

## Políticas e Processos Produtivos do Artesanato Brasileiro como Atrativo de um Turismo Cultural

Revista Rosa dos Ventos

5(l) 44-59, jan-mar, 2013

© O(s) Autor(es) 2013

ISSN: 2178-9061

Associada ao:

Programa de Mestrado em

Turismo

Hospedada em:

<http://ucs.br/revistarosadosventos>



Silvana Pirillo Ramos<sup>1</sup>

### RESUMO

Este artigo faz uma análise das transformações no processo produtivo do artesanato tradicional e de sua inserção na categoria de produção associada ao turismo cultural como patrimônio cultural imaterial, tendo sua imagem relacionada ao consumo consciente e a responsabilidade social. O artesanato passa por intervenções que visam à adequação aos parâmetros globais de qualidade e competitividade dos produtos construídos a partir da obtenção de certificados de origem e selos de qualidade. O artesão, por sua vez, perde cada vez mais a autonomia, característica central em sua produção e elemento essencial para que a tradição se perpetue ou seja reinventada, e é reduzido a um detentor de técnicas que precisam se adequar a um modelo mercadológico específico. O artesanato é cada vez mais dependente dos processos de criação da imagem, pois, como todos os produtos da sociedade pós-industrial, passa a ser consumido como experiência e não, propriamente, como produto. O artesão precisa sobreviver e, muitas vezes, tendo sua produção como principal fonte de renda, submete-se as exigências do mercado, sem perceber que nas entrelinhas do discurso de melhoria de suas condições de vida e da própria autoestima, encontra-se a alienação e a consequente expropriação de um saber.

**Palavras-chave:** Turismo Cultural. Artesanato Tradicional. Consumo. Economia da Experiência.

### ABSTRACT

**Policies and Production Processes of the Brazilian Handicraft as Cultural Tourism Attraction** - This article analyzes the changes in the production process of traditional handicraft and its inclusion in the category of production linked to cultural tourism as intangible cultural heritage; its image being related to the conscious consumption and social responsibility. The handicraft goes through interventions aimed at adapting it to the global parameters of quality and competitiveness of products built from obtaining origin certificates and quality labels. The craftsman, in turn, increasingly loses autonomy, its central feature in production and essential element to perpetuate the tradition or to

**Keywords:** Cultural Tourism. Traditional handicraft. Consumption. Experience Economy.

<sup>1</sup> Doutor. Professor da Universidade Federal de Alagoas, Curso de Turismo. E-mail: [silvanapirillo@uol.com.br](mailto:silvanapirillo@uol.com.br)

reinvent it, and the craftsman is reduced to a holder of techniques that need to fit a specific merchandising model. The handcraft is increasingly dependent on the processes of image creation, once all products of post industrial society becomes consumed as experience and not exactly like a product. The craftsman needs to survive and often having their production as their main source of income, submits to the demands of the market, without realizing that in-between the current discourse of improving their living conditions and their own self esteem there is the alienation and consequent expropriation of knowledge.

## INTRODUÇÃO

Acerca do último estágio deste desenvolvimento cultural pode-se, na verdade dizer: Especialistas sem espírito, sensualistas sem coração. Esta nulidade imagina haver atingido um nível de civilização nunca dantes alcançado. **Max Weber**

O objeto artesanal tem como característica ser fruto do trabalho das mãos humanas. São diversas mãos que, coletivamente, atribuem forma, função e sentido a um determinado objeto, mãos de trabalhadores, dotados de saberes e habilidades diferenciadas por meio das quais o sujeito adquire a identidade de artesão. Nas palavras de Mario de Andrade (1938): “A imagem inicial e básica que orienta o que é artesanal nasce no plano do fazer, dominar conhecimentos e tecnologia tendo na ação de executar com as mãos o que é mais representativo do protótipo do ser artesão, do fazer artesanato, do caracterizar o objeto artesanal” (s.p.).

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, no uso da atribuição que lhes foram conferidas no art. 23 do Anexo I do Decreto nº 7.096, de 4 de fevereiro de 2010, define o artesão como:

[...] trabalhador que de forma individual exerce um ofício manual, transformando a matéria-prima bruta ou manufaturada em produto acabado. Tem o domínio técnico sobre materiais, ferramentas e processos de produção artesanal na sua especialidade, criando ou produzindo trabalhos que tenham dimensão cultural, utilizando técnica predominantemente manual, podendo contar com o auxílio de equipamentos, desde que não sejam automáticos ou duplicadores de peças.

A fim de que a definição adquira precisão, no parágrafo 1º do referido decreto caracteriza-se aquele que não pode ser reconhecido como artesão:

Não é artesão aquele que:

I - Trabalha de forma industrial, com o predomínio da máquina e da divisão do trabalho, do trabalho assalariado e da produção em série industrial;

II - Somente realiza um trabalho manual, sem transformação da matéria-prima e fundamentalmente sem desenho próprio, sem qualidade na produção e no acabamento;

III - Realiza somente uma parte do processo da produção, desconhecendo o restante.

A definição parece clara e objetiva, mas demanda uma análise mais aprofundada do que vem a ser ‘qualidade na produção e no acabamento’ e a realização de uma parte da produção desconhecendo o restante do processo, análise que pode criar dilemas e fazer emergir a percepção de que muitos dos sujeitos que são considerados como artesãos na sociedade atual,

há muito tempo, já deixaram de ser, diante das novas formas de organização da produção para um mercado extremamente competitivo e com demandas globais padronizadas.

Observa-se que são vários os tipos de artesanato, mas o que aqui se considera para efeitos de análise é o artesanato tradicional, definido por Lima (2007) como aquele que “remete ao conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições e incorporados à vida cotidiana, sendo parte integrante e indissociável dos seus usos e costumes” (s.p.). Lima (2007) faz referências às características específicas no processo de produção artesanal, que o associa a tradição e, assim, lhe confere um valor cultural.

A produção, geralmente de origem familiar ou comunitária, possibilita e favorece a transferência de conhecimentos de técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e valor cultural decorrem do fato de preservar a memória cultural de uma comunidade, transmitida de geração em geração (s.p.).

