

PRODUÇÃO ARTESANAL ASSOCIADA AO TURISMO EM ILHA GRANDE DE SANTA ISABEL (PARNAÍBA-PI).

CRAFT PRODUCTION ASSOCIATED WITH TOURISM IN ISLA
GRANDE DE SANTA ISABEL (PARNAÍBA-PI).

Bruna Rodrigues de Sousa¹
Rodrigo de Sousa Melo²
Vilmar Vasconcelos de Oliveira³

Recebido em 22/01/2014

Aprovado em 25/04/2014

¹ Graduação em Turismo e em Psicologia pela Universidade Federal do Piauí. bruna_ufpi@hotmail.com

² Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade Federal da Paraíba. Especialização em Gestão de Ambientes Costeiros Tropicais pela Universidade Federal de Pernambuco e Graduação em Turismo pela Universidade Católica de Pernambuco. rodrigomelo@ufpi.edu.br

³ Graduação em Bacharelado em Turismo pela Universidade Federal do Piauí. bilmaroliveira@gmail.com

RESUMO:

O presente trabalho visa caracterizar o processo de elaboração do artesanato em palha de carnaúba com ênfase no diagnóstico do potencial de atratividade turística e na proposição de ações para desenvolver o segmento de turismo cultural na cidade de Parnaíba (Piauí-Brasil). As fontes dos dados utilizados para a constituição da pesquisa foram coletadas mediante pesquisa de campo, sob a técnica de diário de pesquisa e entrevistas, sendo analisadas por meio de análise do discurso. Assim, verificou-se que a cidade possui potencial de atratividade turística nesse segmento, mas que precisa ser trabalhado mediante intervenção por parte do poder público (incentivo, apoio e condições adequadas de infraestrutura), com apoio da comunidade local e da iniciativa privada. Desta forma, estima-se que as reflexões geradas a partir desse trabalho possa servir para otimizar a prática do turismo cultural com base na produção artesanal da palha de Carnaúba para a elaboração ou ajustes de roteiros que incluam visitas a locais que dispõem de artistas elaborando suas peças.

PALAVRAS-CHAVE:

Turismo cultural; Comunidade; Carnaúba; Produção artesanal; Atratividade turística.

ABSTRACT:

The present work aims to characterize the process of elaboration of carnauba straw crafts with an emphasis on diagnosis of potential touristic attractiveness and propose actions to develop the segment of cultural tourism in the city of Parnaíba (Piauí, Brazil). The data sources used for the establishment of the research were collected through field research, under the technical journal of research and interviews, and analyzed using content analysis. Thus, it was found that the city has potential tourist attraction in this segment, but that needs to be worked through intervention by the government (encouragement, support and adequate conditions of infrastructure), with support from the local community and the private sector. Thus, it is estimated that the reflections generated from this work can serve to optimize the practice of cultural tourism based on the artisanal production of carnauba straw or adjustments to the elaboration of roadmaps that include visits to local artists who have elaborated their parts.

KEYWORDS: Cultural tourism. Carnauba; Craft production; Touristic attractiveness.

1. INTRODUÇÃO

O turismo é um setor dinâmico, que influencia a economia de um País, auxilia na comunicação entre os povos e quando feito de forma responsável proporciona benefícios às pessoas e à região do destino turístico.

Os atrativos turísticos de um local agem como motivadores do turista ao deslocamento; dentre os quais destaca-se aqui os atrativos culturais, pois são dotados de um valor singular e quando agregados a atividade turística planejada pode cooperar para o desenvolvimento da comunidade receptiva.

A produção artesanal é um dos tipos de atrativo cultural, sendo as manufaturas populares associada ao turismo uma temática estudada por diversos autores (DIAS FILHO; OLIVEIRA, 2008; SANT'ANA; RICCI, 2009; TOMAZZONI, 2008), os quais discutem diversos aspectos sobre o tema em questão. Desse modo, Sant'ana e Ricci (2008) enfocam o turismo sustentável por meio do artesanato local. Dias Filho e Oliveira (2008), percebem e destacam a dimensão simbólica nos grupos criativos que trabalham com artesanato. Tomazzoni (2008) relata que a dimensão cultural do turismo abrange a valorização e o fortalecimento das manifestações da cultura regional, dentre elas o artesanato.

Diante disso, o presente trabalho discorre sobre a importância do patrimônio cultural atrelado ao turismo na cidade de Parnaíba (Piauí-Brasil), sendo que neste local há uma diversidade de produtos artesanais, dentre eles os elaborados a partir da palha de carnaúba, visto que o artesão dispõe de matéria-prima *in loco* e utiliza as habilidades adquiridas para elaboração do artesanato, que ocasiona a geração de renda à comunidade local.

Nesse mesmo âmbito, percebe-se a história como um recurso de grande valia para o estudo das manufaturas populares, que através do saber tradicional representa um valioso patrimônio cultural e envolve a memória, tradição e o desenvolvimento social dos povos.

Destaca-se nesse trabalho a produção artesanal feita pela Associação de Trançados da Ilha, formada por 18 sócios atualmente, que utilizam o “olho” (broto) da Carnaúba para seus trabalhos manuais,

em que as principais etapas dessa produção são feitas por alguns sócios na sede da referida associação, que recebe visitantes esporadicamente.

