palmar, foi totalmente dizimado em decorrência de atividades agropecuárias, sobretudo da criação de gado bovino e da orizicultura, restando apenas alguns exemplares isolados de palmeiras:

A maioria das palmeiras, hoje existentes, estão ameaçadas de extinção como população vegetal. Ao longo dos últimos anos foram depredadas, arrancadas para facilitar na mecanização agrícola e tiveram sua condição edáfica natural alterada, sofrendo até hoje com as aplicações aéreas de agrotóxicos e ainda tem sua senescência comprometida pelo pastoreio animal (MAXIMILLA, 2008:24).

Repetindo,

Essa espécie existia em grande quantidade no município de Santa Vitória do Palmar. Acredita-se que o principal fator para a redução no número de indivíduos de palmas de butiá (*butia capitata*) tenha ocasionado pelo desenvolvimento do plantio de arroz e da criação de gado (MAXIMILLA, 2008:8).

O despertar dos agentes sociais (Poder Público e artesãos) para o potencial de investimento e empreendedorismo comercial da produção artesanal em torno das palmeiras de butiá em Santa Vitória do Palmar foi baseado na necessidade de recomposição socioeconômica, elevação da autoestima e perspectivas de trabalho e renda. Esse processo foi facilitado pela experiência de diversos moradores na elaboração de produtos alimentares para o consumo familiar e pelo reconhecimento público e cultural da qualidade dos produtos alimentares desenvolvidos.

Aproveitando a quantidade considerável de palmeiras de butiá encontradas em Santa Vitória do Palmar (campos, pátios residenciais, praças), o investimento público associado ao empreendedorismo solidário fomentou uma transformação na realidade local, principalmente, levando em consideração a crise no setor da orizicultura, base da economia santa-vitoriense.

Sobre os dilemas de sociedades dependentes historicamente de uma cadeia produtiva agrícola particular, Criado (2006) observa que a situação de pobreza e/ou necessidade de trabalho e renda tendem a fomentar a utilização de conhecimentos tradicionais no enfrentamento de crises socioeconômicas:

El empobrecimiento de las zonas rurales explican en parte este incremento. La búsqueda de nuevas salidas económicas para zonas que ahora comienzan a vender como artesanías productos que hasta entonces eran de propio consumo. O incluso, lo que es mas interesante, regiones que carentes de tales tradiciones, las inician para hacer frente a la crisis de subsistencia (CRIADO, 2006: 32).



Figuras 2 e 3 - Artesanatos feitos à base de palmeiras de butiá.  
Fonte: O autor

Com base nas palmeiras de butiá são desenvolvidos produtos de uso ornamental, utilitário e alimentar. Do ponto de vista ornamental são confeccionados arranjos, garrafas, quadrinhos, almofadas, penduricos, entre outros; do ponto de vista utilitário são

confeccionados terços, almofadas, porta-pratos, porta-revista, porta-copos, cestos feito com a palha trançada da palmeira, entre outros; e do ponto de vista alimentar criam-se sucos, geleias, licores, bombons, mousses, cucas, sorvetes, entre outros.

No livreto *Cozinha Alimentar* do Programa *Alimenta / Fome Zero* do Governo Federal Brasileiro encontram-se algumas receitas de produtos alimentares a base do butiá. A própria capa do livreto é feita, em parte, com fibra de butiá “com a finalidade de exaltar os sabores e aromas com a arte da culinária” (JOBIN, FAGUNDES & DONATO, 2009: 2).

É importa citar que o butiá é uma fruta de considerável sabor e qualidade alimentar, pois além de agradar o próprio produtor que o consome in natura ou manipulado, agrada, também, outros consumidores: “o fruto é saboroso, rico em carotenóides, precursores da vitamina A, possui altíssimos níveis de potássio e ferro, além de grande quantidade de vitamina C” (SIQUEIRA, 2014).

Os produtos artesanais à base de palmeiras de butiá de Santa Vitória do Palmar, independentemente do seu uso social, possuem em sua técnica produtiva a ação manual, característica básica e fundamental da produção artesanal.