A representação da produção artesanal na sociedade passou por processos de mudanças cuja análise revela aspectos fundamentais para que se possa compreender a relação da pessoa com o ato de trabalhar, o produto de seu trabalho e sua própria imagem e identidade. A relação da pessoa com os objetos que constrói para viver e sobreviver, é elemento significativo para a compreensão das múltiplas formas de sociabilidade. O objeto feito à mão é um signo que expressa a sociedade humana de uma forma própria: não como ferramenta (tecnologia), não como símbolo (arte, religião), mas como uma forma de vida física e simbiótica (Paz, 2006).

Em pesquisa de campo realizada com as bordadeiras do filé<sup>2</sup> no Pontal da Barra - bairro de Maceió, Alagoas -, constituído por uma comunidade de pescadores, foram registrados vários depoimentos que revelam a simbiose do artesão com seu produto e as singularidades que permeiam o processo produtivo:

*Fazer o filé é minha vida. Desde os oito anos de idade me vejo fazendo essa renda que minha avó fazia, minha mãe fazia, meus irmãos e vizinhos faziam. O filé acompanha minha vida desde que me conheço por gente... É meu trabalho, minha diversão, é minha terapia* (Maria Rosa, bordadeira, 48 anos)

*As tardezinhos a gente senta na porta de casa para conversar, mas é estranho se for com as mãos vazias. Faz parte da conversa ficar fazendo filé, falando do ponto, da cor e também dos causos e da vida* (Lúcia, bordadeira, 29 anos)

Em um trabalho etnográfico, Lima (2007) relata um caso que ilustra, significativamente, a relação do artesão com o artesanato. Trata-se de Dona Nitinha, moradora de Rio Real, norte da Bahia, onde se produzem potes, jarras, moringas, mealheiros, feitos com barro e depois revestidos com engobo vermelho e decorado com o branco da tabatinga. Dona Nitinha fazia artesanato e vendia para o Instituto Mauá que, certa vez, deixou de comprar. Lima conta que quando chegou à casa de Dona Nitinha, ela estava completamente tomada por peças. A varanda era toda tomada, o quintal tinha montes de potes cobertos com plástico à espera do caminhão do Instituto Mauá. O fato é que mesmo com a não vinda do Instituto, Dona Nitinha continuava a produzir normalmente, como sempre fez, até não ter mais onde acumular tantas peças. Os dias em que não produziu foram dias horríveis, em que percebeu que iria adoecer.

---

<sup>2</sup>O filé é um bordado típico de Alagoas. As peças são feitas com linha de algodão e agulha de aro de bicicleta, sobre uma tela inicialmente utilizada para elaboração de redes de pesca.

Ela observou que foi entristecendo. Acordava de manhã e ficava na cama um tempo, parada, e pensando: “O que vou fazer hoje? Levantar pra quê? Pra fazer o quê?”. Ela não tinha o que fazer porque seu dia era ocupado no serviço doméstico, no preparo da comida, no cuidar da criação, mas o principal era fazer a louça e, como não tinha mais para que fazer, ela sabia que ou mudava esse quadro ou morreria...

O tipo de relação com o trabalho apresentado por Maria Rosa, Lucia e Nitinha é peculiar da produção artesanal. Trata-se de uma relação de tempo integral, em que não se separa tempo de trabalho/tempo de diversão e não se sabe, ao certo, o que é obrigação e o que é atividade básica cotidiana construtora de uma rotina, que preenche a necessidade de equilíbrio psicológico.

O artesão não se define em termos de nacionalidade ou de religião. Ele não é fiel a uma ideia, nem mesmo a uma imagem, mas a uma disciplina prática: seu trabalho. Sua oficina é um microcosmo social governado por suas próprias leis especiais. Seu dia de trabalho não é ditado rigidamente por um relógio de ponto, mas por um ritmo que tem mais a ver com o corpo e sua sensibilidade do que com as necessidades abstratas de produção. Enquanto trabalha, ele pode conversar com outras pessoas e até desatar a cantar. Seu chefe não é um executivo invisível, mas um homem de muita idade que ele tomou como mestre, quase sempre um parente, ou pelo menos um vizinho (Paz, 2006, s.p.)

As especificidades da produção artesanal de tradição são construídas ainda no berço, pelo artesão. Muitas vezes, inserir-se no grupo que realiza aquela produção, além de significar compartilhar um saber, significa adquirir uma identidade e estabelecer um sentimento de comunidade, sendo que o artesanato tem a capacidade de diferenciar o grupo e lhe conceder um status único. Todo artesanato apresenta uma relação dialética com a cultura, ou seja, é um produto e um produtor do universo dos saberes e fazeres e das próprias estratégias de sobrevivência, um elo de pertencimento, um componente do sentimento de comunidade. O artesanato tradicional tem por características agregar memórias, conhecimentos estabelecidos, compartilhados e transmitidos entre várias gerações<sup>3</sup>.

Caracterizar-se como artesanato tradicional não significa, por outro lado, não se transformar ao longo do tempo. A própria tradição é um processo inventado e reinventado constantemente, de acordo com as necessidades dos novos cenários e, principalmente, os conflitos e relações de poder que emergem em cena:

Por ‘tradição inventada’ entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente; uma continuidade em relação ao passado (Hobsbawm, 1984, p.9).

A cultura é um processo em permanente construção e os diferentes grupos se modificam, estabelecem novas relações, recebem informações, ampliam seus conhecimentos e, conseqüentemente, transformam suas produções. Neste processo é importante ressaltar que a forma e a função do objeto artesanal apresenta a tendência de se modificar, por outro lado há uma essência em sua produção constituída pela autonomia e controle do processo produtivo que se encontra ameaçada e que é motivo de permanente tensão. Interferir no processo produtivo do artesanato tradicional é interferir nos hábitos, costumes e relações cotidianas de um grupo e principalmente no processo de produção e transmissão de conhecimentos. Interferências externas como as novas demandas do mercado, as políticas

---

<sup>3</sup> A palavra tradição origina-se do latim, do verbo "tradere" (traditio, traditionis) que significa trazer, entregar, transmitir, ensinar. A Tradição é a transmissão de saberes e fazeres entre as várias gerações

públicas muitas vezes impostas sem planejamento participativo, o olhar seletivo do turista, as determinações dos profissionais de designer, detentores de um saber dominante reconhecido pelos bancos acadêmicos, podem ocasionar não apenas o fim do produto artesanal, mas a completa desestruturação de uma comunidade.