Quando elaborado e praticado sob o viés da sustentabilidade, o turismo atua como ferramenta na geração de renda, inserção da comunidade receptora, valorização ou mesmo revalorização da cultura local, auxilia na preservação do patrimônio, gera a transmissão do conhecimento e o incentivo de políticas públicas.

Nesse mesmo contexto, o turismo exerce uma força não apenas de mercado, mas de um instrumento social que torna possível contribuir para a valorização cultural e mesmo, motivador na identidade individual ou coletiva na comunidade receptora.

Assim, o segmento de turismo cultural representa-se como uma alternativa aos municípios que queiram se desenvolver de maneira sustentável agregando um valor à sua cidade; ocasionando o diferencial competitivo de cada lugar, uma vez que trata dos símbolos e das significações referentes a uma determinada cultura.

Diante desse aspecto, a produção artesanal através da vivência do visitante junto à elaboração do artefato, é capaz de proporcionar experiências inesquecíveis, que contribuem na valorização da arte, na aquisição de conhecimento e na troca de informações, ou seja, permite a minimização de barreiras correspondentes a culturas e até mesmo classes sociais.

O fomento ao diferencial competitivo visa à inclusão da comunidade receptora e a qualidade dos serviços, bens e produtos, bem como a qualidade da prática da atividade turística, que deve estar associada a atrativos e equipamentos turísticos com adequadas condições de visitação, sendo observadas essas condições por meio de um planejamento prévio e/ou contínuo.

Tendo isso em vista, a escolha da temática de se trabalhar com a produção artesanal da palha de carnaúba em Ilha Grande de Santa Isabel (Parnaíba-PI), deve-se a necessidade de conhecimento das potencialidades do segmento de turismo cultural nessa região, uma vez que esse pode ocorrer o ano inteiro, sem necessitar de condições climáticas adequadas para a prática, e pode agir como valorização de lugares.

Desta forma, esse artigo objetivou Caracterizar o processo de elaboração do artesanato em palha de carnaúba com ênfase no diagnóstico do potencial de atratividade turística e na proposição de ações para desenvolver o segmento de turismo cultural.

2. TURISMO, PATRIMÔNIO E CULTURA: ASPECTOS CONCEITUAIS E RELAÇÕES.

O turismo enquanto palavra nasce em 1811, mas ganha destaque tempos depois com a importante iniciativa de Thomas Cook que em 1841, propiciou uma inovação às viagens da época, tornando-as acessíveis a um número mais amplo de pessoas bem como ter destacado na viagem para uso do visitante o transporte, as acomodações, e atividades a serem desenvolvidas no local de destino, caracterizando dessa forma um pacote de serviços e otimizando a prática turística; Esse fato conseqüentemente favorece ao desenvolvimento e as concepções teóricas e práticas a respeito do turismo enquanto atividade e objeto de estudo (DIAS, 2006; SMITH, 1995 apud PERÉZ, 2009).

Como está relacionado ao ato de deslocar-se de um lugar a outro (distinto ao que habite) em tempo inferior a 360 dias (De modo que não sejam realizadas atividades econômicas) o turista, fora de seu local de origem necessita de uma série de coisas para suprir suas necessidades, desejos e no intuito de entendê-las e de atendê-las, a segmentação do turismo constitui-se como uma maneira de “agrupar” os turistas que tenham motivações afins, isso auxilia para a caracterização da demanda turística, o planejamento e a comercialização dos destinos turísticos. São segmentos de turismo: turismo de férias, turismo cultural, turismo de negócios, turismo desportivo, turismo de saúde e turismo religioso (ANDRADE, 2004).

No presente estudo é destacado o segmento de turismo cultural que tem como motivação primordial o contato com o patrimônio, as manifestações culturais da comunidade visitada, ocasionando assim uma vivência do turista com a cultura do local visitado. Desta maneira, o turismo, pode ser entendido como uma atividade sociocultural que atua como ferramenta motivadora capaz de gerar “utilidade” ao patrimônio e reconhecimento de valor e significado que são atribuídos ao mesmo, tanto pela população nativa, quanto pelo visitante.

O patrimônio é um termo de conceituação ampla correspondendo tanto ao ambiente natural, quanto ao cultural. De acordo com Canclini (1999), o patrimônio, não se refere somente a herança de um povo, mas também aos bens atuais, como: os novos artesanatos, conhecimentos, novas línguas, tradições. Desta maneira, o patrimônio não se caracteriza apenas como algo que remete ao passado, mas também como aquilo que perpassa um processo de atualização, com isso é dotado de um dinamismo, não sendo uma coisa estática, incapaz de sofrer transformações ao longo do tempo (ICOMOS, 1999). Nessa mesma perspectiva Dias (2006) salienta da tendência nos últimos anos do patrimônio ser considerado como uma construção social, tendo uma ênfase no presente e passado; assim necessita de cuidados advindos do processo de valorização deste, ou até mesmo se for o caso, de restauração (pelos órgãos competentes) ou através de medidas que possam auxiliar na revalorização.

