



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS
CURSO DE TURISMO

Cataline Lopes Macedo

**Artesanato em Minerais e Rochas: Nova tendência para o turismo
do Rio Grande do Norte**

NATAL

2007

Cataline Lopes Macedo

**Artesanato em Minerais e Rochas: Nova tendência para o turismo
no Rio Grande do Norte**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal do Rio Grande do Norte,
como requisito parcial para a obtenção do
título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Antonio Leite
Nascimento

NATAL

2007

Cataline Lopes Macedo

**Artesanato em Minerais e Rochas: Nova tendência para o turismo
do Rio Grande do Norte**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal do Rio Grande do Norte,
como requisito parcial para a obtenção do
título de Bacharel em Turismo.

Natal/RN, ____ de _____ de 2007.

Marcos Antônio Leite do Nascimento, Doutor. – Universidade Federal do Rio Grande do
Norte e Serviço Geológico do Brasil (CPRM).
Orientador

Andréa Virgínia Sousa Dantas, Mestre. – Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
Co-orientadora

Aline Gisele de Azevedo, Bacharel – Faculdade Natalense de Ensino e Cultura - FANEC.
Banca Examinadora

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

Octavio Paz

A Deus, nosso artesão maior, cujo amor
nos lapida todos os dias;

Aos meus pais, Clesia e Helion, pedras
preciosas em minha vida, cujo apoio foi
fundamental para chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Ao meu noivo, Rodrigo, pelo apoio na conclusão desse trabalho e por estar ao meu lado sempre;

Aos meus familiares (todos estão aqui contemplados), que estiveram sempre junto a mim nesse e em outros momentos da minha vida;

Aos meus amigos, que compartilharam comigo esse período, em especial, Janaína Carla e Marina, cuja afinidade e cumplicidade foram crescendo durante esses quatro anos;

Aos Mestres, representados aqui pelos professores Marcos Antônio e Andréa Virgínia, cujo apoio no final dessa caminhada foi de fundamental importância;

Ao Antonio Liccardo e ao PROART, pelos materiais fornecidos, os quais foram fundamentais para o desenvolvimento do trabalho;

E a todos aqueles que de uma forma ou de outra colaboraram para que eu concluísse mais uma etapa na minha vida acadêmica.

RESUMO

No Rio Grande do Norte o fluxo de turistas cresce a cada ano, junto a isso a necessidade de inovar cada vez mais e diversificar os atrativos locais. Através disso têm-se destaque para o turismo cultural, universo do qual está inserido o Artesanato em Minerais e Rochas, objeto de estudo da presente pesquisa, cujo objetivo é conhecer a importância dessa tipologia de artesanato para o turismo potiguar. A pesquisa exploratória aplicada através de formulários proporciona conhecer o perfil dos artesãos e comerciantes que trabalham com o Artesanato em Minerais e Rochas. Outro ponto analisado é a percepção dos turistas com relação a esse tipo de artesanato e o perfil dos turistas que compram essas peças. Diante disso, percebeu-se que o mercado turístico do Artesanato em Minerais e Rochas, necessita de uma maior divulgação, e qualificação por parte dos artesãos e comerciantes, porém é um mercado que se bem trabalhado pode se transformar num atrativo turístico importante para o Estado, pois o mesmo é rico em matéria-prima – minerais e rochas - para a criação dos artesanatos, apesar de boa parte dos artesanatos vendidos nas lojas serem de outros estados. Em continuidade o trabalho apresenta proposta para exploração do Artesanato em Minerais e Rochas no mercado turístico do Rio Grande do Norte.

Palavras-Chaves: Turismo Cultural; Artesanato em Minerais e Rochas; Mercado turístico.

ABSTRACT

At the Rio Grande do Norte, the tourist's flow grows to each year, together with this growing the necessity of innovate each time more and diversify the local attractives. Through this it has detached to the cultural tourism, universe in which is inserted the Minerals and Rocks Artesanate, study object of this present research whose objective is to know the importance of this typology of artesanate for the Potiguar tourism. The exploratory research applied through formularies provides to know the profile of the craftsmen and traders that work with the Minerals and Rocks Artesanate. Another analyzed point is the perception of the tourists relationed to this kind of artesanate and the profile of the tourists who buy these parts. Ahead of this, it was perceived that the touristic market of the Mineral and Rocks Artesanate needs of a bigger divulgation and qualification of the craftsmen and traders, however it is a market that if well worked it can be transformed in a important touristic attractive to the state, therefore the same is rich in raw material – minerals and rocks – to the creation of the artesanates, in despite of a good part of the sold artesanates in the stores come from another states. In continuity, the report presents the proposal to Minerals and Rocks Artesanate exploration in the Rio Grande do Norte's touristic market.