### **POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO ARTESANATO NO BRASIL**

Atualmente, no Brasil, são cerca de 8,5 milhões de artesãos, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A atividade artesanal gera mais de R\$ 30 milhões por ano, o que representa 2,8% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. A atividade econômica está em processo de crescimento acelerado em função da aproximação dos mega eventos em 2014 e 2016 e também do aumento da participação do artesanato nas exportações brasileiras. Tal cenário se configura em função de uma trajetória de políticas de desenvolvimento do setor que tiveram início ainda na década de 1970.

O Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato foi instituído por meio do Decreto nº 80.098, de 8 de agosto de 1977, sob a supervisão do Ministério do Trabalho, com a finalidade de coordenar a produção e comercialização do artesanato brasileiro e promover o trabalho do artesão. Ao ministro do Trabalho competia designar o coordenador nacional do Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato, que deveria, por sua vez, presidir uma Comissão Consultiva à qual competia estabelecer critérios para conceituar adequadamente o artesanato, de modo a preservar a sua identidade como atividade econômica peculiar, além de caracterizar profissionalmente o artesão. A referida Comissão era composta por um representante de cada um dos órgãos relacionados: Secretaria de Emprego e Salário do Ministério do Trabalho; Secretaria de Mão-de-Obra do Ministério do Trabalho; Ministério da Fazenda; Ministério da Educação e Cultura; Ministério do Interior; Ministério da Indústria e Comércio; Serviço Social da Indústria; Serviço Social do Comércio; Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) e Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA).

Em seus princípios, o Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato, apresentava como objetivo, conforme descrito no decreto de 1977: promover, estimular, desenvolver, orientar e coordenar a atividade artesanal a nível nacional; propiciar ao artesão condições de desenvolvimento e auto sustentação através da atividade artesanal; orientar a formação de mão-de-obra artesanal; estimular e/ou promover a criação e organização de sistemas de produção e comercialização do artesanato; incentivar a preservação do artesanato em suas formas da expressão da cultura popular; estudar e propor formas que definam a situação jurídica do artesão; propor a criação de mecanismos fiscais e financeiros de incentivo à produção artesanal; promover estudos e pesquisas visando à manutenção de informações atualizadas para o setor.

Em 13 de março de 1979, o decreto nº 83.290 dispõe sobre a classificação de produtos artesanais e a identificação profissional do artesão. São classificados na categoria de artesanato, para efeito jurídico, os produtos identificados com um código, em forma de número, atribuído, através do Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato (PNDA). A Comissão Consultiva do Artesanato passa a propor critérios básicos para identificação do artesanato e sua certificação, sendo que o número de cadastramento do artesão, concedido de acordo com a codificação nacional deveria ser utilizado no produto, como um certificado de autenticidade. É a primeira vez que a política de desenvolvimento do artesanato se remete a um selo de qualidade do produto, que poderá ser instituído e atribuído pelas entidades

credenciadas, de acordo com critérios a serem estabelecidos pela Comissão Consultiva do Artesanato.

Em 1991, o decreto nº 91 de 21 de março institui o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), em seus princípios dotado pelos recursos orçamentários que provinham do Ministério do Bem-Estar Social, sob a supervisão da Secretaria Nacional de Promoção Social. A partir de 1995, por meio do decreto nº 1.508, de 31 de maio, o Programa passou a ser de competência do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo. O PAB é representado em cada uma das 27 unidades da federação, por meio das Coordenações Estaduais do Artesanato, e concebe o artesanato como:

[...] um dos segmentos com maior potencialidade para contribuir de forma direta para a geração de trabalho e renda e a inclusão social, com impactos no desenvolvimento econômico e social das comunidades. Trata-se de um modo de produção com características próprias e com grande potencialidade de agregação de valor ao produto, bem como de inserção tanto no mercado interno quanto no mercado externo.

Entre seus principais objetivos encontra-se o de estimular o aproveitamento das vocações regionais, comprometidos com a preservação das culturas locais e promover a comercialização do artesanato, entre outras ações, incentivando a participação dos artesãos em feiras e eventos. Um dos eixos centrais consiste na capacitação de artesãos e na formação de multiplicadores deste processo para a estruturação adequada de núcleos de produção, tendo em vista um mercado competitivo de âmbito nacional e internacional. Ressalta-se que, desde 2008, por meio do programa, desenvolve-se o Plano Nacional de Capacitação idealizado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (Mdic), em parceria com o Centro de Desenvolvimento Tecnológico da Universidade de Brasília e as coordenações do PAB nos estados.

A organização do Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB) tem se constituído em frente de trabalho de cada uma das coordenações estaduais, a fim de reunir dados sobre o setor artesanal de todo o País, como um sistema único, o que permita um amplo mapeamento do setor, tendo como proposta facilitar a execução das políticas públicas para o artesanato. O SICAB também permite a emissão da Carteira Nacional do Artesão e da Carteira Nacional do Trabalhador Manual, com a finalidade de ser uma ferramenta facilitadora do acesso dos trabalhadores a cursos de capacitação, feiras e eventos de comercialização do PAB.

A fim de se e viabilizar o cadastro nacional integrado dos artesãos e coletar informações necessárias sobre o setor, foi feito um trabalho de normatização, realizado em conjunto com as 27 Coordenações Estaduais do Artesanato. Como parte do processo de normatização foram emitidas duas portarias, sendo elas de número 29, de 5 de outubro de 2010, que institui a base conceitual do artesanato (a finalidade, os conceitos básicos, as formas de organização e as tipologias para padronizar e estabelecer os parâmetros de atuação do PAB em todo o território nacional) e a de número 8, de 15 de março de 2012, que dispõe sobre as técnicas de produção artesanal que servirão como base para o cadastramento do Artesão e do Trabalhador Manual no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB).