O patrimônio histórico e cultural pode ser de natureza material (bens culturais moveis e imóveis) e imaterial, sendo este último relacionado à memória e tradição das populações, onde o saber e o aprender fazendo tem uma função marcante nesse processo; uma vez que representam a cultura de um povo, dotada de simbologia e caracterizada pela memória e pela tradição das pessoas, que transmitem seus conhecimentos às gerações futuras.

A relação entre turismo, patrimônio e cultura, caracteriza o segmento de turismo cultural, capaz de agregar valor a destinos turísticos, inclusão da comunidade local, valorização ou revalorização do patrimônio, proteção ao mesmo, através das políticas de preservação, fonte propulsora na dinamização da economia e influencias socioculturais.

3. ARTESANATO E DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

O artesanato é um patrimônio cultural, que pode agregar valor a destinos turísticos e atuar como diferencial competitivo, aguçando o desenvolvimento turístico de um lugar. É um insumo para o turismo cultural capaz de valorizar a experiência turística, ajudando com que esta seja de maneira mais positiva possível.

O artesanato Brasileiro era elaborado pelos indígenas antes mesmo do descobrimento do Brasil, Conforme relata Cascudo (2002), em que a referida etnia utilizava a abundante matéria prima que havia em grande quantidade na época para a produção artesanal apenas no próprio consumo em uso

doméstico. Por outro lado, no contexto atual o artesanato é uma atividade que além de cultural é econômica, dotado de significação no mundo moderno.

O produto artesanal é destaque no cenário mundial, conforme apontam Sant'ana e Ricci (2009) quando enfatizam o grande crescimento na venda dos produtos artesanais, pois o ramo da produção artesanal entrou na lista de compras da elite social, e os produtos artesanais também são utilizados na decoração de hotéis e de pousadas. Esse tipo de decoração é popularmente chamado de “rústico chique”, sendo uma tendência muito notada atualmente, principalmente no que se refere ao contexto parnaibano.

Segundo Cascudo (2002), se explorado comercialmente o artesanato é capaz de contribuir para o desenvolvimento econômico regional. Nesse mesmo contexto sant'ana e Ricci (2009) apontam que para muitos artesãos a produção artesanal é um meio para a sobrevivência dos mesmos. Dessa maneira o artesanato quando explorado como recurso turístico gera benefício aos artesãos, dentre eles o econômico e o reconhecimento pelo seu trabalho.

A confecção do artefato pelo artesão, segundo Dias Filho e Oliveira (2008), valoriza a tradição da comunidade e assume um papel de alavanca para a economia local, proporcionando nesse sentido a valorização das singularidades.

Tais singularidades podem caracterizar diferencial competitivo às regiões, pois para Mascêne (2010), em cada estado do Brasil é possível encontrar uma produção artesanal diferente, isso se dá devido a matéria-prima e aos costumes característicos de cada lugar.

O enlace entre turismo e artesanato é muito significativo, pois proporciona ao artesão a comercialização do seu produto e divulgação do legado e do “artista”, e atende ao turista que leva uma mostra do que conheceu e daquilo que vivenciou, em que o artesanato dessa forma atua como fator de memorização da experiência.

Outro ganho para a comunidade local, advindo da atividade turística, se refere à valorização da cultura típica, esta podendo destacar-se como diferenciação competitiva, oportunizando a qualidade do produto turístico com base no turismo local. Com isso, o turista contribui na valorização e

reforço da “identidade da própria comunidade receptora, que pode se mobilizar no sentido de gerar produtos, com a finalidade de atrair e agradar o turista, enfocando as características das raízes culturais locais” (GALVÃO, 2008.p. 24).

Para isso, se faz necessário e fundamental o reconhecimento e a valorização por parte da comunidade receptora do seu próprio patrimônio, para que possa ser transmitido ao turista e este por sua vez possa contribuir na disseminação do conhecimento, transmitindo as outras pessoas suas vivências e oportunizando a transmissão das informações.

Desta maneira a inserção social aliada ao desenvolvimento econômico do lugar favorece a existência do turismo sustentável, como também a melhoria do nível de vida, distribuição de renda e assim o combate a pobreza.

O turismo sustentável para a OMT (1999) refere-se à satisfação das necessidades tanto do turista, quanto da comunidade receptora, referente às necessidades socioeconômicas da região, o que representa uma via de mão dupla entre turista e comunidade receptora, em que um contribui com o outro.

Seguindo a ideia de sustentabilidade econômica, social, cultural e ambiental Silva (2009), coloca que são fundamentais para o desenvolvimento do turismo, onde o planejamento é importante para a consolidação do uso responsável e assim da sustentabilidade.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Delimitou-se a pesquisa a investigação da produção artesanal, feita pela Associação de Trançados da Ilha (Parnaíba-PI), sendo focadas as etapas para a elaboração do artesanato, o serviço prestado e a proposição de ações de desenvolvimento do produto turístico.

Trata-se de uma pesquisa exploratória, sendo esta aquela que compreende a busca de informações sobre um referido objeto “Delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto” (SEVERINO, 2007, p.123).

A pesquisa foi constituída através de diário de pesquisa e de entrevista estruturada, aplicada junto aos sócios da Associação de trançados da Ilha, por estarem diretamente ligados a produção artesanal e representantes de agencias de viagem de Parnaíba, por trabalharem na área de turismo e possibilitarem o auxilio na aquisição de informações referentes à análise do produto, serviço prestado e proposições de ações capazes de contribuir para o desenvolvimento do produto seguindo o viés da sustentabilidade.