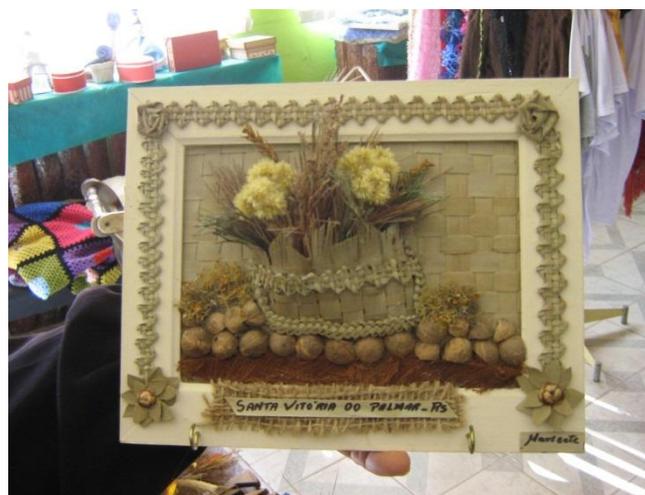


Figura 4 - Quadro decorativo com arranjo a base de palmeiras e de butiá.  
 Fonte: O autor

O início da produção comercial organizada dos produtos destacados nasceu como uma proposta de economia solidária, servindo de alternativa de trabalho e renda,

valorização ambiental, ocupação e independência financeira associativa para moradores locais, através do “espírito da ação coletiva” (PINHO, 2002:169).

Atualmente são oito pessoas ligadas à produção artesanal citada, as quais se dividem participando de três grupos de trabalho: *Butiá dos Campos Neutrais*, *CIA do Butiá* e *Sabor e Arte*. Esses grupos, a maioria surgidos no início da década de 2010, possuem estatutos e regulamentos próprios, cuja gestão é feita de modo associativo e colaborativo. Os mesmos foram criados com apoio da Secretaria de Assistência Social e Cidadania da Prefeitura Municipal de Santa Vitória do Palmar.

Os artesãos que integram os referidos grupos aprenderam técnicas de elaboração manual de diversos produtos a partir da realização de cursos de capacitação e qualificação artesanal junto ao *Centro Público de Economia Solidária de Santa Vitória do Palmar*. Os cursos foram oferecidos pela Prefeitura Municipal de Santa Vitória do Palmar com apoio do SEBRAE-RS e com recursos do Governo Federal do Brasil. Além de formação e capacitação técnica dos produtores, os cursos oportunizaram a geração de conhecimentos sobre elaboração, qualificação e promoção dos produtos artesanais.

Essas ações facilitaram, ainda, à comercialização dos produtos artesanais, tanto para moradores locais, quanto para visitantes, principalmente pelo o incentivo à participação de produtores em eventos dentro e fora do município, de modo a buscar não só a comercialização, mas, também, a promoção permanente dos produtos desenvolvidos.

#### **4.2 Realidade turístico-comercial dos produtos a base das palmeiras do butiá**

Em Santa Vitória do Palmar os conhecimentos e recursos associados à manipulação artesanal e a organização comercial de produtos à base de palmeiras de butiá oportunizam a comercialização dos mesmos durante diversos períodos do ano, sobretudo, a partir do congelamento da polpa do butiá, dos sucos e da conservação de licores.

Atualmente são apenas mulheres que fazem parte dos grupos de produção do artesanato à base das palmeiras de butiá. Essas artesãs trabalham em suas próprias

residências, já que a chamada *Casa do Artesão* – antigo espaço comercial (lojinha e atelier) localizado na área central do município – fechou as portas no ano de 2013.

As artesãs entrevistadas reclamam da falta de um ponto único e central de comercialização, pois, segundo elas os visitantes (turistas, ex-moradores, viajantes em geral) possuem dificuldades em encontrar os referidos produtos. Além disso, um espaço comum para a comercialização desse artesanato permitiria o aumento da procura do mesmo.