Keywords: Cultural Tourism; Minerals and Rocks Artesanate; Touristic Market.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 2.1 – Diferentes exemplos de minerais.....	27
Figura 2.2 – Exemplos de gemas trabalhadas como jóias.....	28
Figura 2.3 – Diferentes exemplos de rochas ígneas.....	29
Figura 2.4 – Diferentes exemplos de rochas sedimentares.....	30
Figura 2.5 – Diferentes exemplos de rochas metamórficas.....	30
Figura 2.6 – Exemplos de adorno pessoal elaborados com minerais.....	31
Figura 2.7 – Exemplos de objetos decorativos elaborados com minerais e rochas.....	32
Figura 2.8 – Exemplo de utensílios elaborados com minerais e rochas.....	33
Figura 2.9 – Folder do Programa SEBRAE-RN de Artesanato.....	37
Figura 2.10 – Capa do livro “Artesanato Potiguar: a Trama da Tradição e da Beleza”.....	38
Figura 2.11 – Folder do Programa APL-Gemas.....	39
Figura 2.12 – Capa do Catálogo Programa Potiguar de Artesanato.....	41
Figura 5.1 – O artesão Inácio Lino de Medeiros.....	41
Figura 5.2a – Reprodução de páginas do site da Currais Novos em Minérios Ltda. Página de entrada e mostruário.....	42
Figura 5.2b – Reprodução de páginas do site da Currais Novos Arte em Minérios Ltda. Coleção de animais e exemplo de uma peça.....	43
Figura 5.2c – Reprodução de páginas do site dos Currais Novos Arte em Minérios Ltda. Decoração e exemplo de peça.....	44
Figura 5.3 (a,b) – Funcionários trabalhando na produção de artesanato.....	45
Figura 5.3 (c,d) – Matéria-prima usada no artesanato.....	45
Figura 5.3 (e) – Santuário feito com mármore ônix poroso.....	45
Figura 5.3 (f) – Utensílio (porta-caneta e cartões de visita) fabricado em mármore ônix maciço.....	45
Figura 5.4 – O artesão Dimas Ferreira em seu ambiente de trabalho.....	47
Figura 5.5 – Esculturas esculpidas em rochas do tipo granito por Dimas Ferreira.....	48
Figura 5.6 – Artesanato em Pedra Sabão produzido pelo artesão Washington Luiz.....	50
Figura 5.7 – Peças em Mosaico Mineral.....	51
Figura 5.8 – Adornos pessoais.....	54
Figura 5.9 – Sr. Figueiredo expondo seus trabalhos.....	55
Figura 5.10 – Artesanato em mármore-ônix produzido pelo Sr. Figueiredo.....	56
Figura 5.11 - Centro de Referência mineral de Currais Novos.....	56

Figura 6.7 – Diferentes tipos de artesanato em minerais e rochas encontrados nas lojas de Natal.....	62
Gráfico 1.1 – Fluxo turístico global do Rio Grande do Norte.....	16
Gráfico 1.2 – Receita turístico global do Rio Grande do Norte.....	16
Gráfico 6.1 – Respostas do entrevistado em relação ao seu conhecimento sobre minerais e rochas.....	58
Gráfico 6.2 – Predomínio dos turistas brasileiros e estrangeiros na compra de artesanato em minerais e rochas.....	59
Gráfico 6.3 – Nível de procura do artesanato pelos turistas.....	59
Gráfico 6.4 – Porcentagem do lucro total da loja com relação ao artesanato em minerais e rochas.....	60
Gráfico 6.5 – Porcentagem de lojas conveniadas com hotéis ou agências de turismo.....	61
Gráfico 6.6 – Valores de idade daqueles que responderam os questionários.....	61
Gráfico 7.1 – Forma de viagem dos turistas que visitaram Natal.....	64
Gráfico 7.2 – Principal motivação da viagem.....	64
Gráfico 7.3 – Opinião dos turistas quanto ao atendimento em lojas de Artesanato em Minerais e Rochas.....	67
Gráfico 7.4 – Renda Familiar Mensal.....	70
Quadro 2.1 – Matérias-primas e ofícios artesanais.....	25
Tabela 1.1 – Ingresso por turismo internacional.....	15
Tabela 7.1 – Como tomou conhecimento da produção de Artesanato em Minerais e Rochas no RN.....	65
Tabela 7.2 – Ao visitar a loja de Artesanato em minerais e rochas, comprou alguma peça, qual?.....	66
Tabela 7.3 – Avaliação do Artesanato em Minerais e Rochas quanto à beleza.....	67
Tabela 7.4 – Avaliação do Artesanato em Minerais e Rochas quanto à originalidade.....	68
Tabela 7.5 – Avaliação do Artesanato em Minerais e Rochas quanto à qualidade.....	68
Tabela 7.6 – Avaliação do Artesanato em Minerais e Rochas quanto ao preço – Renda familiar mensal.....	69
Tabela 7.7 – Estado de Residência – Compras de Artesanato em Minerais e Rochas pelos turistas.....	70