Consta-se de 18 (dezoito) artesãos o número de associados à Associação de Trançados da Ilha e 7 (sete) o número que corresponde as principais e atuantes agências de turismo receptivo da cidade de Parnaíba-Pi (Brasil), assim foram entrevistados 18 sócios e 7 representantes das agências, sendo um de cada agência. Vale ressaltar que foi elaborado dois questionários distintos, um designado aos sócios artesãos e outro aos representantes das agencias.

Os dados referentes às entrevistas foram analisados por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 2004), técnica que visa à absorção dos discursos, por meio do exame de mensagens pouco exploradas anteriormente. Foram analisados ainda os diários de campo, mediante aos dados e informações já contidos e registrados, a cada ida in loco.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No intuito de caracterizar a produção artesanal foram realizadas pesquisas de campo, acompanhando a elaboração do artesanato produzido através da palha, mais especificamente do “olho” comumente chamado pelos artesãos (trata-se do broto da carnaúba).

São diversos os produtos artesanais feitos pela Associação de trançados da Ilha, dentre eles: cestos, porta-talher, pratos decorativos, rede, tapete, galinha decorativa, bandejas, potes, roupeiros, *sous-plats*, dentre outros. A matéria prima para a elaboração do artesanato é a Carnaúba, (*copernícia prunifera*), conhecida como “árvore da vida”, devido ao fato de oferecer inúmeras utilidades de uso ao homem, pode-se destacar: as raízes para uso medicinal; o caule para edificação de casas; as folhas úteis para cobrir casas, extração do pó (que gera a cera) e artesanato; os frutos para extração de óleo, produção de doce e biscoito; as sementes para a fabricação de bijuterias (CRESPO, 2007).

A pesquisa de Campo foi realizada nos meses de dezembro de 2009 e em março, abril e maio de 2010, na sede da Associação de Trançados da Ilha e nas proximidades, uma vez que a etapa da retirada da matéria prima era feita em uma propriedade no território da Ilha Grande de Santa Isabel.

A primeira (1ª) etapa (Coleta da palha): ocorre através de encomenda por quantidade de palha (corresponde ao pedido de centenas), a presidente da associação faz o pedido ao “tirador” (já é fixo), que é filho de uma das sócias e este através de uma bicicleta e carregando consigo as ferramentas que serão uteis ao manejo como faca e uma vara de madeira (que tem no ápice uma ferramenta de corte chamada foice), dirige-se até a propriedade (o dono não cobra nada pela coleta da palha) para obter a encomenda, ele retira apenas o “olho” (broto) da palmeira (sendo esta a parte mais nova da carnaúba) e tem o cuidado de não retirar todos, deixando sempre um broto na árvore, dessa forma ocorre uma espécie de poda, em que os novos brotos, nascem em um período inferior a um mês e já estão prontos para serem usados na confecção do artesanato. Evidenciam-se aqui aspectos de sustentabilidade, em que mesmo tendo objetivo na quantidade da matéria prima, primase para que não haja a destruição da palmeira e assim ela possa se reestabelecer.

A pessoa que tira a palha tem sempre o cuidado de começar a retirar a encomenda no raiar do sol, pois quanto mais próximo do meio-dia o sol incomoda a visão, dificultando o trabalho. Após a extração, o “tirador”, como assim é chamado, reúne a encomenda e com o auxílio do transporte que utilizou a leva até a sede da associação. Ele é pago no ato da entrega, com o dinheiro que a associação sempre tem de reserva para cobrir gastos.

A Segunda (2ª) etapa (Seleção da palha): Corresponde à seleção da palha que será “ticada” ou riscada, para então obter o “lombo”, ou seja, a partir do momento que a palha é “ticada” (Figura: 01) ela é chamada de lombo; sendo que, a presidente seleciona os brotos que serão riscados ou “ticados” (consiste em dividir a palha em cerca de quatro tiras, com auxílio de uma faca pequena) para que se adquira o “lombo”, conhecido também como *barbela*, *costela* ou *bucha*, após a “riscagem” o “lombo” é posto ao sol e depois de seco será recoberto pela palha. A outra palha da seleção será apenas aberta em forma de “leque” para ser seca, assim como a outra “ticada”.



Figura 01. Artesã na ticagem na palha.
Fonte: Dados primários, 2010.



Figura 02. Pintura da palha.
Fonte: Dados primários 2010.

Terceira (3^a) etapa (Secagem da palha): Ocorre através de um processo natural, pois as palhas são secas por meio do sol. É a presidente, que com o auxílio de sua família (que também são sócios) colocam a palha sobre o solo, papelão ou na calçada para secarem, onde são postos pela manhã e retirados antes de anoitecer, esse processo dura em média 3 (três) dias. A presidente ainda envia parte da palha assim que recebe para outras sócias que farão o mesmo processo em suas residências. Em dois ou três dias a palha já estará pronta para uso, sendo batida ao solo para retirar o excesso de pó.