As mesmas destacam, ainda, que os produtos artesanais mais vendidos são, primeiramente, o licor, depois a geléia, os bolos e cucas e, também, os kits de presente, os quais englobam uma série de produtos embalados em cestas personalizadas.

As artesãs explicam que, do ponto de vista comercial, possuem freguesia fiel, tanto de moradores locais, quanto de moradores de outras cidades. Elas explicam que também é muito comum organizadores de eventos de cunho político, educacional e cultural contatarem-nas para a compra de produtos que são oferecidos em *coffeebreak* desses eventos ou mesmo utilizados para presentear convidados, palestrantes e homenageados.

Outra forma comum de comercialização dos produtos artesanais à base das palmeiras de butiá é o fato de santa-vitorienses adquirirem os mesmos para presentear a amigos e parentes de outros municípios.

Do ponto de vista administrativo, são os próprios artesãos – mais precisamente cada grupo – que conduzem a gestão dos seus negócios (planos de negócios, custos, despesas, lucro, promoção e redistribuição de tarefas). As artesãs entrevistadas reclamaram da dificuldade de cooperação entre as mesmas.

Do ponto de vista turístico-comercial a produção artesanal à base de palmeiras de butiá em Santa Vitória do Palmar contou até o ano de 2012 com um evento de grande importância no incentivo à mesma: a *Febutiá* (Feira do Butiá). Esse evento costumava atrair milhares de visitantes, sobretudo do próprio município e do município do Chuí<sup>6</sup>, sendo pouco representativa a presença de público externo ao município, o que não

---

<sup>6</sup> Emancipado de Santa Vitória do Palmar, o município do Chuí está localizado na fronteira sul do Brasil com o Uruguai, mais precisamente fazendo fronteira com o município uruguaio de Chuy. Zona de *Freeshopping*, o Chuy uruguaio atrai diversos turistas do Brasil, da Argentina e do próprio país.

desmerecia sua atratividade turístico-comercial. Contudo, por motivos não declarados, o evento não é realizado desde o ano de 2012. Mesmo assim, esse evento de caráter comercial-cultural, criado e realizado pela Secretaria Municipal de Esporte, Cultura e Turismo, continua integrando o *Calendário Oficial de Eventos* do município.

O evento contava com uma programação onde eram realizadas diversas atividades comerciais e culturais: shows musicais, praça de alimentação, exposições museológicas, comercialização de produtos de cultura gaúcha e, principalmente, a presença de tendas de comercialização de produtos artesanais confeccionados à base das palmeiras de butiá:

Dezenas de litros de licor foram disponibilizados para a tradicional degustação da festa. As atrações foram diversas, o palco da Febutiá recebeu shows regionais e nacionais. Entre eles Vinícius Amaro e Banda, Grupo de Bombacha, Gauer Carrasco, Passion, Banda Kurtametrage e banda Trio Metal BMP. Eventos paralelos também fizeram parte da programação como a 4ª Cavalgada dos Campos Neutrais. Brinquedos infláveis para as crianças e praça de alimentação foram espaços procurados pelos visitantes. Na sexta-feira, o destaque foi a encenação da Via-Sacra, na área central da feira. No sábado e no domingo ocorreu a cavalgada que percorreu diversas áreas urbanas e rurais do município. No domingo, o show de encerramento ficou a cargo da banda Maskavo (SANTOS, 2012).



Figura 5 - Folheto de Divulgação da Febutiá 2011.  
 Fonte: Secretaria Municipal de Esporte, Cultura e Turismo de Santa Vitória do Palmar.

No desenvolvimento deste trabalho reconheceu-se que ocorreu, no princípio da formação dos grupos artesanais, uma forte parceria entre Prefeitura Municipal e artesãos, principalmente através do investimento público em programas de formação, capacitação e promoção comercial dos produtos por meio de *economia solidária*.