Tabela 7.8 – Compras de Artesanato em Minerais e Rochas feitas pólus turistas – Profissão.....	71
Tabela 7.9 – Escolaridade – Compras de Artesanato em Minerais e Rochas feitas pelos turistas.....	71

SUMÁRIO

I – INTRODUÇÃO.....	15
1.1 – Problema.....	15
1.2 – Justificativa.....	18
1.3 – Objetivos.....	19
1.3.1 – Geral.....	19
1.3.2 – Específicos.....	20
II – ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS.....	21
2.1 – Aspectos Conceituais.....	21
2.2 – Evolução Histórica.....	22
2.3 – Classificação dos Artesanatos.....	23
2.4 – Minerais e Rochas.....	25
2.4.1 – Aspectos Conceituais.....	26
2.4.1.1 – Minerais.....	26
2.4.1.2 – Rochas.....	28
2.5 – Diferentes Tipos de Uso do Artesanato em Minerais e Rochas.....	30
2.6 – Artesanato em Minerais e Rochas no Brasil.....	33
2.7 – Artesanato em Minerais e Rochas no Rio Grande do Norte.....	36
III - O TURISMO E SUA RELAÇÃO COM O ARTESANATO LOCAL.....	42
3.1 – Aspectos Conceituais.....	42
3.2 – Evolução Histórica do Turismo.....	43
3.3 – Segmentação do Mercado do Turismo.....	44
3.4 – Turismo Cultural.....	46
3.5 – Turismo e Artesanato.....	48
IV – METODOLOGIA.....	50
4.1 – Tipo de Pesquisa.....	50
4.2 – Abrangência do Estudo.....	51

4.3 – Coleta dos Dados.....	52
4.4 – Análise dos Dados.....	53
V – O PERFIL DO ARTESÃO QUE PRODUZ ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS NO RN.....	54
5.1 – Introdução.....	54
5.2 – Perfil do Artesão.....	54
5.2.1 – Inácio Lino de Medeiros.....	54
5.2.2 – Dimas Ferreira.....	60
5.2.3 – Washington Luiz Júnior.....	63
5.2.4 – Francisco Albuquerque.....	64
5.2.5 – Alberanir Persílio.....	66
5.2.6 – João Batista de Medeiros.....	67
5.2.7 – José Figueiredo.....	68
VI – O PERFIL DO COMERCIANTE QUE VENDE ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS NO RN.....	71
6.1 – Introdução.....	71
6.2 – O Comércio de Artesanato em Minerais e Rochas.....	71
6.3 – Dados Pessoais dos Lojistas Entrevistados.....	75
VII – A PERCEPÇÃO DOS TURISTAS QUE VISITAM NATAL EM RELAÇÃO AO ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS NO RN.....	78
7.1 – Introdução.....	78
7.2 – O Turista que Visita Natal e sua Percepção em Relação ao Artesanato em Minerais e Rochas.....	78
VIII - CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	88
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	91

APÊNDICE 1 – Questionário para os Artesãos.....	95
APÊNDICE 2 – Questionário para os Comerciantes.....	97
APÊNDICE 3 – Questionário para os Turistas.....	99

1 INTRODUÇÃO

1.1 Problema

O desenvolvimento da “indústria” do turismo tem movimentado em importância considerável os recursos e a geração de empregos, como mostram as estatísticas da Organização Mundial do Turismo para o ano de 2005.

“El gasto de los visitantes em alojamiento, alimentos y bebidas, transporte local, actividades de recreo, compras, etc. constituye una pilar importante de la economía de numerosos destinos al crear gran parte de los empleos y las oportunidades de desarrollo que necesitan. En lo mundo, se estima que los ingresos por turismo internacional ascendieron a 680.000 millones de dólares (547.000 millones de euros) en 2005 (OMT, 2006, não paginado)”.