O Fórum do Artesanato Brasileiro inicia-se em 7 de dezembro de 2005, com espaço de exercício do planejamento e da gestão participativa do programa político para o artesanato brasileiro, que reúne as demandas de cada uma das unidades da federação. São muitas as frentes de discussão, dentre elas as ligadas diretamente à execução do PAB, como o reconhecimento e a regulamentação da profissão, os critérios para a emissão de um

documento de reconhecimento nacional, como a carteira de artesão, e as formas de inserção no mercado internacional.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) inicia sua atuação junto ao setor por meio do Programa Sebrae de Artesanato, no final da década de 1990, sempre como parceiro dos programas políticos vigentes, atuando diretamente como agente executor nas respectivas coordenações estaduais do PAB. Para otimizar o trabalho, lança dois termos de referência centrais na condução da política, em 2004 e 2010, visando contribuir para o desenvolvimento sustentável do setor artesanal, principalmente no que se refere a metodologia de elaboração, execução e monitoramento do processo produtivo. O Programa Sebrae do Artesanato apresenta como objetivo central, conforme Termo de Referência (2004, p.14): “Fomentar o artesanato de forma integrada, enquanto setor econômico sustentável que valoriza a identidade cultural das comunidades e promove a melhoria da qualidade de vida, ampliando a geração de renda e postos de trabalho”. O Sebrae apresenta, atualmente, uma atuação direta no artesanato de cada Estado, trabalhando em todas as etapas, fornecendo a infraestrutura necessária, desde a criação do produto artesanal até sua comercialização no mercado. As frentes de trabalho têm se intensificado, principalmente em decorrência do planejamento necessário para os mega eventos que serão sediados no Brasil em 2014 e 2016.

O Programa Sebrae tem aproximado o setor do artesanato do turismo em diversas tentativas de trabalhos associados. Uma das vertentes de atuação compartilhada é a inserção do artesão e seu local de produção, enquanto roteiro turístico, fator presente já no Termo de Referência (2004, p.20):

O turismo constitui uma das principais interfaces do Programa Sebrae de Artesanato. A construção da reputação do destino turístico depende desse ‘olhar o entorno’, por isso faz-se necessário consolidar vínculos do artesanato com o turismo, transformando o artesão e seu local de produção em destino turístico a partir deste ‘olhar’, do contexto em que está inserido, e de sua história.

Ao se descrever as políticas para o artesanato é necessário observar o papel do Artesanato Solidário (ARTESOL), um projeto criado em 1998, no âmbito do Comunidade Solidária, do governo federal. O Comunidade Solidária, por sua vez, iniciou em 1995, na administração Fernando Henrique Cardoso, como um instrumento para promover a inserção da população nos parâmetros de um planejamento participativo, aproximando Estado e a Sociedade civil. O Programa de Artesanato Solidário foi concebido como um dos programas da frente de combate a pobreza, desenvolvendo-se em áreas com população com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Segundo dados do portal Rede Artesol (2012):

O Programa prioriza o saber-fazer artesanal enquanto fruto de passagem de saber entre gerações, a valorização da atividade artesanal de referência cultural brasileira, a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Intangível, e inclusão cidadã e produtiva dos artesãos ameaçada de extinção pelas mudanças ocorridas no mercado de trabalho.

A partir de 2002, o Programa do Artesanato Solidário tornou-se uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip). A Artesol apresenta hoje mais de 100 projetos desenvolvidos no Brasil e, com a parceria do Ministério da Cultura, teria cinco mil artesãos envolvidos diretamente, 25 mil pessoas beneficiadas indiretamente, 17 Estados contemplados. Foi uma das 97 organizações que receberam a acreditação da Unesco para fornecer serviços de consultoria para o Comitê Intergovernamental para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial.

Atualmente, a situação dos artesãos, mesmo com o aumento da participação do artesanato no PIB nacional, os programas de capacitação e os fomentos proporcionados pelas políticas públicas, é de insatisfação. Os artesãos se consideram desarticulados, e não encontram resultados efetivos nas políticas vigentes. Os resultados da participação dos artesãos na II Conferência Nacional de Cultura (II CNC)<sup>4</sup>, entre 11 e 14 de março de 2010, com a caracterização documental de suas demandas, são elementos reveladores do cenário político no qual o setor produtivo se insere. Sendo parte do processo da II Conferência Nacional de Cultura (II CNC), a Pré-conferência Setorial de Artesanato marcou o começo das relações do setor com o Ministério da Cultura. Os representantes do setor de artesanato elaboraram suas cinco propostas com base nos eixos elencados pela Conferência.

**Tabela 1: Pré-conferência Setorial de Artesanato – II Conferência Nacional de Cultura  
Reivindicações do Setor Artesanal (março/2010)**

Eixos	Ações Propostas
Produção Simbólica e Diversidade	Criar edital específico de fomento ao artesanato, regionalizando de forma a ampliar o acesso e assegurar maior igualdade na distribuição de recursos federais
Cultura, Cidade e Cidadania	Estimular a produção, circulação, comercialização e intercâmbio da produção artesanal, garantindo o acesso aos pontos de comercialização do artesão visitante, por meio de feiras e eventos nacionais e regionais anuais, inclusive com a criação de feiras específicas de produtos brasileiros nas 05 macrorregiões, com a efetiva participação dos trabalhadores artesãos organizados na gestão destes eventos
Cultura e Desenvolvimento Sustentável	Ampliar e desenvolver programas públicos para formação na área do artesanato, integrando os mestres artesãos e seus conhecimentos, em parceria com instituições de ensino, visando à capacitação técnica, ao estímulo à pesquisa, ao resgate de feiras específicas de produtos brasileiros nas 05 macrorregiões, com a efetiva participação do trabalhadores artesãos organizados na gestão destes eventos
Cultura e Economia Criativa	Criar um fórum interministerial com participação de representantes do Setor de Artesanato, visando traçar estratégias conjuntas voltadas para o desenvolvimento do setor artesanal e ampliar os mecanismos de financiamento público e/ou privado, objetivando a produção, divulgação e comercialização do artesanato e garantindo que, onde houver dinheiro público, o artesão participe dos eventos sem custos. Fortalecer o controle social sobre a aplicação destes recursos repassados pelos órgãos públicos por meio de conselhos compostos por membros do governo e da sociedade civil organizada do artesão
Gestão e Institucionalidade da Cultura	Promover espaços permanentes de diálogos e fóruns de debate sobre o artesanato, aberto aos artesãos e suas organizações nas casas legislativas do Congresso Nacional, Assembleias Estaduais e Distrital, Câmaras Municipais e Ministérios que atuam na área, inclusive objetivando a regulamentação da profissão do trabalhador artesão.

