



# cultur

Revista de Cultura e Turismo

*Artigo:*

**DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO SUSTENTÁVEL: O ARTESANATO  
LOCAL COMO ALTERNATIVA NA CIDADE DE SANTO  
ANTÔNIO DO PINHAL, SP.**

*Autores:*

*Fábio Ricci<sup>1</sup>*

*Rosângela Sant'Ana<sup>2</sup>*

---

Copy right, 2007, CULTUR. Todos os direitos, inclusive de tradução, do conteúdo publicado pertencem a CULTUR - Revista de Cultura e Turismo. Permite-se citar parte de artigos sem autorização prévia, desde que seja identificada a fonte. A reprodução total de artigos é proibida. Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva do(s) autor(es), que serão informados que a aprovação dos artigos implica na cessão imediata de direitos, sem ônus para a revista, que terá exclusividade de publicá-los em primeira mão. Em caso de dúvidas, consulte a redação: [revistacet@hotmail.com](mailto:revistacet@hotmail.com)

A CULTUR – Revista de Cultura e Turismo, é um periódico científico eletrônico, idealizado no Programa de Mestrado em Cultura e Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz. Com a missão de fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura, Turismo e áreas afins, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

---

**CULTUR – Revista de Cultura e Turismo**

CULTUR, ano 03 – n. 01 – jan/2009

[www.uesc.br/revistas/culturaeturismo](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo)

---

<sup>1</sup> Doutor em História Econômica e Professor do Programa de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté. E-mail: [fabioricci@uol.com.br](mailto:fabioricci@uol.com.br)

<sup>2</sup> Mestre em Desenvolvimento Urbano e Regional, Universidade de Taubaté.  
E-mail: [r.santana@directnet.com.br](mailto:r.santana@directnet.com.br)

## **RESUMO**

Este estudo teve como objetivo analisar a percepção dos proprietários de oito ateliers e de turistas relativamente ao sistema turístico do Município de Santo Antônio do Pinhal, Estado de São Paulo (SP). Trata-se de pesquisa aplicada, bibliográfica, de levantamento e descritiva com abordagem quali-quantitativa. Foram selecionados 12 artesãos, para a primeira etapa do estudo, em virtude de possuírem a mesma filosofia de trabalho, ou seja, visarem o desenvolvimento do turismo sustentável. De acordo com os resultados obtidos, percebeu-se que em referência a algumas variáveis a percepção do artesão faz correlação com a dos turistas, mas, muitas vezes não. Portanto, entende-se, conforme a literatura, que, para se desenvolver o turismo local, são necessárias estratégias, parcerias em arranjos produtivos e, principalmente, apoio do poder público.

**PALAVRAS CHAVE:** Artesanato; Turismo; Sustentabilidade; Santo Antônio do Pinhal.

## **ABSTRACT**

This study has as objective to analyze eight different owners of ateliers related to the tourism system of the Santo Antônio do Pinhal City - SP, as well as tourist's perception of it. It consists of a research with bibliographical, applied and descriptive approaches taking in consideration the quality-quantitative relation. Twelve craftsmen have been selected for the first stage of the study because they presented the same style of work, that is, aiming at the development of the sustainable tourism. In accordance with the results obtained, it was possible to register that, to some extent, the perception of the craftsmen was correlated to the tourists' perception, although it could vary too. Therefore, it is possible to infer, according to the literature, that in order to develop local tourism it is necessary some strategies, partnerships in productive arrangements and, above all, the support from public institutions.

**KEY WORDS:** Art; Turism; Sustainably; Santo Antônio do Pinhal.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que ultrapassa os setores convencionais da economia, requerendo dados de natureza econômica, social, cultural e ambiental. Os dados econômicos brasileiros mostram uma forte relação entre o ambiente econômico e o crescimento do turismo em todo o mundo. O crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) potencializa o crescimento turístico, tanto no sentido positivo quanto negativo; no período entre 1975 e 2000, o turismo cresceu a um ritmo médio de 4,4% anual, enquanto o crescimento econômico mundial médio, medido pelo PIB, foi de 3,5% ao ano (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006).

No Cone Leste Paulista circula cerca de 14 milhões de turistas domésticos por ano, apenas o município de Aparecida responde por oito milhões de visitantes, o Litoral Norte e a Serra da Mantiqueira, onde se destacam os municípios de Campos do Jordão e Santo Antônio do Pinhal, que juntos recebem cinco milhões de visitantes, sendo que o restante está distribuído nas outras cidades do Cone Leste Paulista (GAZETA MERCANTIL 2006).

De acordo com Pivott (2003), o Cone Leste Paulista é uma das primeiras regiões do Brasil a serem povoadas e colonizadas, e participou dos principais ciclos econômicos do país, tendo como legado um patrimônio rico em histórica, cultura e arquitetura em seus municípios, principalmente no Vale Histórico.