Essa parceria incluiu, ainda, o apoio da Prefeitura Municipal na criação e manutenção da chamada Casa do Artesão, a qual estava localizada no centro da cidade até o seu fechamento por falta de recursos. E, por fim, cita-se o apoio da Prefeitura Municipal no planejamento, organização e realização da *Febutiá*, evento oportuno que promovia a produção artesanal desenvolvida.

Ou seja, ocorreu em um passado muito remoto uma parceria político-institucional entre os artesãos que fazem parte dos grupos destacados com a Prefeitura Municipal de Santa Vitória do Palmar, parceria esta que, nesse momento, encontra-se amorfa.

Essa parceria público-associativa estimulou, ainda, um tímido interesse turístico pelos produtos artesanais desenvolvidos, já que os visitantes locais (turistas, ex-moradores, representantes comerciais, excursionistas, viajantes de passagem) tendem a visitar o município por motivações específicas, tais como mera curiosidade e/ou prática de negócios comerciais, aproveitando, assim, para adquirir os produtos destacados diante de sua dimensão estético-gastronômica-utilitária.

Mesmo não sendo objetivo específico desse trabalho de investigação, cabe ressaltar que a presença dos visitantes também despertou, localmente, certo grau de conscientização, sobretudo nas artesãs, acerca da importância da preservação do meio ambiente, em especial das palmeiras em risco de desaparecimento. Uma das artesãs entrevistada, a qual se chamará, neste trabalho, de artesã X, manifestou a seguinte preocupação dentro dessa ótica observada: “a natureza é generosa, basta saber usar o que ela oferece” (ARTESÃ X).



Figura 7 - Palmeira de Butiá (Butiazeiro) na Zona Rural de Santa Vitória do Palmar.  
 Fonte: o Autor.

Sob a ótica ambiental-sustentável, manifesta-se, assim, a geração de um sentimento de pertencimento cultural e ambiental por parte das artesãs locais, pois o butiá passa a ser visto, também, diante de sua dinâmica cultural-natural. Essa dinâmica é produzida desde os tempos mais remotos em que as tribos indígenas que habitavam essa região consumiam os frutos e suas sementes:

O uso do butiazeiro no Rio Grande do Sul tem sido reportado desde a pré-história. O palmar de butiazeiros de Santa Vitória do Palmar representa uma importante fonte de coleta de frutos para a alimentação de comunidades indígenas (KERN, 1991 e SCHMITZ et al, 1991 apud SCHWARTZ et al, 2010:737).

De um ponto de vista pragmático, observou-se, até aqui, que é a sobrevivência das palmeiras de butiá (e conseqüentemente das criatividades locais) que tende a garantir a sobrevivência do emprego, da renda, da autoestima e da perspectiva de futuro dos artesãos locais. Principalmente, pensando acerca do potencial turístico local, já que para o fomento ao desenvolvimento deste setor da economia local, ocorre a necessidade permanente de se pensar na preservação dessas palmeiras.

#### **4.3 O potencial turístico dos produtos à base das palmeiras de butiá**

Resulta-se, como objetivo específico deste trabalho, desenvolvido entre os anos de 2013 e 2015, uma proposta crítica do autor sobre o potencial turístico comercial impresso

nos produtos à base das palmeiras de butiá. Essa proposta, baseada em uma análise singular da realidade atual, propõe a ampliação da valorização turística e comercial dos referidos produtos através da qualificação da relação entre produtores artesanais e outros agentes e instituições que integram os equipamentos e empreendimentos ligados ao turismo, à cultura e ao comércio local.

Como primeira sugestão, propõe-se que os bares, restaurantes e similares e os meios de hospedagem de Santa Vitória do Palmar deveriam oferecer em seus cardápios e refeições diários (café da manhã, almoço, janta, sobremesa) produtos alimentares a base do butiá (sucos, geleias, bolos, bombons, sorvetes), servidos e ambientados também com o uso de utensílios confeccionados a base da palmeira e da fibra da fruta, tais como porta-pratos, porta-copos, abajures, luminárias e outros utilitários.