Fonte: FREEMAN, C.S. (2010). Adaptação própria.

<sup>4</sup> A II Conferência Nacional de Cultura (II CNC)<sup>4</sup> ocorreu entre 11 a 14 de março de 2010 para acompanhamento e avaliação do Plano Nacional de Cultura tendo como objetivos: promover o debate entre diferentes atores envolvidos com cultura; aprimorar e propor mecanismos de articulação e cooperação entre os entes federativos e a sociedade civil; recomendar metodologias de participação, diretrizes e conceitos para subsidiar a elaboração dos Planos Municipais, Estaduais, Regionais e Setoriais de Cultura

A base das reivindicações está na inclusão do setor nas formas de fomento, tanto do Ministério da Cultura como de outras instituições. Reivindica-se que o setor do artesanato deixe de ser de competência do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e passe para a competência do Ministério da Cultura.

Como se pode observar no mapeamento das demandas, o setor carece de editais, as feiras deixam a desejar e apresentam custos altos, são muitos os entraves para o repasse dos recursos do governo federal, há uma desvalorização dos mestres artesãos que não encontram espaço para, nas capacitações, repassarem seu conhecimento, comprometendo o aspecto tradicional da produção.

### **ARTESANATO, TURISMO E CONSUMO**

Com o advento da sociedade industrial, o artesanato perdeu suas referências, sobreviveu à margem da sociedade, passou por um processo de desvalorização em função do custo de produção e venda, se comparado aos de produtos feitos em série. Foi desprezado por conter um tempo peculiar em sua produção que, nem sempre, é o 'tempo do relógio', e foi, ainda, relegado pela sociedade como fruto de um trabalho informal e rudimentar, muitas vezes, tornando-se objeto de produção insustentável, tendo como base a funcionalidade e os critérios do lucro. O trabalho em série e a divisão trabalho manual/trabalho intelectual, características da sociedade industrial, de modelos fordistas de produção não podem ser aplicados ao trabalho artesanal, porque o artesanato é um produto que, embora não seja considerado como arte, possui um autor coletivo, que assina com a completude de seu saber, não apenas como representante, mas como perpetuador de uma tradição, em todas as etapas do processo produtivo.

O turista da sociedade industrial consumia o artesanato, muitas vezes, como uma forma ajuda financeira ao artesão, fazendo do ato de consumo um processo de assistencialismo, 'para auxiliar as comunidades carentes'. O artesanato tradicional não se distinguia do 'industriano', com a produção em série de lembrancinhas com dizeres que comprovavam onde o referido turista esteve. O turista, desinformado, considerava como artesanato muitos produtos da *indústria dos souvenirs* e suas malas voltavam dos destinos, repletas de lembrancinhas, sem se preocupar, necessariamente, com o significado ou o valor cultural das mesmas.

Com o advento da Sociedade Pós Industrial<sup>5</sup>, um novo turista emerge em cena, com padrões de comportamento que o aproximam de um turismo de motivações culturais, que demanda vivências e experiências diversificadas, como parte dos roteiros de viagem. O artesanato passa a representar uma simbiose do produto e seu produtor, ou seja, o novo turista é um consumidor de relações produto/produtor. O produto artesanal passa a significar um elo de aproximação com a comunidade. Este novo turista demanda o resultado final, mas também e

---

<sup>5</sup> Bertero (2012) entende que o conceito de sociedade pós-industrial adquire significado quando se comparam os seus atributos aos das sociedades industrial e pré-industrial. A sociedade pré-industrial é do tipo agrário, estruturada em moldes tradicionais, onde o poder está em regra associado à propriedade da terra. A sociedade industrial apoia-se na produção de bens industriais e o poder nela instituído pertence aos capitalistas. A sociedade pós-industrial tem por base os serviços e a fonte do poder nela existente radicada na informação. Esta sociedade pauta-se, pois, pela ascensão dos serviços, que se tornam hegemônicos e, inversamente, pelo declínio das atividades industriais.

as múltiplas narrações e interpretações que permeiam a produção. Não se trata mais de consumo de um produto em si, mas também do cenário e o do contexto de sua produção da experiência, da sensação e da vivência despertada. O objeto em si, descontextualizado, não se dota de valor. O que passa a agregar valores ao produto artesanal é a cultura local de seus produtores, a garantia da origem, a representação de um processo produtivo muitas vezes milenar.

O produto, para ser consumido no contexto do turismo de motivações culturais, precisa ter elementos que permitam ao turista entregar-se a sedução, precisa dotar-se de um status que o diferencie e apresentar o potencial de dignificar aquele que se permite, por ele, seduzir. O artesanato passa a ser um produto que agrega valor ao turismo de determinada localidade. O Ministério do Turismo considera o artesanato como um dos principais atrativos do turismo cultural, juntamente com sítios históricos – centros históricos, quilombos, edificações especiais – arquitetura, ruínas, obras de arte, espaços e instituições culturais – museus, casas de cultura, festas, festivais e celebrações locais, gastronomia típica, música, dança, teatro, cinema, feiras e mercados tradicionais. O turismo cultural é definido como “aquele que compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (MTur, 2012, s.p.). Segundo Pesquisas do IBGE 2010, em 26,2% dos municípios brasileiros há projeto de implementação de turismo cultural, sendo que em 19,8% dos casos, estes projetos se encontram em implementação e, em 6,4%, em execução.

Vigente desde 2006, a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Mundial da Unesco reconhece as técnicas artesanais (conhecimentos e práticas), ao lado de expressões orais, festividades, rituais, como Patrimônio Cultural Imaterial, considerado como os usos, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e espaços culturais que lhe são inerentes –, que as comunidades, os grupos e em alguns casos os indivíduos reconhecem como parte integrante do seu patrimônio cultural (Artesol, 2012).