O turismo no Município de Santo Antônio do Pinhal, no Cone Leste Paulista, se desenvolveu em consideração à sua localização na Serra da Mantiqueira, à beleza natural, ao clima, à qualidade das águas e ao aspecto pitoresco de cidade interiorana.

Há um grande crescimento de vendas de produtos artesanais dentro do país, uma vez que esse ramo entrou na lista de compras da elite da sociedade, sendo também utilizado para decoração de interiores de pousadas e hotéis. De acordo com o histórico da feira nacional do artesanato, os dados comprovam que o volume de vendas em feira cresceu 43,87% em relação ao ano anterior, e por meio do levantamento do Programa do Artesanato Brasileiro (PAB) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, foram comercializadas mais de trinta mil peças. Já na edição de nº 16, realizada em novembro de 2005, o evento recebeu cerca de 135 mil pessoas, vendendo mais de 26 milhões.

Ainda, a respeito do escoamento da produção artesanal, os produtores encontram dificuldades em estabelecer uma logística de transportes para seu artesanato. Nesse sentido, as feiras e as exposições surgem como oportunidades de geração de negócios, pois é a partir destes eventos que são realizados novos contatos, facilitando o acesso a locais mais distantes. Este estudo teve por objetivo analisar a percepção de proprietários de oito ateliers e de turistas, relativamente ao sistema turístico do Município de Santo Antônio do Pinhal, Estado de São Paulo. Como complemento, pudemos caracterizar os ateliers, avaliar o artesanato local produzido e identificar o perfil dos turistas.

## **2. METODOLOGIA**

A pesquisa foi realizada na estância climática de Santo Antônio do Pinhal, região do Cone Leste Paulista, Estado de São Paulo, por oferecer uma variedade de atrações turísticas como o artesanato local. Foram realizadas pesquisas em dois tipos de amostragem não probabilística: 26 turistas em baixa temporada e 34 em alta temporada de inverno, totalizando sessenta indivíduos visitantes deste local para a coleta dos dados da pesquisa.

As perguntas foram destinadas aos 12 artesãos, seis mulheres e seis homens, por meio de dois formulários compostos por questões semi-abertas: um com vinte questões, destinado aos proprietários de ateliers, e o outro, com 17 questões, destinado aos turistas que já visitaram esses locais.

Os dados foram coletados entre o final do mês de junho, durante o mês de julho e início de agosto de 2006 em função do calendário da pesquisa. Primeiramente, a pesquisadora abordou os artesãos, explicando-lhes os objetivos e a importância do estudo. Ao aceitar participar do estudo, cada participante assinou um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, para a execução da pesquisa.

### **3. TURISMO E HOSPITALIDADE**

O turismo é a atividade humana capaz de produzir efeitos sócio-econômico-culturais e políticos em uma localidade, por meio da hospitalidade, que corresponde à interação entre residentes e visitantes.

Oliveira (2005) conceitua turismo como a atividade humana capaz de produzir resultados de caráter econômico-financeiro e sócio-político-cultural realizados numa localidade, decorrentes do relacionamento entre os visitantes com os lugares visitados durante a presença temporária de pessoas que se deslocam de seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea, sem fins lucrativos.

No sentido de sustentabilidade, Gastrogiovanni (2002) diz que o turismo avança por demonstrar maior comprometimento social, sem ultrapassar os limites físicos e psíquicos dos elementos naturais e culturais do local.

Desta forma, como o artesanato representa uma alavanca para o turismo de Santo Antônio do Pinhal, por meio de um grupo de artesãos que seguem uma filosofia ligada à preservação do meio ambiente e da sustentabilidade, adotar-se-á para esse estudo o conceito de turismo sustentável de Gastrogiovanni (2002).

Hospitalidade refere-se ao bom tratamento dado ao cliente, que consiste em receber bem envolvendo um bom relacionamento interpessoal. A hospedagem é um componente necessário ao desenvolvimento do turismo, dentro de qualquer destinação que busque servir os visitantes, outros que não viajantes de um dia (CAMARGO, 2004).

Cooper *et al* (2001) explicam que, no contexto do setor turístico em geral, a hospedagem tem um lugar ou uma lógica própria. Isto significa que a qualidade e a abrangência da hospedagem disponível refletirão e influenciarão o tipo de visitantes de um local. Sendo assim, a obtenção do equilíbrio apropriado da hospedagem para atingir os objetivos estratégicos de desenvolvimento turístico de uma destinação pode ser um desafio.

#### **3.1 Desenvolvimento Turístico Sustentável**

Para muitos países considerados emergentes, como é o caso do Brasil, o turismo tornou-se um grande trunfo para o processo de desenvolvimento. Como tal, a maioria dos indicadores do desenvolvimento focaliza as mudanças no Produto Interno

Bruto (PIB), no Produto Nacional Bruto (PNB) ou nas rendas *per capita* (LICKORISH; JENKINS, 2000).