Ingresos por turismo internacional	Variación			Cuota (%)	\$EEUU			Euro		
	Monedas locales, precios constantes (%)				(miles de millones)		Ingresos por llegada	(miles de millones)		Ingresos por llegada
	03/02	04/03	05*/04	2005*	2004	2005*	2005	2004	2005*	2005
Mundo	-1,7	9,3	3,3	100	633	680	840	509	547	680
Europa	-1,5	3,2	2,4	51,2	328,5	348,2	790	264,1	279,9	630
Europa del Norte	-2,2	5,8	8,4	7,9	48,9	53,8	1.020	39,3	43,3	820
Europa Occidental	-3,3	1,8	1,5	17,9	117,6	121,9	850	94,6	98,0	690
Eur. Central/Oriental	-2,6	5,5	0,3	4,7	29,0	32,3	370	23,3	26,0	300
Eu. Meridional/Medit.	0,8	2,9	1,5	20,6	133,0	140,2	890	106,9	112,7	710
Asia y Pacifico	-9,3	24,4	4,3	20,4	127,8	138,6	890	102,7	111,4	720
Asia del Nordeste	-11,1	30,4	7,7	10,4	64,0	70,8	810	51,5	56,9	650
Asia del Sudeste	-16,7	26,1	0,0	4,9	32,2	33,4	680	25,9	26,8	540
Oceania	0,6	8,3	0,5	3,6	22,9	24,5	2.330	18,4	19,7	1.880
Asia Meridional	17,9	20,6	5,7	1,4	8,7	9,8	1.220	7,0	7,9	980
Américas	-2,1	11,5	3,8	21,2	132,0	144,6	1.080	106,1	116,2	870
América del Norte	-4,7	12,9	4,2	15,7	98,2	107,1	1.190	79,0	86,1	960
El Caribe	5,8	3,9	1,9	3,0	19,2	20,4	1.080	15,4	16,4	870
América Central	13,0	13,0	8,9	0,7	4,0	4,6	700	3,2	3,7	560
América del Sur	5,0	13,6	2,3	1,8	10,6	12,5	690	8,5	10,1	550
África	24,2	6,9	8,5	3,2	19,2	21,5	590	15,4	17,3	470
África del Norte	-0,3	13,4	14,5	1,0	6,1	7,0	510	4,9	5,6	410
África Subsahariana	38,0	4,0	5,7	2,1	13,1	14,5	630	10,5	11,7	510
Oriente Medio	20,6	11,3	1,5	4,0	25,5	27,6	710	20,5	22,1	570

Buente: Organización Mundial del Turismo (OMT) © (Cifras procedentes de la OMT, 2006)

Tabela 1.1 – Ingressos por turismo internacional.
Fonte: Organização Mundial do Turismo (2006).

No Rio Grande do Norte não é diferente, o fluxo total de turistas cresceu muito nos últimos anos. Proporcionando assim um aumento na receita local como mostram os dados abaixo.

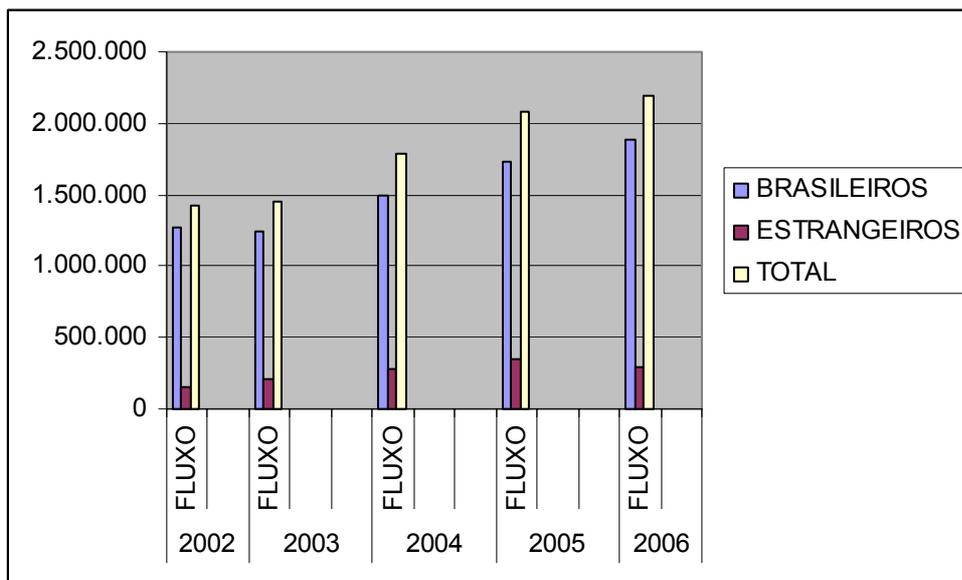


Gráfico 1.1 - Fluxo Turístico Global do Rio Grande do Norte 2002-2006.
Fonte: SETUR/RN (2006).