Quarta (4^a) etapa (“Tingimento” ou pintura da palha): Trata-se da etapa em que a palha após seca é selecionada randomicamente pela presidente para ser “tingida” (Figura 02), esse processo é feito com o uso de dois caldeirões, que são postos sob um fogareiro improvisado no fundo do terreno da Associação, em que o fogo é mantido pela queima de partes do tronco ou talos de carnaúba. Para tingir utiliza-se de tubos de “nilina” (tinta) que são adquiridos por meio de um cliente que envia o produto de Brasília, por preços mais acessíveis do que quando era comprado no comércio de Parnaíba ou através da internet. Observa-se aqui mais uma vez um marco da sustentabilidade, na forma de uso dos restos dos resíduos nesse caso para a formação do fogo necessário para a pintura da palha.

Com a habilidade aprendida através da prática a artesã coloca a palha para ser cozida na água e adiciona a tinta, mexendo com o talo de Carnaúba instrumento usado para auxiliar no processo de homogeneização da tintura; com um tempo inferior a cinquenta minutos em média, a palha é retirada colocada em outro recipiente com água, no intuito de retirar o excesso de tinta e posta para secar sobre uma corda, posicionada entre duas árvores no quintal (Figura 03), que ali permanece por um período de aproximadamente 24 horas. Após isso é guardada na sede da Associação e distribuída às sócias. Esse processo de “tingimento” é realizado apenas pela presidente, pois os outros artesãos afirmam que ela já tem a habilidade, e consegue os tons que deseja misturando as tintas; os demais sócios auxiliam apenas transportando as palhas até a corda onde ficarão suspensas.



Figura 03. Secagem da palha Tingida
Fonte: Dados primários. 2010.



Figura 04. Elaboração.
Fonte: www.vooz.com.br.



Figura 05. O trançado.
Fonte: Dados primários. 2010.

Quinta (5ª) etapa (Elaboração do Artesanato): Corresponde ao processo de trançar a palha (Figura 04), através do ponto “aberto” ou do ponto “fechado”, como é o habitual dos artesãos da Associação de Trançados da Ilha, e “dar” vida as peças artesanais, através da criatividade (Figura 05).

Alguns artesãos se reúnem na sede da associação para fazerem as peças, eles dizem que juntos vão aprendendo mais um com os outros e sempre ficam conversando sobre diversos assuntos, alguns de interesse da Associação outros não. Eles se reúnem todos os dias, porém sem um horário fixo, isso ocorre sempre à tarde e adentra uma parte da noite. Outros artesãos preferem fazer o serviço em

suas residências, pois têm o auxílio dos filhos, indo na sede apenas para resolverem algum assunto ou para pegarem a matéria prima, na maior parte das vezes a palha tingida.

Na análise do processo de visitação atual, houve identificação de potencialidades e vulnerabilidades, pode-se destacar: a riqueza imaterial que o artesanato possui, sendo algo transmitido dos antepassados, que além do valor de significância como patrimônio, possui valor de produto capaz de ser comercializado; É um patrimônio dinâmico, pois com criatividade o artesão vai criando formas, pontos e objetos.

Até a própria arte de fazer o trançado pode ser destacado como potencialidade, cada artesão tem uma singularidade um domínio de um ponto ou formato, têm ainda aqueles que não sabem fazer peças de forma quadrada; o SEBRAE (Serviço Brasileiro De Apoio as Micro e Pequenas Empresas) já disponibilizou curso destinado aos artesãos no intuito de auxiliarem na tomada de experiência com pontos e formas de peças que eles não conhecem ou pouco conhecem.

Mesmo com as potencialidades da produção artesanal pela associação de trançados da ilha, e com os outros recursos e patrimônios culturais que Parnaíba possui, todos os representantes das agências de viagem de Parnaíba revelam à deficiência do turismo cultural no contexto parnaibano, dizendo que é fraco, não existe, muito desejado, que as atrações estão se perdendo e que não é aproveitado. Eles ainda destacam para dificuldades, referentes à infraestrutura, má comunicação prestada aos clientes, às dificuldades no cuidado ao patrimônio e políticas de incentivo para a divulgação e valorização do artesanato e mesmo da cultura local.

De acordo com as visitas de campo, pôde-se perceber a dificuldade de acesso à sede da Associação, devido exatamente a condições precárias de sinalização e a falta de transporte público até o lugar. São condições de infraestrutura já salientadas em resposta ao questionário feito com representantes de agências da Cidade que elaboram roteiros e pacotes para o turismo receptivo na região.

Em 2008 a associação passou por uma reforma, com uma doação de três mil (3.000) tijolos e usando o que tinha em reserva, a Associação que era construída a base de barro e tronco de carnaúba foi reformada, mas tendo em vista as condições para visitação precisa melhorar para atender ao público, bem como para uso dos próprios artesãos, visto que a mesma não dispõe de banheiro, lugares para assento e os artefatos não se encontram de forma organizada.

O que pôde ser notado é que devido à grande quantidade de encomendas, as peças estão passando por um processo de padronização, onde no ato da encomenda o cliente já diz o tamanho, formas e desenhos que desejam ou ainda já enviam o molde (trata-se de peças elaboradas pela própria associação, que o cliente adquiriu na maioria das vezes em feiras), mas ocorre também de haver encomendas que diz apenas a peça desejada, então é o próprio artesão que com sua criatividade a desenvolve. Percebe-se com isso que a singularidade e o uso da criatividade para a criação de peças estão perdendo lugar para a padronização que vigora o processo de massificação que prioriza o imediatismo e as peças iguais.