Além dos problemas econômicos básicos, a maioria dos países em desenvolvimento é caracterizada pelo rápido crescimento da população, sendo comum que a população seja principalmente formada por jovens. Essas pressões da população não apenas têm conseqüências econômicas, mas também políticas sobre os governos, que precisam gerar mais empregos a fim de absorver as crescentes demandas (LICKORISH; JENKINS, 2000).

Qualquer forma de desenvolvimento econômico requer um planejamento cuidadoso para atingir os objetivos implícitos ou explícitos, que são a base do desenvolvimento (COOPER *et al*, 2001). Essa premissa explica que o processo de planejamento do desenvolvimento envolve um cruzamento amplo de participantes que podem trazer consigo objetivos conflitantes.

Diante de um mercado competitivo, Sancho (2001) enfatiza que há a necessidade de desenvolver os produtos turísticos, segundo um plano elaborado que englobe cinco etapas, como se verifica na Figura 1.

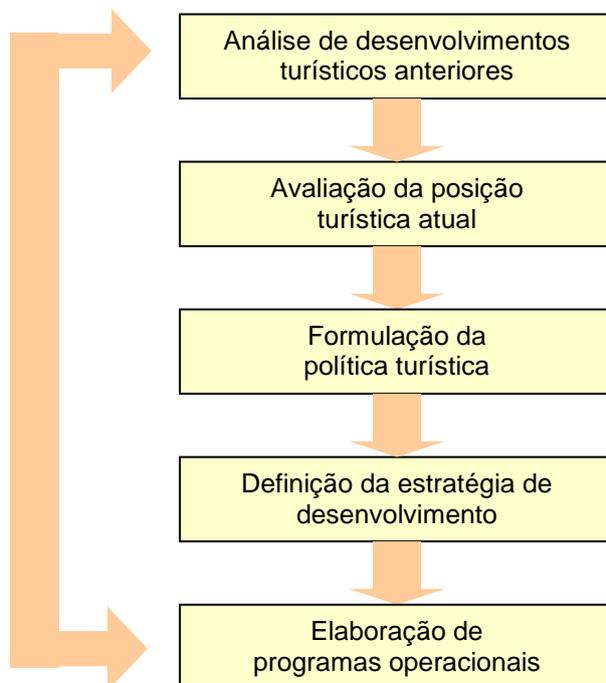


Figura 1 - Etapas básicas do processo de planejamento turístico.

Fonte: Adaptado de Sancho, 2001, p. 247.

### **3.2 Artesanato como Produto Turístico**

Dentre as atividades turísticas de Santo Antônio do Pinhal está o artesanato. Conforme dados extra-oficiais da Prefeitura Municipal, há mais de cem artesãos na cidade, produzindo desde velas até móveis entalhados. Muitos deles fazem desta atividade um meio de sobrevivência.

Explorado comercialmente, Cascudo (2001) confirma que o artesanato vira fonte de renda e acaba contribuindo para o desenvolvimento econômico do município. Freitas (2006) aponta que o grau de escolaridade dos artesãos é, geralmente, a formação básica.

Até os anos de 1960, o turismo ganhava força na preocupação básica com a ampliação da demanda turística. Esse panorama alterou-se a partir do momento em que a conscientização e a preservação do meio ambiente invadiram a esfera da gestão do turismo, tornando-se um elemento de conflito entre a promoção e a preservação, pois a ampliação da demanda pode causar danos ao meio ambiente prejudicando a própria atividade turística.

Nesse contexto, formou-se a base de um turismo sustentável, em que há interação entre o meio urbano, o meio ambiente e a formação de profissionais (RUSCHMANN, 1997).

A concepção de desenvolvimento sustentável implica um novo paradigma de pensar as sociedades humanas, sendo uma nova ética de democratização de oportunidades e justiça social, percepção das diferenças como elemento norteador de planejamento, compreensão da dinâmica de códigos e valores culturais com compromisso global com a conservação de recursos naturais (IRVING, 2002).

O desenvolvimento sustentável é um projeto social e político que aponta para o ordenamento ecológico e a descentralização territorial da produção, assim como para a diversificação dos tipos de desenvolvimento e dos modos de vida das populações que habitam o planeta (LEFF, 2001, p. 57).

Em busca de um turismo sustentável e baseado em alguns preceitos de Swarbrooke (2000b), aponta-se a reciclagem de resíduos e produtos diversos como recurso de fomento do turismo, por exemplo por meio do o artesanato, o que pode reduzir o desperdício, além de contribuir para a preservação geral, de água e de energia.

Swarbrooke (2003) acredita que é preciso começar a ver o turismo sustentável como parte de um sistema mais amplo de desenvolvimento sustentável, um sistema aberto, no qual cada elemento afeta os demais. Observe na Figura 2 que uma mudança em qualquer elemento suscitará uma reação em cadeia nos demais elementos do sistema (SWARBROOKE, 2003). Compreende-se muito bem que o turismo sustentável é uma ferramenta poderosa no auxílio à realização do desenvolvimento sustentável, agindo como catalisador para o desenvolvimento de pequenos negócios e fornecendo mercado para a produção agrícola e artesanal.