Em 2012, o Sebrae, a Associação de Culturas Gerais e o Ministério do Turismo lançam o Manual para o Desenvolvimento e a Integração de Atividades Turísticas, com foco na Produção Associada ao Turismo, um documento que se propõe a desenvolver uma metodologia de incorporação de novos produtos à oferta turística, objetivando agregar valor aos destinos. Define-se Produção Associada ao Turismo como: “Qualquer produção artesanal industrial agropecuária que tenha atributos naturais e/ou culturais de uma determinada localidade ou região, capazes de agregar valor ao produto turístico. São as riquezas, os valores e os sabores brasileiros, é o design, o estilismo, a tecnologia: o moderno e o tradicional” (Sebrae, 2012, p.23). O documento vem ao encontro do momento histórico do Brasil, diante de dois mega eventos (Copa do Mundo e Olimpíadas) e do reconhecimento de que o turista não se contenta mais com um destino calcado somente em recursos naturais, mas que é necessário preparar o destino, acrescentando elementos para torná-lo atrativo aos moldes das demandas de um novo olhar e, com isso, incrementar seu potencial de competitividade.

O suposto gosto por um objeto associado à cultura, a atitude militante de apoiar o pequeno produtor, de compreender e valorizar as origens do produto e de ter a certeza de que o processo produtivo é comprometido com o meio ambiente, atribui ao turista o ingresso em um campo do consumidor consciente, ou melhor, no campo da imagem de consumidor consciente. Assim, o turista não compra apenas o artesanato de tradição, mas, principalmente, o status que lhe é atribuído a partir deste ato de consumo, ou seja, a referência de turista

consumidor de cultura. “Os consumidores são primeiro e acima de tudo acumuladores de sensações; são colecionadores de coisas apenas num sentido secundário e derivativo” (Bauman, 1999, p.91).

A sociedade industrial ou moderna era a sociedade dos produtores, a sociedade pós-industrial ou pós-moderna é a sociedade dos consumidores, ou seja uma sociedade cujo mecanismo de reconhecimento e de pertencimento se dá em função do que se consome e não, necessariamente, em função daquilo que se produz.

Vamos nos afastando da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas: atualmente configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a consumir. As transformações constantes nas tecnologias de produção, no desenho de objetos, na comunicação mais extensivos ou intensivos entre sociedades – e do que isto gera na ampliação de desejos e expectativas- e tornam instáveis as identidades fixadas em repertórios de bens exclusivos de uma comunidade étnica ou nacional (Canclini, 1999, p.39).

Para aderir ao campo de consumidor consciente, o turista deve consumir o artesanato preocupado com determinados elementos construídos e determinados pelo marketing e o designer do cenário mundial, muitas vezes definidos como padrões de qualidade. Por sua vez, os artesãos deverão construir seu produto nos moldes adequados ao consumidor padrão. O artesão, como produtor de cultura, deve adentrar-se nas transformações ocasionadas pelo desenvolvimento do turismo, com novos interesses e demandas de consumidores, que seriam bastante peculiares, carentes de sonhos e experiências diferenciadas. É um profissional que precisa sobreviver em um mercado com diversificados e complexos critérios de competitividade, reinventando permanentemente a tradição, travestida de originalidade e autenticidade características intrínsecas a constituição de uma imagem vendável.

## **TRANSFORMAÇÕES NO PROCESSO PRODUTIVO DO ARTESANATO TRADICIONAL**

Do lado popular, é necessário preocupar-se menos com o que se extingue do que com o que se transforma. **Nestor Garcia Canclini**

O valor do produto artesanal passa por transformações que estão diretamente relacionadas ao seu processo produtivo, entendido como a organização, a comercialização da produção e principalmente, a atribuição de uma imagem ou a dotação de um caráter simbólico. Ressalta-se que o artesão, como profissional inserido no mercado atual, é um vendedor de imagens, mas não detém conhecimento e nem competência para a construção desta imagem e, assim, assume uma posição de total dependência das tendências mercadológicas. A midiaticização necessária para dotar o produto de um valor foge completamente ao seu controle.

A discussão sobre o valor do produto artesanal remete a uma esfera complexa, determinada pelas diversas percepções do produto, em diferentes momentos de sua produção. Para Canclini (1989) há uma distinção entre o valor de uso para a comunidade, o valor de troca para o mercado e o valor estético para o turista, no seu sistema simbólico. “O valor não é definido por uma substância ou por propriedades intrínsecas separadas das relações sociais, porém o valor de uma peça de artesanato muda de significado no caminho do produtor ao consumidor e está influenciado por trajetórias, intermediários, consumidores, etc.” (Canclini, 1989, p.149).

O artesanato vem ao encontro de uma tendência de valorização do único, do exclusivo, do raro, ou melhor, de valorização da representação do que seria o raro. São peças que se propõem à exclusividade e à distinção. Ressalta-se que fugir da imagem da produção em série, do produto massificado da produção industrial, é uma estratégia necessária para a imagem de qualquer produto que se encontre, em dias atuais, em circulação no mercado. Dessa forma, o produto artesanal começa a ter sua imagem associada às grifes internacionais que conseguem, em um processo dialético, ter valor agregado a sua marca e, com sua marca, agregar valor ao produto. Grifes como Lacoste, Tok Stock, Benetton, Chilly Beans, Diesel, entre outras, associam-se, cada vez mais, a partir dos anos 1990, ao artesanato, colocando sua etiqueta no produto, a partir do estabelecimento de regras necessárias para que o mesmo seja merecedor de sua grife, ou seja, exigindo condições específicas. Através da comercialização desses produtos, as grifes se associam à imagem de empresas socialmente responsáveis e declaram para a mídia que se comprometem com o desenvolvimento social dos artesãos e o desenvolvimento sustentável do artesanato brasileiro, levando em conta a diversidade humana e as questões de meio ambiente. Grandes lojas passam a disponibilizar o artesanato em suas prateleiras, fenômeno que, no discurso do Sebrae, é visto como extremamente positivo e um como indicador de valorização da cultura:

Grandes redes de varejo do País, como a Casa & Construção, Pão de Açúcar e Tok Stok estão abrindo suas portas - e prateleiras - para os produtos fabricados por pequenos artesãos. Aos poucos, a tendência ganha força e contribui para a profissionalização e inclusão da categoria nas esferas formais do trabalho. Além disso, valoriza a cultura nacional, resgata tradições e oferece novas perspectivas (Sebrae, 2004, p. 17).