Os meios de hospedagem poderiam oferecer, ainda, um pequeno frasco de licor de butiá na recepção de seus hóspedes, deduzindo o valor investido na diária do mesmo, de modo a projetar uma prática diferenciada que garantisse custo/benefício com valorização cultural do município e qualificação da imagem do empreendimento.

Já os restaurantes poderiam oferecer degustação de licores, antes e pós as refeições, oportunizando, também, a valorização turístico-cultural do município e a qualificação da imagem do empreendimento.

Além disso, poderia ser disponibilizado um espaço junto a estes empreendimentos para a comercialização (e, conseqüentemente, a promoção desses produtos) o que poderia ampliar o mercado dos artesãos e incrementar, ainda, a renda e a atratividade pelos hotéis e restaurantes locais, sobretudo, no caso destes últimos, no período da noite. Esse espaço poderia ser um expositor, uma estante ou outro móvel onde os produtos estivessem acessíveis para a compra por parte dos clientes.

Os artesãos locais poderiam buscar, ainda, uma parceria comercial com outras empresas locais, tais como lojas, magazines, supermercados, mercearias, casas de carnes, entre outros, para a promoção e comercialização dos produtos a base de butiá, de modo a fomentar uma cultura local de comercialização do produto em ambientes diversos,

mas produzidos e desenvolvidos pelos grupos de artesãos locais, garantindo e valorizando sua independência financeira e fidelidade estético-produtiva.

Especificamente sobre os produtos desenvolvidos com base nas folhas das palmeiras e nas fibras do fruto butiá – objetos de decoração, ornamentação e utilitários em geral – , os mesmos poderiam ser adquiridos por hotéis, restaurantes, escritórios de advocacia, arquitetura, engenharia, departamentos públicos, agências bancárias, entre outros organismos públicos e privados, para a decoração dos ambientes. Isto promoveria a imagem dos grupos produtores e do município como um todo, ampliando o reconhecimento dessa atividade produtiva e oportunizando a ascensão dos negócios para os produtores artesanais.

Essa aproximação entre os artesãos e outros empreendedores, comerciantes e empresários conduziria a um processo de incentivo cultural e, obviamente, de maior incremento na renda dos envolvidos no processo, ampliando a cadeia produtiva e o efeito multiplicador da economia artesanal de produtos a base da palmeira do butiá. E, conseqüentemente, incentivando o turismo local, através da formação de uma cultura de decoração ímpar e uma cultura alimentar diferenciada.

Complementando, poderiam ser desenvolvidos, ainda, roteiros turísticos temáticos (sobretudo em períodos de colheita do butiá e durante eventos diversos) para observação das palmeiras in loco, incluindo visitaçao à espaços de comercializaçao dos produtos artesanais. Isso oportunizaria aos visitantes experiências interpretativas e interativas em torno do patrimônio natural local, permitindo a estes, inclusive, a participação no trabalho de produção artesanal desenvolvido.

Tais atividades poderiam ser planejadas e executadas com o apoio de organismos públicos e privados, ligados ao artesanato, ao comércio e ao turismo local. O inglês John Urry (2001) explica – em seu clássico *O Olhar do Turista* – que, em termos de relações sociais, os viajantes demonstram um verdadeiro fascínio pelo modo como “os outros exercem um trabalho” (URRY, 2001: 25).

Por fim, defende-se que são inúmeras as possibilidades de aproveitamento dos potenciais turístico e comercial dos produtos artesanais desenvolvidos a partir do uso de

palmeiras de butia capitata em Santa Vitória do Palmar. Sobretudo, considerando a sua qualidade estética, alimentar e ornamental, baseada em uma economia criativa representativa da identidade local.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho buscou-se tecer uma análise crítico-investigativa-propositiva sobre a realidade atual e o potencial turístico-comercial dos produtos artesanais à base das palmeiras de butiá em Santa Vitória do Palmar.