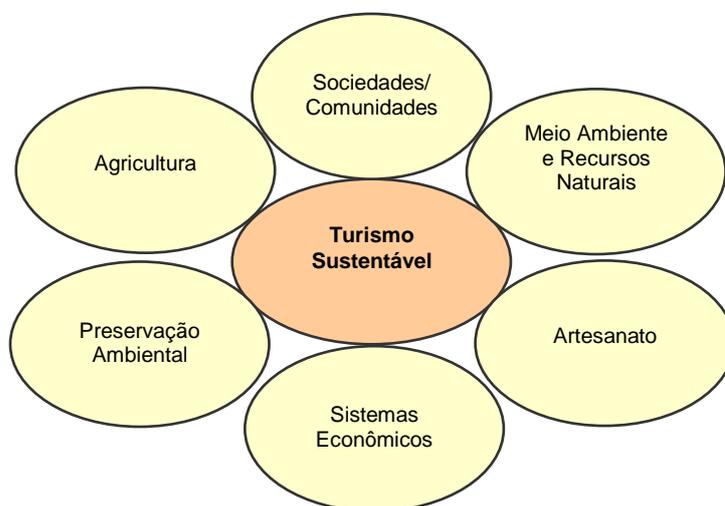


Figura 2 -Turismo sustentável e seus subsistemas.

Fonte: Adaptado de Swarbrooke, 2003, p. 111.

Por outro lado, na visão de Swarbrooke (2000d), as parcerias são primordiais para o turismo sustentável, uma vez que o alcance pela política do setor público é limitado. A maioria dos órgãos públicos não tem orçamentos próprios ou capacidade para criar um impacto significativo na indústria do turismo e em suas atividades.

Na verdade, o turismo sustentável está ligado às pessoas interessadas, cuja participação tem de ser equilibrada, com envolvimento da comunidade como um ponto fundamental. Isso significa que não se deve esquecer das necessidades sociais dos turistas e da comunidade local (SWARBROOKE, 2000a).

Swarbrooke (2000a) enfatiza que tudo isso exige ação da parte dos governos das localidades turísticas, dos turistas, da comunidade local e da indústria do turismo. Ou melhor, que as comunidades locais precisam de mais poder para que lhes seja permitido o exercício de seus direitos no planejamento do turismo e no processo de desenvolvimento.

Ruschmann (1997) acredita que, para tornar o turismo uma atividade de desenvolvimento econômico, são imprescindíveis mudanças de posturas nas áreas sociais, culturais e econômicas, um triângulo sem o qual nenhuma implementação turística é viável.

Para isso, o planejamento deve contabilizar todas as possíveis formas de impactos, prevendo, se possível, o seu alcance e conseqüências, elaborando-se programas que minimizem os efeitos negativos. Muitas vezes, devido à mercantilização da cultura, a arte local é induzida a mudanças para agradar os turistas e vender mais. A cultura torna-se uma mercadoria, além de poder ser descaracterizada em função de um processo de assimilação de parcelas das culturas dos turistas.

Na verdade, é preciso reconhecer que o sistema político, tanto quanto os valores e os padrões culturais devem caminhar juntos não somente para o aumento da produção de bens e serviços como o progresso técnico-tecnológico, que irá influenciar também no nível de bem-estar e de justiça social em uma sociedade (SOUZA, 2005).

### **3.3 Sistema Turístico**

O sistema turístico deve procurar garantir a qualidade de seus serviços, de sua cidade e suas atrações aos visitantes, e deixar um questionamento ao cliente no final da visita se ele foi bem atendido. Para garantir a satisfação do turista, é preciso manter a qualidade em cada uma das *interfaces* do sistema turístico com o cliente (PETROCCHI, 1998).

Nesse sentido, é preciso montar um sistema turístico abrangente e integrado em todos os seus subsistemas, como se pode observar na Figura 3.



Figura 3 - Sistema turístico e seus subsistemas.

Fonte: Adaptado de Petrocchi, 1998, p. 56.

A integração de cada *interface* do sistema turístico responde à necessidade de oferecer uma completa e especializada prestação de serviços ao visitante. Para isso, existe o grupo gestor, incumbido de contribuir bastante para o desenvolvimento da atividade de turismo sustentável. De acordo com a Vitae Civilis e WWF-Brasil (2003), cabe ao grupo gestor estimular a participação efetiva no sistema turístico e a sensibilização dos atores envolvidos: turistas, empreendedores locais, órgãos públicos, associações, lideranças comunitárias, dentre outros.

O maior problema da ausência do planejamento em localidades turísticas reside no seu crescimento descontrolado, que gera a descaracterização e a perda da originalidade das destinações que motiva o fluxo dos turistas, e o empreendimento de ações isoladas, esporádicas, eleitoreiras e desvinculadas de uma visão ampla do fenômeno turístico (RUSCHMANN, 1997).