Os quilombolas e afrodescendentes da área do Pratigi, no sul da Bahia, vendem a linha de cestaria elaborada a partir da fibra de piaçava, colhida pelas famílias de agricultores, para a Tok Stock, o artesanato produzido em Muzambinho, no sul do Estado de Minas Gerais, começa a compor as prateleiras da Le Lis Blanc com jogos americanos, bolsas, porta-guardanapo, etc. Em 2009, as bordadeiras do filé de Marechal Deodoro, em Alagoas, produziram seis mil peças (caixas de óculos) para a Chilly Beans. Para tanto foi necessário que se adequassem ao processo de produção, ritmo de tempo, orientações dos designers e ditames da cultura do associativismo. Mulheres como Lúcia e Maria Rosa tiveram que deixar seu espaço de produção nas portas das suas casas, em meio aos relatos de 'causos da vida', para se adentrarem na Associação dos Artesãos, tendo que cumprir uma meta de produção que exigia, entre outras coisas, determinação, disciplina e silêncio. A terapia da produção do filé, relatada nos depoimentos, transformou-se em estresse...

Por outro lado, o fato de associar a produção artesanal às grifes globalmente reconhecidas, atribui ao produto a capacidade de extrapolar as fronteiras, promovendo e facilitando sua ampla e livre circulação. É notório que a ausência da capacidade de se inserir na circulação no cenário de um mundo globalizado, além do anonimato, pode significar o fim do produto. A associação do produto artesanal com os parâmetros estabelecidos como de qualidade na sociedade, confere sua presença na decoração dos hotéis e resorts, em ambientes de eventos, assim como em stands de feiras internacionais. Muitos turistas vêm em busca do bordado da caixa de óculos da Chilly Beans ou da cesta que está a venda na Tok Stok, entre outros, querendo comprar diretamente do produtor.

A referida qualidade necessária para o reconhecimento da produção artesanal é representada pela obtenção de selos e certificações. Um deles é o selo de indicação geográfica, conferido pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Segundo o INPI (2012, s.p.), "o registro de Indicação Geográfica (IG) é conferido a produtos ou serviços que são característicos do seu local de origem, o que lhes atribui reputação, valor intrínseco e identidade própria, além de

distingui-los em relação aos seus similares disponíveis no mercado”. Outro selo de reconhecido valor no mercado do artesanato é oriundo do próprio Sebrae, por meio do Premio Top 100 do Artesanato, que revela os ditames do que seria uma produção de qualidade, identificando, premiando e promovendo as 100 unidades de produção consideradas mais competitivas no país. Para o Sebrae, trata-se de um prêmio de gestão que une, de forma inédita, a necessidade de adequar a produção brasileira a uma lógica estratégica e comercial com o objetivo de criar e um mecanismo inovador de estruturação e segmentação mercadológica do artesanato.

A adaptação do artesanato tradicional ao mercado exige, segundo o Sebrae (2004), o planejamento a o desenvolvimento do design do produto que desempenhe as seguintes funções:

Substitua a matéria-prima que está ficando escassa no local; providencie instrumentos mais eficazes para o trabalho do artesão sem acarretar prejuízos ao fazer manual do artesão; modifique técnicas ou processos inadequados por aqueles que otimizem a produção; altere a forma e a funcionalidade do produto; introduza mecanismos que tornem o artesanato mais apresentável para a comercialização (embalagens, selos, etiquetas, etc.) (s.p.).

Dessa forma, demanda-se do artesão uma série de habilidades e competências que fogem a esfera de sua função aprendida no âmbito da tradição. A partir de tais interferências no processo produtivo, reconhece-se que o artesanato deixa de ser ‘artesanato tradicional’ e passa a ser ‘artesanato de referencia cultural’ definido como “aquele que valoriza a produção das técnicas artesanais e leva em seu resultado uma parcela de história do contexto de seu produtor. Resulta de uma invenção planejada de artistas e designers, unindo-se a artesãos” (Artesol, 2012, s.p.).

Diante da discussão sobre o processo produtivo, observa-se que a expressão termo Artesanato de Referência Cultural é apenas uma forma de oferecer uma resposta pronta as indagações que conduzem às visíveis transformações nos elementos culturais do produto artesanal. Trata-se de tentar minimizar a caracterização das problemáticas que envolvem o processo de transformação da cultura em produto.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O artesão continua como um trabalhador que executa um trabalho manual totalmente separado do trabalho intelectual. O planejamento, a concepção a criatividade e a inovação necessárias à produção artesanal, são considerados de competência de profissionais academicamente qualificados, detentores de um conhecimento institucionalizado, avessos a qualquer noção de senso comum. Estes profissionais são necessários à produção das imagens e representações, sem a qual o produto não apresenta condições de ser comercializado.

Não é qualquer artesão que pode inserir-se no mercado. A construção do artesanato como produto possível de ser etiquetado por grifes e selos garantidores de qualidade ou como produto de valor em um mercado de turismo cultural foge da competência do artesão, que se torna absolutamente dependente das determinações do conceito de qualidade e das normas de competitividade estabelecidas pelo mercado. São interferências muito pontuais no processo de organização da produção que geram perda da autonomia na concepção e gestão

do processo. No Termo de Referência do Artesanato (2010, p.9), o Sebrae reconhece a situação atual do artesão:

O artesão, ao produzir uma peça, está preocupado com a possibilidade de conseguir seu sustento e de sua família. Um artesão é, acima de tudo, um fabricante de artefatos e, portanto, sujeito às regras do mercado. O artesanato, enquanto produto com valor de troca, obedece às leis universais da oferta e da procura. E o mercado rejeita aquilo que não corresponde às suas expectativas de consumo.