Um dos pontos fracos dessa padronização é que na hora de etiquetar as peças, apenas as que são vendidas nas feiras ou na sede da Associação passam por esse processo, as que são das encomendas não a recebem, pois para as artesãs, são “eles quem colocam as etiquetas deles”, evidenciando assim que alguns clientes são os chamados “atravessadores”, ou seja, aqueles que compram a arte por um preço baixo e revendem por um bem acima, cabe aqui refletir ao reconhecimento e valorização do artista, mas que artista? Uma vez que o comprador final muitas vezes nem sequer saber quem e onde foram feitas as peças artesanais.

Os produtos da associação estão dispostos nas prateleiras de maneira desorganizada, e em pequena quantidade, o que dificulta a venda para o turista que vai até o lugar. Evidencia-se aqui a preocupação primordial com as encomendas que também é algo propício a reflexão; Eles estão mais preocupados nas vendas do que na arte... Na criação.

Outra vulnerabilidade está relacionada às condições de sinalização, como já mencionado anteriormente, as placas além de danificadas estão mal colocadas e são insuficientes, sendo que a placa que os artesãos dizem ser uma forma que atrai o turista até o lugar, só está posicionada para dar informação aquele que faz o percurso de Parnaíba ao Delta, e não no percurso inverso.

Diante disso, como é possível ao turista que faz o percurso inverso a “sinalização” saber onde está localizada a Associação? Ou mesmo sequer saber que existe a associação.

A associação não está aberta, conforme o horário informado de funcionamento (de 8:00 às 12:00 e das 14:00 Às 18:00) e como notado na pesquisa de campo não há um horário certo para que isso

ocorra, toda via como a casa da presidente é ao lado tem sempre alguém pra abri-la e receber o visitante.

Mesmo já havendo evoluído desde a fundação, as condições de divulgação ainda são precárias, principalmente no que tange ao contexto local; eles não têm sequer folders para distribuir aos visitantes, muito menos existe esse tipo de divulgação nas agências.

A evolução referida acima condiz com o fato de que atualmente, por meio de seu e-mail pessoal, o vice-presidente mantém contatos com os clientes e ajuda na divulgação da associação, este e-mail está contido nas etiquetas assim como endereço e telefone, tais etiquetas que antes eram compradas atualmente são confeccionadas pelo vice-presidente; Isso demonstra a um processo de inclusão digital e avanço na comunicação entre cliente e artesãos, que poderia ser considerado eficaz se pelo menos todo o artesanato produzido por eles saísse da sede etiquetados.

Mesmo assim, os artesãos acreditam na satisfação de quem conhece o lugar, pois de acordo com os sócios os visitantes adoram ir até as árvores e retirarem os frutos da época para comerem (o terreno que compreende o lugar possui várias árvores frutíferas, e como são de diversas espécies tem sempre alguma fruta) eles sempre pedem (quando tem alguma artesã trabalhando) para fazerem também, ou como elas mesmas dizem “fingirem que estão fazendo”, e assim registrarem o momento por meio de fotos ou filmagens.

Tanto a forma de produzir, quanto o objeto em si são patrimônios, o primeiro imaterial (memória, tradição a arte do aprender fazendo) e o segundo material, isso equivale a outra potencialidade. (Figura 07). A produção artesanal elaborada na associação, proporciona também interação cultural entre artesãos e turistas, pois de acordo com a ata de visitaçao do local além de já terem recebido pessoas de todos os estados do Brasil, houve ainda os estrangeiros como é o caso daqueles vindos da Alemanha, Itália, Holanda França e Estados Unidos.

Recebem também esporadicamente visitas de turmas de alunos que acompanhados do corpo docente vão até lá para conhecer o trabalho realizado, esses discentes são de escolas de Parnaíba. Evidenciando aqui também a prática do turismo pedagógico em que a educação ambiental poderia ganhar espaço, sendo que a produção do artesanato é toda sustentável.

Além de receberem bem o turista, a sede encontra-se próxima ao percurso que o turista faz entre a cidade de Parnaíba e Delta, ou seja, há uma possibilidade desse turista conhecer a Associação, mas é preciso haver uma divulgação e uma sinalização adequada. Com exceção da retirada da matéria prima, todas as outras etapas são feitas na sede, o que maximiza a possibilidade do turista conhecer ou até mesmo experienciar uma delas.

Para se chegar até a sede, além da grande quantidade de carnaubais que há por todo o percurso, pode-se perceber a utilização da carnaúba no cotidiano das pessoas, haja vista as casas cobertas e construídas a base da palmeira (Figura 06) e o uso de utensílios como rede e vassoura.



Figura 06. Casa localizada no percurso.
Fonte: Dados primários, 2010.



Figura 07. O artesanato como patrimônio.
Fonte: Associação de Traçados da Ilha.2010.

Diante disso, o próprio percurso já é um atrativo a parte, capaz de junto com a produção artesanal agregar valor ao destino turístico, ampliando o potencial do atrativo turístico.