Atualmente uma evidente preocupação correspondente à interferência que o meio produz na arte e na cultura da comunidade, influenciando casos de preservação e de continuidade das tradições. No aspecto sociológico, essa influência resulta em atividades programadas para simplesmente atender às expectativas dos visitantes, não reproduzindo com exatidão as *performances* de raízes das comunidades envolvidas.

Ao se caracterizar o sistema turístico de um determinado município, como no caso Santo Antônio do Pinhal, Cone Leste Paulista, pode-se pensar na formação de um arranjo produtivo local, de acordo com os artesanatos e as parcerias da localidade em promoção de um desenvolvimento turístico sustentável.

Pois, Freitas (2006) acredita que deve se estimular os artesãos a trabalharem a partir de um sistema cooperativista de produção, a qual poderia ser vista, primeiramente, como um caminho para a comercialização do artesanato e fortalecimento coletivo.

### **3.4 Arranjo Produtivo Local**

Santos e Guarneri (2002) revelam que o desenvolvimento de arranjos produtivos é importante para a geração de pólos de crescimento e descentralização industrial. Atualmente, destacam-se exemplos internacionais como os empreendimentos do Vale do Silício – importante centro de empresas do setor de informática – e a Terceira Itália – que abrange empresas de pequeno e médio porte de diversas áreas como têxtil, móveis, cerâmica e mecânica.

Os arranjos produtivos, que são conceituados como um fenômeno vinculado às economias de aglomeração, associados à proximidade física das empresas fortemente ligadas entre si por fluxos de bens e serviços, variam de tamanho, amplitude e estágio de desenvolvimento, fortalecidos pela política governamental, federal ou estadual, visando o desenvolvimento regional e gerando emprego e renda.

### **3.5 Política de Arranjos Regionais**

O BNDES (2006) procura desenvolver uma política de desenvolvimento regional, considerando a instituição de arranjo produtivo local para composição de uma atividade nacional de atendimento aos municípios e microrregiões em processo de desenvolvimento. A Política Nacional de Desenvolvimento Regional (PNDR), implementada pelo Ministério da Integração, adotou critérios para classificação de micro-regiões, segundo orientação territorial e formulação de estratégias de atuação próprias, utilizando-se de duas dimensões para avaliar o grau de desenvolvimento econômico de micro-regiões brasileiras.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados coletados são expostos mediante análise da questão problema. Segundo a coleta de dados foi revelada uma distribuição de artesãos por parcerias locais em busca do desenvolvimento turístico sustentável é apoiada por 92%. Observa-se que a distribuição de artesãos por parcerias locais está em conformidade com os princípios do turismo sustentável ressaltado por Swarbrooke (2000b) e Rushmann (1997), devendo haver uma parceria entre os atores envolvidos no processo: artesãos, turistas, sociedade, órgãos públicos, instituições privadas e organizações não-governamentais (ONG's).

No entanto, quanto ao tipo de parceria, a mesma pesquisa revela ainda que, o índice de maior parceira está entre os próprios artesãos 67%, seguido pelos restaurantes 41%, excluindo-se artesanatos ou panfletos nos tipos de estabelecimento.

Em relação à variável *número de turistas* que o município recebe por dia em baixa e alta temporada, a coleta aponta que na alta temporada a Olaria Paulista, localizada no Shopping de Santo Antônio do Pinhal apresenta maior número de turistas (trinta), seguida pela Serra Rústica (20) e pela Prata D'Lua (20). Já, na baixa temporada, a Serra Rústica recebe mais turistas (15) que os demais *ateliers*, seguida da Olaria Paulistana (cinco) e da Prata D'Lua (cinco). Os três estabelecimentos têm maior frequência de turistas, tanto em baixa como em alta temporada, por estarem localizados no centro da cidade, embora este fator seja indicado pelos artesãos como de pouca importância para sua visita.

Estes dados estão correlacionados à variável infra-estrutura observada como precária pelos proprietários de *ateliers*. Segundo Angel (2001), a demanda de visitantes é influenciada pelo sistema turístico adequado e eficiente, o que não ocorre em São Antônio do Pinhal-SP.

Com relação às técnicas utilizadas pelos artesãos, cada um deles tem seu diferencial demonstrado a seguir. O atelier Jardins de Barro, cujo produto é a cerâmica, utiliza técnicas de modelagem em torno e queima da cerâmica em forno elétrico. Morito Móveis, que tem móveis, cadeiras e mesas, utiliza a marchetaria com madeiras, sem pregos e colas, elaborado conforme a anatomia humana.

Já o atelier Feitiço das Rosas, que comercializa flores e arranjos, faz a esqueletização (retirada da clorofila da folha de plantas em soda cáustica), clareamento em cloro e tingimento de folhas. A Ophicina das Artes, que produz velas, utiliza a parafina e reaproveitamento de elementos naturais (sementes, flores, madeiras, conchas, bambu e essência). Mistura cores e perfumes, resultando em combinações inusitadas.