O Sebrae visa a melhoria das condições de vida do artesão, aqui relacionada diretamente a obtenção de uma margem de lucro, resultado do aumento do consumo de seu produto e reconhecimento do mesmo pelo mercado e de uma otimização dos custos de produção. Ainda no discurso vigente, a inserção do artesanato no mercado, principalmente o mercado internacional, é utilizada como critério para um padrão de consumo, valorização da cultura e de aumento da autoestima do artesão. O artesão que não conseguir, com sua produção, corresponder as expectativas do mercado, atendendo as regras estabelecidas para uma gestão da qualidade, sofrerá o processo de exclusão. O artesanato será excluído do processo mesmo se sua produção for milenar, se for dotado de tradição, se representar a história de um grupo, de um local, ou uma forma de vida.

O turista de motivações culturais, supostamente consciente do valor de seu ato de consumo, não apresenta nem interesse e nem condições de interferir no processo de exclusão relatado. Tendo em vista, como afirma Talavera (2003), que a dicotomia real/artificial não afeta negativamente a experiência turística e que aquilo que é construído artificialmente surge perante o turista como algo mais real do que a própria realidade e que os simulacros lhe permitem experiências mais significativas que o real, talvez o turista não tenha, nem mesmo, condições de perceber que existe alguma forma de exclusão.

## REFERÊNCIAS

Andrade, M. (2012). *O artista e o artesão*. Aula inaugural dos cursos de Filosofia e História da Arte da Universidade do Distrito Federal em 1938.  
Disponível em <<http://www.eba.ufmg.br/alunos/kurtnavigator/arteartesanato/filos-03-artesao.htm>>, acesso em 20 maio 2012.

Artesol. (2010). Unesco: Salva guarda de Patrimônio Imaterial. Disponível em <<http://www.artesol.org.br/blog/salva guarda-de-patrimonio-cultural-unesco>>, acesso em 10/05/2012

Bauman, Z. (1999) *Globalização. As consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Bertero, J.F. (2009). Sobre a Sociedade Pós Industrial. In *Anais do IV Colóquio de Comunicação da Unicamp*.  
Disponível em <http://www.unicamp.br/cemarx/ANAIS%20IV%20COLOQUIO/comunica%E7%F5es/GT3/gt3m2c4.pdf>, acesso em 09/05/2012

Canclini, N.G. (1989) *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Nueva Imagen.

Canclini, N.G. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. (2ªed.) São Paulo: Edusp.

Canclini, N. G. (1998). *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Freeman, C.S *Cadeia Produtiva da Economia do Artesanato – desafios para o seu desenvolvimento sustentável*. Monografia apresentada ao Programa de Estudos Culturais e Sociais da Universidade Candido Mendes *Lato Senso* MBA em Gestão Cultural, Rio de Janeiro, 2010

HOBBSAWM, E & Ranger, T. (1984) *A invenção das Tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) - *CENSO 2010*. Disponível em [http://www.censo2010.ibge.gov.br/resultados\\_do\\_censo2010.php](http://www.censo2010.ibge.gov.br/resultados_do_censo2010.php). Acesso em 20/11/2011

Instituto Nacional de propriedade Industrial – INPI. *Guia Básico Indicação Geográfica, 2012*. Disponível em [http://www.inpi.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=68&](http://www.inpi.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=68&) , acesso em 20 maio 2012.

Keller, P. (2011). Artesanato em Debate: Paulo Keller entrevista Ricardo Gomes Lima. In *Revista de Pós Graduação em Ciências Sociais*. v. 8 n. 15 São Luis, MA.

LAGES, V. (2007). Base Conceitual. In Sebrae. *Termo de Referência para Atuação do Sistema Sebrae na Cultura e Entretenimento*, Brasília.

Lima, R. (2010). *Objetos: Percursos e Escritas Esculturas*. São José dos Campos, SP: Centro de Estudos da Cultura Popular/ Fundação Cultural Cassiano Ricardo.

Ministério da Cultura. (2010). II Conferência Nacional de Cultura e Pré-conferências setoriais. Disponível em <http://www.cfb.org.br/UserFiles/File/eventos/Oficio-Circ-001-DLLL-AnexoIII-Cadeia.pdf>, acesso em 12 de outubro de 2012.

Ministério do Desenvolvimento da Indústria e do Comércio Exterior. *Programa do Artesanato Brasileiro*. Disponível em <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=4&menu=2046> , acesso em 30/10/2012

Ministério do Turismo & Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. (2011). *Manual para o Desenvolvimento e a Integração de Atividades Turísticas com foco na Produção Associada*. Brasília.

Ministério do Turismo. (2012). *Regionalização do Turismo - Turismo Cultural*. Disponível em [http://www.turismo.gov.br/turismo/programas\\_acoes/regionalizacao\\_turismo/](http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/), acesso em 15 maio 2012.

Paz, O. (2006). O Uso e a Contemplação. In *Revista Raiz: Cultura do Brasil*, nº 3. São Paulo. Disponível em [http://revistaraz.uol.com.br/portal/index.php?option=com\\_content&task=view&id=102](http://revistaraz.uol.com.br/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=102), acesso em 10 maio 2012.

Rede Artesol. (2012). Disponível em <http://artേശol.org.br/rede/artesano-brasileiro/>, acesso em 13/10/2012.

Sampaio, H. (2005). *Olhares Itinerantes: Reflexões sobre o artesanato e o consumo das tradições*. São Paulo: Cadernos Arte Sol.

Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. (2004). *Termo de Referência do Programa Sebrae de Artesanato*. Brasília: Sebrae.

Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. (2010). *Termo de Referência: atuação do Sistema Sebrae no artesanato*. Brasília : Sebrae.

Talavera, A S. (2003). Turismo Cultural, Culturas Turísticas. In: *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 9, nº 20.

Ministério do Turismo & Instituto Marca Brasil (2010) *Tour da Experiência*. Disponível em [http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Estudo\\_de\\_Caso\\_Tour\\_Experiencia.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_de_Caso_Tour_Experiencia.pdf), acesso em 14/10/2012.

Unesco Brasil. (2003). Políticas Culturais para o Desenvolvimento: uma base de dados para cultura. Brasília: UNESCO Brasil.  
Disponível em <http://www.unicamp.br/cemarx/ANAIS%20IV%20COLOQUIO/comunica%E7%F5es/GT3/gt3m2c4.pdf> acesso em 12 abril de 2012.