Quanto à proposição de ações para desenvolver o segmento de turismo cultural de forma sustentável, salientasse: As condições de sinalização precisam ser melhoradas, tanto da própria associação quanto as que dão acesso à mesma, nesse caso, destaca-se a parceria e apoio com o poder local, para que isso seja solucionado.

Devido à grande potencialidade que a produção artesanal tem como atratividade para o turismo cultural, almeja-se que esse potencial seja utilizado de maneira sustentável, uma vez que condiz com o uso do natural e do cultural, e esse último diz respeito ao patrimônio material e imaterial, uma vez que o objeto material é produto do bem imaterial.

A valorização das especificidades e da cultura local precisa ser trabalhada com a população parnaibana, uma alternativa seria a criação e execução de projetos nas escolas, assim as crianças já aprenderiam de sedo a valorizarem o seu patrimônio; o uso de palestras, mostras ou mesmo grupos de discussão poderia ser uma alternativa viável pra essa sensibilização, pois a comunidade que reconhece o seu valor cultural, aliada a valorização e políticas de incentivo advindas do turismo, gera desenvolvimento local, conservação do patrimônio, renda, dentre outras contribuições.

Para que haja turismo cultural é fundamental também, fazer a elaboração de roteiros, assim como a criação de pacotes que desenvolvam essa prática, pois assim como já mencionado, as agências levam turistas a equipamentos de produção artesanal, no entanto ocorre esporadicamente, na maior parte das vezes sem um planejamento prévio. A divulgação da Associação precisa ser ampliada e melhorada, com a confecção de panfletos, folders e também a criação de um e-mail para a própria associação. A divulgação impressa poderia ser elaborada, mediante parceria ou apoio, onde os parceiros e apoios teriam sua logomarca impressa em um local especificado.

Esse material poderia ser distribuído nas agências, hotéis, pousadas, aos turistas que visitam a sede e nas feiras que os artesãos participam. Um out dor na Associação também seria um recurso bem significativo, dando maior destaque ao local. É primordial que na elaboração dos roteiros as agências se atenham para o cuidado do uso dos recursos, e para os pacotes com base em pesquisa da demanda turística para assim satisfazerem a demanda turística, sem causar futuros danos à comunidade local ou a natureza; em suma é fundamental um planejamento prévio.

Diante disso, para atender as encomendas e o mercado turístico poderia ser ampliado o número de sócios, isso geraria a inclusão e renda de mais pessoas e desenvolvimento a comunidade receptora. A reforma da associação e a construção de banheiro é outra proposição, para atender melhor o público, como também aquisição de móveis e utensílios que proporcionem melhor conforto ao turista, bem como aos artesãos.

Faz-se útil, a melhoria na decoração da sede, por meio de peças produzidas pelos mesmos, fotos que representam a história da Associação e uso ou troca da ata de visitação, esta exposta em lugar adequado. Essas são algumas proposições para que possa ser pensada e planejada a melhoria na sede da associação, aos sócios e conseqüentemente ao público real e ao turista em potencial.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo é uma ferramenta de auxílio as comunidades, cuidado ao patrimônio e valorização ou revalorização da cultura dos povos. Mediante a isso, as políticas incentivam para a descentralização do turismo, e para o desenvolvimento de atividades que reforçam a prática com base na cultura do lugar.

A partir da evolução desse trabalho, verificou-se a grande importância do segmento de turismo cultural, assim como a base para o desenvolvimento deste, que diz respeito à relação e significados entre patrimônio, cultura e turismo, posto que o patrimônio é a peça artesanal em si e a arte de saber fazer, a cultura é a maneira de produção do artefato e o turismo relaciona-se ao desenvolvimento do turismo cultural, que depende da relação entre essa tríade (patrimônio-cultura-turismo).

A cidade de Parnaíba possui uma grande variedade de patrimônio, sendo eles naturais e culturais, este último materiais ou imateriais, que são incorporados à cultura local e suscetíveis de serem destacados como atrativos turísticos, desde que haja planejamento e reconhecimento do patrimônio pela comunidade.

Nesse âmbito, para que isso ocorra é essencial o cuidado com o uso desses recursos, cuidados esses referentes à sustentabilidade, no intuito que se pratique um turismo de forma responsável atendo-se a conservação e inclusão da comunidade receptora.

Foi enfatizada, a produção artesanal elaborada pela Associação de Trançados da Ilha, como constatação de incremento ao diferencial competitivo da região, mas para que a prática do turismo cultural se consolide é preciso à tomada de uma série de medidas capazes de desenvolver esse segmento.

A participação das agências de viagem se faz de suma importância na ampliação e consolidação do segmento de turismo cultural, através de parcerias com os artesãos e na elaboração de roteiros e pacotes que propiciam a divulgação do produto turístico com base na produção dos artefatos.

Mediante a isso, destacam-se medidas que venham a sensibilizar os representantes de agências de viagem na otimização do turismo cultural, com valorização ao produto artesanal em Parnaíba; haja vista que foi observado que estas estão voltadas para a “venda” do Delta do Parnaíba, aonde o turista chega à cidade, vai direto para o hotel saindo de lá para ir ao Delta e quando chega destina-se novamente ao meio de hospedagem, tendo isso em vista ele não toma conhecimento da cultura local e menos ainda um contato com a comunidade receptora.