O Recanto Terra Forte, que fabrica móveis, luminárias e utensílios, faz a reciclagem (madeira, metais, ferro, vidros, plásticos, fibras e sementes) - transformação de lixo em arte funcional. A Prata D'Lua, que fabrica jóias, utiliza a técnica da confecção com prata, cobre, sementes, couro, madeiras, frutas, pedras semipreciosas e sintéticas. O atelier Olaria Paulistana que produz cerâmica queimada utiliza a pintura feita pelo turista e queimada em forno de alto grau, e por último a Serra Rústica cujos produtos são os móveis, baús, mesas e luminárias, realiza a marchetaria em madeiras de reflorestamento e reaproveitadas da construção, transformadas em móveis.

Segundo, Consoante Freitas (2006), os *ateliers* de Santo Antônio do Pinhal apresentam potencial de produto turístico, principalmente porque cada tipo de produção artesanal possui características próprias. Quanto à destinação do artesanato, a maioria, 91%, produz para o próprio município, sendo a cidade de São Paulo, 75% o segundo destino.

Referente à produção mensal de artesanato, o *atelier* que mais produz é a Ophicina das Artes, numa quantidade de mil velas ao mês, devido ao simples processo artesanal de itens de pequeno porte e baixo custo. Em segundo, aparece a Olaria Paulistana com uma produção de quatrocentas peças em cerâmica, talvez correlacionada à sua localização, no centro da cidade, e uma demanda maior.

Por outro lado, o que menos produz é a Serra Rústica, numa média de quatro móveis ao mês, pois, apesar de estar situado no centro da cidade, seu produto artesanal é de grande porte e requer mais tempo de trabalho, devido à técnica minuciosa de marchetaria que tem maior valor agregado em termos de custo.

Em relação ao meio ambiente, os proprietários de *ateliers* que demonstraram preocupação utilizaram estratégias próprias, descritas a seguir.

A Ophicina das Artes que além da parafina, trabalha com recursos naturais e materiais reciclados, pois as velas são artesanais e muitas vezes ornamentadas com folhas, lascas de frutas, sementes e flores. Os artesãos, deste recinto, acreditam que não produzem poluição ou resíduos, uma vez que reaproveitam as sobras de parafina.

Na Olaria Paulistana, a artesã tenta reduzir ao máximo o descarte de argila e tinta a óleo no esgoto municipal, reaproveitando as matérias-primas; já o Feitiço das Rosas, trabalha com recursos naturais, utilizando folhas residuais de podas de árvores, folhas secas e flores descartadas pelas floriculturas da cidade. A grande preocupação da proprietária deste *atelier* é referente à soda cáustica e ao cloro, duas substâncias químicas necessárias para o processo de produção de suas rosas.

O atelier Prata D'Lua preocupa-se com a emissão de gases, haja vista que trabalha com maçarico queimando gás liquefeito de petróleo (GLP) – composto por butano e propano – e oxigênio para a emissão de chamas, as quais derretem a prata para torná-la maleável para o molde de jóias como anéis, correntes, pingentes, pulseiras e brincos, precisaria de um filtro para reduzir os efeitos negativos que seu processo artesanal causa ao meio ambiente.

O Recanto Terra Forte tem à frente uma pessoa que lidera o grupo de artesãos, a qual promove em seu estabelecimento a conscientização ecológica dos turistas. Em seu processo artesanal utiliza recursos naturais, como resíduos de madeira da Serra da Mantiqueira. O artesão aproveita, ao máximo, materiais recicláveis visando um equilíbrio do meio ambiente.

No atelier Jardins de Barro como matéria prima, recicla resíduos da argila para não sujar o leito dos rios. A pequena produção com a utilização dessa matéria prima é considerada ecologicamente correta.

Os artesãos da Morito Móveis utilizam madeiras provindas de regiões ainda não reconhecidas como em estado crítico de desmatamento. Oferecem resíduos do processo artesanal às fazendas e aos haras locais. Não utiliza madeira denominada ecológica, uma vez que tem conhecimento que durante o beneficiamento passa por um processo químico e de estufa, o qual faz com que a madeira torne-se mais leve e, ao mesmo tempo, tenha um índice de durabilidade reduzido em 50%, uma vez que uma madeira tradicional dura cerca de vinte anos, enquanto uma ecológica, apenas dez. Além de ser mais frágil, o preço da madeira ecológica é mais alto.

E por fim, a Serra Rústica, que não compra matéria prima de madeiras, aproveita material reciclado de municípios adjacentes. Percebe-se que esse grupo de artesãos não está preocupado apenas em divulgar seu artesanato, mas propõe também adequar suas práticas produtivas ao cuidado quanto à preservação do meio ambiente. Utilizando-se de recursos naturais e culturais, ajuda a criar uma identidade.