Observou-se, aqui, que as artesãs que desenvolvem esses produtos tornaram-se, em grupo, gestoras do próprio negócio e que um tímido fluxo turístico e uma tímida valorização comercial dos produtos, norteiam o entusiasmo contínuo das mesmas, diante da perspectiva de vida, da autoestima, do orgulho e do sentimento de pertencimento associados a essa atividade.

O investimento na formação, capacitação, qualificação e comercialização desses produtos, fomentado pela Prefeitura Municipal de Santa Vitória do Palmar, fez surgirem programas de economia solidária onde os grupos formados passaram a adquirir independência financeira, sobretudo diante do quadro de ocupação, trabalho e renda gerado. Além do mais, a geração de uma autonomia produtiva, através da ação coletiva, afastou as artesãs da dependência dos sistemas socioeconômicos tradicionais, como a produção do arroz irrigado.

A realidade observada levou esse trabalho para caminhos críticos baseados em um conjunto de proposições de ações para um maior aproveitamento dos potenciais turístico e comercial dos produtos artesanais locais. Esse aproveitamento poderia ser oportunizado pela oferta, comercialização e utilização dos produtos artesanais na alimentação e na decoração de bares, restaurantes e similares, meios de hospedagem, entre outros empreendimentos comerciais locais. Isso geraria um efeito multiplicador no incremento tanto na renda dos artesãos, quanto na renda de proprietários das empresas parceiras, incluindo a ampliação da atração turística local.

Também se sugeriu que o planejamento e a gestão de roteiros temáticos de visitação a áreas rurais (e urbanas), em períodos de colheita e beneficiamento do butiá, oportunizaria aos visitantes uma interação com as práticas artesanais locais.

Complementando, conclui-se que a realidade da produção artesanal demonstra a necessidade de um espaço central para a comercialização dos produtos, a necessidade de qualificação permanente dos artesãos (gestão de negócios e trabalho em equipe, como exemplos) e a necessidade de reativação de eventos como a Febutiá. Tais ações facilitariam a ampliação da promoção turístico-comercial do artesanato local.

Por fim, a aproximação dos grupos de artesãos com outros organismos, públicos e privados, tenderia a resultar em um processo de significativa transformação na valorização dos produtos e das atividades artesanais locais, principalmente considerando a idealização de uma conjuntura turística diferenciada que destacaria Santa Vitória do Palmar pela presença marcante dessa forma artesanal nos mais diversos ambientes e atividades desenvolvidas no município.

## 6. REFERÊNCIAS

ALFONSO, María José Pastor. El patrimonio cultural como opción turística. In: Revista Horizontes Antropológicos, vol.9, nº 20, Porto Alegre, 2003.

BARRETTO, Margarita. Turismo e Legado Cultural: as possibilidades do planejamento. Campinas: Papirus, 2000.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. O turismo comunitário e a economia solidária no Ceará. In: Anais do II Seminário Internacional de Turismo Sustentável. Fortaleza-CE, 2008, p.1-18.

CRIADO, Encarnación Aguilar. Entra la tradición y la modernidad: las artesanías una propuesta de análisis. In: ROTMAN, Monica (Compiladora). Cultura y Mercado: estudios antropologicos sobre la problematica artesanal. Buenos Aires: Ed. Minerva, 2006, p.13-40.

FERREIRA, Lenize Rodrigues. Transformações na paisagem urbana de Santa Vitória do Palmar: relações sociais, políticas de habitação e a produção da cidade. Dissertação de Mestrado em Geografia (2009). Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), 2009. 169 p. Disponível em <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/17977/000727023.pdf?sequence=1>>. Acesso em 13/05/2014.

GAIGER, Luiz Inácio. A economia solidária diante do modo de produção capitalista. In: Economia solidária Volume 1. S/D. P.18-38. Disponível em: <[www.uff.br/incubadoraecosol/docs/ecosolv1.pdf](http://www.uff.br/incubadoraecosol/docs/ecosolv1.pdf)>. Acesso em 14/03/2016

GEYMONAT, Giancarlo & ROCHA, Néstor. Butiá: ecossistema único en el mundo. Castilhos, Rocha, Uruguay: Casa Ambiental, 2009.