Esse processo é mais perceptível por meio da “Rota das Emoções”, parceria entre os estados do Piauí, Ceará e Maranhão, de forma que na maior parte das vezes não há essas paradas para contato com a comunidade receptora e seu legado no estado do Piauí, mas nos outros dois estados isso é evidenciado. Cabe aqui refletir: E porque não no Piauí?

Com todas essas verificações, pode-se lançar as seguintes reflexões: O reconhecimento do patrimônio e da cultura de Parnaíba, precisa ser vivenciada *a priori* a nível local, para que o segmento de turismo cultural venha a se desenvolver. Precisam ser lançadas campanhas de mobilização para ao menos reconhecimento do patrimônio, no intuito de junto a isso serem desenvolvidas políticas de incentivo ao mesmo.

Estima-se que este trabalho sirva de base para elaboração de outros na área, que com esse material possam ser elaborados e postos em pratica projetos que auxiliem no desenvolvimento do segmento de turismo cultural, de melhorias para a Associação e conseqüentemente para os artesãos e por fim que possam ser atendidas as condições de melhorias ao acesso e divulgação da produção artesanal com palha de carnaúba feita pela Associação de Trançados da Ilha.

7. REFERÊNCIAS

ANDRADE, J. V. Turismo Fundamentos e Dimensões. 8ª. Ed. São Paulo: Ática, 2004. 215 p.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições. 2004.

CANCLINI, N. G. Políticas culturais: De las identidades nacionales al espacio latino-americano. Disponível em: < <http://envia.xoc.uam.mx/tid/lecturas/Unidad%20II/Canclini.pdf>> acesso em : 27 de maio de 2010.

CASCUDO, L C. Dicionário do folclore Brasileiro. São Paulo: Global, 11 ed. 2002.

CRESPO, M. F. V. Estratégia de Desenvolvimento do Arranjo Produtivo Local da Carnaúba em Ilha Grande de Santa Isabel (PI) – Área de Proteção Ambiental Delta do Parnaíba. 2007. 115f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal do Piauí. Teresina-PI: 2007.

DIAS FILHO, C.S; OLIVEIRA, G.M. Grupos Criativos: Uma breve reflexão sobre o artesanato da comunidade artesã de Porto de Saúpe-BA. In: IV ENECULT-Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. De 28 a 30 de maio de 2008. Disponível em< <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14602.pdf> > acesso em 29 de maio de 2009.

DIAS, R. Turismo e Patrimônio Cultural – recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: saraiva. 2006.

GALVÃO, D. Q. Turismo: Uma Alternativa de Combate à pobreza e de Inserção Social. 2008. 61f. Monografia (Especialização em Turismo e Desenvolvimento Econômico) – Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, 2008.

ICOMOS. Conselho Internacional de Monumentos e Sítios. Carta Del Patrimônio Vernaculo construído, México, 17-24 de Outubro. 1999. Disponível em: <www.international.icomos.org> acesso em 12 de novembro de 2009.

MASCÊNE, D.C. Termo de referência : atuação do Sistema SEBRAE no artesanato. -- Brasília : SEBRAE, 2010. 64p .Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/4762969DAC2E2FBC8325770E005416FC/\\$File/NT00043F22.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/4762969DAC2E2FBC8325770E005416FC/$File/NT00043F22.pdf) > acesso em: 23 de maio de 2010.

OMT-Organização Mundial do Turismo. Código Ético Mundial para o Turismo.(1999) Disponível em:< www.world-tourism.org/> Acesso em 27 de março de 2010.

PÉREZ, X. P. Turismo Cultural. Uma visão Antropológica. Revista Pasos. 2009. Disponível em: < http://www.pasosonline.org/Paginas/e-book_2.htm>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2010.

SANT'ANA, R; RICCI, F. Desenvolvimento turístico sustentável: o artesanato local como alternativa na cidade de Santo Antônio do Pinhal, SP. In: Revista de Cultura e Turismo. Ano 03 – n. 01 – jan/2009. p. 92 - 110 Disponível em: <www.uesc.br/revistas/culturaeturismo>. Acesso em: 11 de Maio. 2010.

SEVERINO, A J. Metodologia do Trabalho Científico. 23. Ed. São Paulo, Cortez, 2007. 297 p.

SILVA, V. J. Paradoxo da sustentabilidade sociocultural do turismo em pequenas comunidades rurais: O caso de Lavras Novas- Ouro Preto-MG.SOBER 47º Congresso: Sociedade Brasileira de Economia e Administração e sociologia Rural. Porto Alegre de 26 a 30 de julho de 2009. Disponível em:<<http://www.sober.org.br/palestra/13/1063.pdf>> acesso em 15 de maio de 2010.

TOMAZZONI, E. L. Dimensão cultural do turismo: Uma proposta de análise. In: Revista Fenix-Revista de História e Estudos Culturais. Ano V. N. 3.Vol 5. 2008. Disponível em: <http://www.revistafenix.pro.br/PDF16/ARTIGO_02_EDEGAR_LUIS_TOMAZZONI_FENIX_JUL_AGO_SET_2008.pdf>. Acesso em: 03 de janeiro de 2010.