A partir de Ruschmann (1997), Irving (2002), Leff (2001), Sansolo (2002) e Sachs (2000), nota-se que os artesãos buscam a integração sócio-econômico-cultural por meio de um grupo mesclado de produção artesanal reunindo-se, frequentemente, uma vez ao mês para trocar idéias, adquirir novos conhecimentos e aprender um com outro, mediante *benchmarking*. A idéia do grupo é promover artesanato cultural com qualidade e bom atendimento, entretanto, sem apoio da Prefeitura Municipal de Santo Antônio do Pinhal. De modo geral, os artesãos reivindicam que a Prefeitura Municipal instale uma sinalização adequada para que o turista, ao chegar à cidade, saiba como ir até o destino.

Quanto à percepção dos turistas, fundamentou-se, em especial no estudo de Oliveira (2005) realizado no município de Santo Antônio do Pinhal em 2004, referente à hospitalidade e à qualidade de atendimento oferecido ao turista da pousada.

Referente ao local de origem dos turistas, a pesquisa mostra que o maior número de visitantes na baixa temporada, 62%, é do Vale do Paraíba Paulista. Acredita-se que este fenômeno ocorre devido à proximidade dos municípios.

A origem dos visitantes confronta a percepção do artesão quanto ao perfil do turista e os resultados do estudo realizado em 2004, por Oliveira (2005a), em Santo Antônio do Pinhal, no qual a maior frequência, tanto na baixa temporada quanto na alta, seria de turistas oriundos da capital de São Paulo.

Entretanto, existe um cunho de realidade na pesquisa quanto à origem de visitantes ser da Capital Paulista na alta temporada, com a predominância 42%, em consideração ao período de férias escolares.

Na alta temporada houve predominância pelo guia turístico associado à escolha da localidade, resultado que está em acordo com a indicação dos artesãos, mas, quando confrontando com a pesquisa de 2004 de Oliveira (2005a), nota-se que foi por meio da *internet* que os turistas optaram pelo município. Na baixa temporada muitos turistas têm o hábito de visitar o município com uma frequência de 62%.

Já, na alta temporada, a maior frequência é de pessoas que visitam o município pela primeira vez, 44%, fazendo correlação com os dados de Oliveira (2005a). Isso pode indicar que há um potencial de ampliação do índice de retorno na alta temporada.

E por fim, a pesquisa aponta que grande parte, 42% dos turistas de baixa temporada não têm preferência pela época de visitar o local. Entretanto, os participantes da pesquisa durante a alta temporada, preferem este período por estarem em férias juntos com seus filhos.

## 5. CONCLUSÃO

Este estudo teve por objetivo analisar a percepção de proprietários de oito *ateliers* e de turistas referente ao sistema turístico do Município de Santo Antônio do Pinhal, Estado de São Paulo. Como complemento, pudemos caracterizar os *ateliers*, avaliar o artesanato local produzido e identificar o perfil dos turistas.

Desta forma, entende-se que o grupo pesquisado, composto por 12 artesãos, que possui uma filosofia voltada para o desenvolvimento do turismo sustentável, produz artesanatos considerados pelos turistas como originais e com excelente qualidade. Porém, a maioria dos *ateliers* está localizada na Zona Rural do município, com difícil acessibilidade, tendo em vista a má-condição das estradas. Outro fator negativo apontado pela pesquisa foi a inexistência de sinalização de indicação dos *ateliers*, seguindo-se a falta de divulgação do artesanato local como produto turístico e, como fator mais criticado por artesãos e turistas, sobressai-se o desinteresse e a falta de comprometimento do órgão público municipal.

Freqüentemente, a maior demanda de turistas de baixa temporada visita o município a passeio com a família através de indicação de amigos. Já, o alto índice de turistas de alta temporada, é na maioria de visitantes de primeira viagem, conhecendo o município com seus familiares, valendo-se de guia turístico. Geralmente, estes visitantes de primeira viagem encontram-se de férias, apontando como ponto turístico preferencial o Pico Agudo, como também os restaurantes como atrativos turísticos.

Na ótica dos turistas, os *ateliers* são reconhecidos e considerados pela qualidade e originalidade de seus artesanatos, muito embora deixando de oferecer um ambiente agradável. Porém, no que se refere ao grau de influência para visitação destes estabelecimentos, a pesquisa revela que, considerando os fatores mais críticos apontados pelos turistas, o acesso e a sinalização mereceram destaques, percebe-se desta forma que o Município de Santo Antônio do Pinhal deve melhorar as condições em termos de infra-estrutura.

Observou-se que a má conservação das estradas, a falta de sinalização de indicação dos atrativos turísticos e a pouca divulgação do artesanato exercem influência negativa na visitação de turistas. Isso pode estar correlacionado com o fato de que os turistas não reconhecem o artesanato como um dos principais atrativos turísticos locais.