IBGE. Rio Grande do Sul. Santa Vitória do Palmar. Infográficos: dados gerais do município. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?codmun=431730>>. Acesso em: 14/09/2015.

JOBIN, Leonir; FAGUNDES, Raquel & DONATO, Simone. Cozinha alimentar. Secretaria Municipal de Santa Vitória do Palmar. Programa Alimentar / Fome Zero. 1ª Ed. Santa Vitória do Palmar: Departamento de Comunicação Social da Prefeitura de Santa Vitória do Palmar, 2009.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: O que é, afinal, Estudos Culturais? Organização e tradução de Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

MAXIMILLA, A. S. Extinção dos palmares de butia capitata em Santa Vitória do Palmar. Monografia de Conclusão do Curso de Licenciatura Plena em Ciências Biológicas. Centro de Ciências da Vida e da Saúde da Universidade Católica de Pelotas, Campus Santa Vitória do Palmar, 2008. 80p.

MENEGUEL, Cinthia Rolim de Albuquerque; MENEZES, Margareth Pinto de & STEVAUX, José Cândido. O artesanato local como base para o desenvolvimento do turismo sustentável no município de Itaquirai – Mato Grosso do Sul. Revista Global Tourism, vol.5, nº1, 2009. Disponível em:

<[http://www.academia.edu/24027252/O\\_ artesanato\\_local\\_como\\_base\\_para\\_o\\_desenvolvimento\\_do\\_turismo\\_sustentavel\\_no\\_municpio\\_de\\_Itaquira\\_-\\_Mato\\_Grosso\\_do\\_Sul\\_Local\\_crafts\\_as\\_a\\_basis\\_for\\_the\\_development\\_of\\_sustainable\\_tourism\\_in\\_the\\_municipality\\_of\\_Itaquira\\_-\\_Mato\\_Grosso\\_do\\_Sul](http://www.academia.edu/24027252/O_ artesanato_local_como_base_para_o_desenvolvimento_do_turismo_sustentavel_no_municpio_de_Itaquira_-_Mato_Grosso_do_Sul_Local_crafts_as_a_basis_for_the_development_of_sustainable_tourism_in_the_municipality_of_Itaquira_-_Mato_Grosso_do_Sul)>. Acesso em: 24/09/2015

OLIVEIRA, Osvaldo André & TEIXEIRA, Cláudia Adriana R. Os currais de palma em Santa Vitória do Palmar. Biblos, Rio Grande, nº 19, 2006, p. 61-73. Disponível em <[www.seer.furg.br/biblos/article/download/253/67](http://www.seer.furg.br/biblos/article/download/253/67)>. Acesso em: 29/08/2015

PINHO, Maria Sonia Madureira de. Produtos artesanais e mercado turístico. In: MURTA, Stela Maria & ALBANO, Celina (Orgs.). Interpretar o patrimônio: um exercício de olhar. Território Brasilis, Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002, p.169-180.

SANTOS, Guacira Maximilla dos. Febutiá é atração. Disponível em: <<http://ogritodaspalmeiras.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 11/07/2015

SANTANA, Agustín. Antropología y turismo: nuevas bordas, viejas culturas? Barcelona: Ed. Ariel, 2006.

SCHWARTZ, Elisane; FACHINELLO, José Carlos; BARBIERI, Rosa Lía & SILVA, João Baptista da. Avaliação de populações de Butiá capitata de Santa Vitória do Palmar. Rev. Bras. Frutic. Jaboticabal – SP, v.32, n.3, 2010, p.736-745. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbf/v32n3/aop09510.pdf>>. Acesso em: 09/07/2015

SIQUEIRA, Ariadne. O butiazeiro no Rio Grande do Sul. Notícias: Comunicação. Embrapa, 2014. Disponível em: <<http://www.cpact.embrapa.br/comunicacao/noticias/2014/20140408-01.php>>. Acesso em: 09/07/2015.

URRY, John. O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel SESC, 2001.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 7-72.