A pesquisa revela em alguns pontos que a opinião dos proprietários de *ateliers* de Santo Antônio do Pinhal corresponde à dos visitantes no que se refere ao sistema turístico do município. Todavia, na maioria das variáveis há divergência de percepções. Isto explica que, de acordo com Angel (1981), Irving (2002), Lemos (1997), Oliveira (2005b), Petrocchi (1988), Ruschmann (1997), Santos (2002), Swarbrooke (2000a; 2002d), para o desenvolvimento turístico local são necessárias estratégias, parcerias em arranjos produtivos e, principalmente, apoio do poder público.

De acordo com a percepção dos sujeitos da pesquisa, ficou entendido que, para que o artesanato ganhe maior conotação e, conseqüentemente, venha a colaborar para um provável turismo sustentável local, sugere-se um investimento público necessário no que tange à sinalização de indicação dos atrativos turísticos e nas condições de acessibilidade dos *ateliers*. Por outro lado, no que tange aos artesãos, propõe-se criação de um grupo gestor para a organização do arranjo produtivo artesanal, e a busca por parcerias efetivas na divulgação do artesanato como produto turístico de Santo Antônio do Pinhal, Estado de São Paulo.

A escassez financeira do município e a ausência de ação coletiva ainda não tornaram possível que o poder público, adotasse uma posição de organização e planejamento para os diversos setores produtivos da área do turismo de Santo Antônio do Pinhal.

Não se trata de apenas divulgar o artesanato local, mas, sobretudo porque Santo Antônio do Pinhal está dentro de uma Área de Preservação Ambiental (APA), gerando responsabilidades adicionais para turistas, artesãos, população e poder público municipal.

Como conclusão geral, notou-se um grande número de alternativas turísticas como, restaurantes, pousadas, pesqueiros e artesanato para o progresso turístico em Santo Antônio do Pinhal, assim, essa investigação, colaborou com a análise do artesanato no município. A diversidade dessas atividades feitas pelos artesãos, que produzem grandes por encomendas, não admitiu apenas o recurso de exposição em “feirinhas”.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANGEL, M. B. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papirus, 1981.
- BANCO Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). *Clusters*. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br>>. Acesso em: 03 mar. 2006.
- CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph. 2004.
- CASCUDO, L. C. **Dicionário do folclore brasileiro**. 10 ed. São Paulo: Global, 2001.
- COOPER, C. et al. **Turismo, princípios e prática**. Tradução de Roberto Cataldo Costa. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- FREITAS, A. L. C. **Design e artesanato**: uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto. 140 f. 2006. Dissertação [mestrado] – Gestão pela Qualidade e Desenvolvimento de Produtos, Escola de Engenharia, UGMG, Belo Horizonte, 2006.
- GAZETA Mercantil**. Dados turísticos. Disponível em: <<http://www.gazetamercantil.com.br>>. Acesso em: 20 abr. 2006.
- GASTROGIVANNI, A. C. Existe uma geografia do turismo? In: GASTAL, S.; KRIPPENDORF, J. **Turismo**: investigação e crítica. São Paulo: Contexto, 2002.
- IRVING, M. A. Participação – questão central na sustentabilidade de projetos de desenvolvimento. In: IRVING, Marta de Azevedo; AZEVEDO, Júlia. **Turismo**: o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.
- LEFF, E. **Saber ambiental**: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Tradução de Lúcia Mathilde Endlich Orth. Petrópolis: Vozes, 2001.

LICKORISH, L. J.; JENKINS, C. L. **Introdução ao turismo**. Tradução de Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

**MINISTÉRIO do Turismo**. Crescimento do PIB. Disponível em: <institucional.turismo.gov.br/.../parser/ministerio/acoes/projeto.cfm?id=10D99A05-B3B9-F1F0-C0D73D17D50F7250>. Acesso em: 14 set. 2006.

OLIVEIRA, A. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 2005.

PIVOTT, C. **O turismo e a produção social do espaço urbano**: estudos sobre Campos do Jordão. 336 f. 2006. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento da Universidade do Vale do Paraíba. São José dos Campos: Univap, 2006.

PETROCCHI, M. C. **Turismo**: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 10 ed. Campinas: Papirus, 1997.

SANCHO, A. **Introdução ao turismo**. Tradução de Dolores M. R. Corner. São Paulo: Roca, 2001.

SANTOS, A. M. M.; GUARNERI, L. S. **Características gerais do apoio a arranjos produtivos locais**. BNDES, 2002.

SOUZA, M. **ABC do desenvolvimento urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável**: conceitos e impacto ambiental. Tradução de Margarete Dias Pulido. 3 ed. São Paulo: Aleph, 2000a.

\_\_\_\_\_. **Turismo sustentável**: gestão e marketing. Tradução de Esther Eva Horovitz. São Paulo: Aleph, 2000b.

\_\_\_\_\_. **Turismo sustentável**: setor público e cenários geográficos. Tradução de Esther Eva Horovitz. São Paulo: Aleph, 2000d.

\_\_\_\_\_. **Turismo sustentável**: turismo cultural, ecoturismo e ética. Tradução de Saulo Krieger. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2003.

**RECEBIDO**  
**REENVIADO**  
**APROVADO**