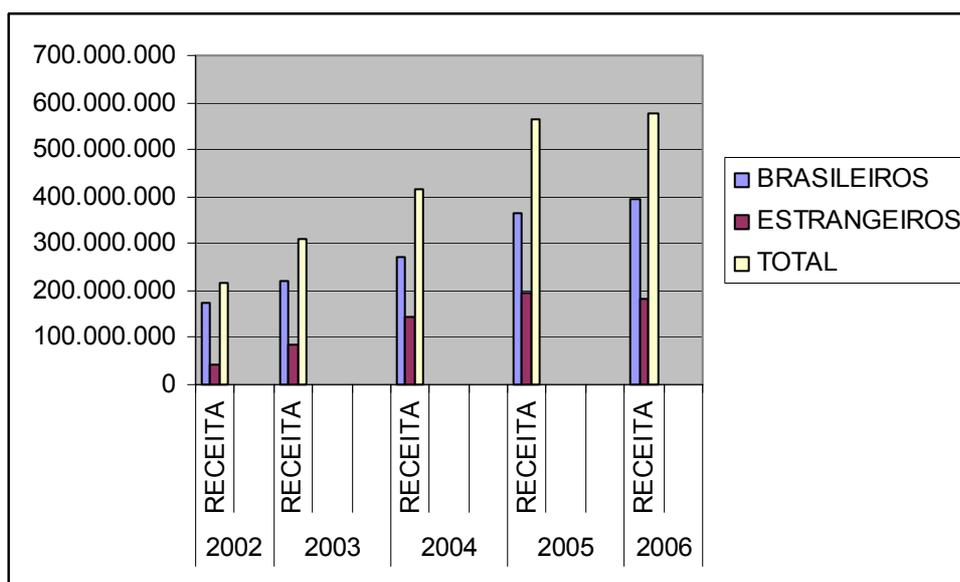


Gráfico 1.2 - Receita Turística Global do Rio Grande do Norte 2002 A 2006 (Valores Em Us\$ 1,00)
Fonte: SETUR/RN (2006)

Boa parte desse crescimento se deve a investimento feito pelo Programa de Desenvolvimento do Turismo/RN (PRODETUR/RN), que segundo a Secretaria de Turismo do Rio Grande do Norte

Investiu aproximadamente US\$ 44 milhões, no período de 1996 a 2000, em obras de infra-estrutura tais como o novo terminal de passageiros do Aeroporto Augusto Severo, implantação de acessos viários as principais praias, continuação da Rota do Sol (Cotovelo a Barreta), somando 89 Km de estradas, implantação da rede de

saneamento da Via Costeira, parte de Mãe Luiza e Ponta Negra, drenagem do bairro de Ponta Negra, pavimentação de todas as vias e urbanização da orla de Ponta Negra. (SETUR, 2006).

O aumento do turismo tem suscitado uma maior necessidade de uma gestão sustentável dos patrimônios cultural e natural dos destinos receptivos, os quais se transformam, em velocidade cada vez maior, em produtos turísticos. Junto a essa necessidade de se promover o desenvolvimento sustentável, novos segmentos surgem no mercado do turismo, dentre eles o turismo cultural.

No Rio Grande do Norte a cultura pode ser vista em diversas formas: festividades tradicionais, competições de quadrilhas, culinária típica, cordelista, contadores de viola, grupos de dança e o artesanato (CANEN, 2005), o qual, a diversificação é muito grande, destacando-se o artesanato em minerais e rochas, objeto de estudo do presente trabalho.

A exploração de minerais (incluindo as pedras preciosas e/ou semi-preciosas) e rochas, no Rio Grande do Norte, tem relação direta com a permanência dos norte-americanos em solo potiguar durante a Segunda Guerra Mundial. A necessidade de utilização de minerais nos sistemas de rádios e armas de guerra ensejou o que pode ter sido as primeiras pesquisas voltadas para exploração de minerais na região. (TRIBUNA DO NORTE/RN, 2004).

A mineração em Currais Novos, por exemplo, teve o seu apogeu fornecendo toneladas de minérios às indústrias do aço para a confecção de armas bélicas. Durante esse período, o progresso da sociedade se fez notar através da construção do Tungstênio Hotel, cinema, posto de puericultura, emissora de rádio, estádio de futebol, campo de pouso, colégios, hospital e casa do idoso. A partir da década de 1980, inicia-se o declínio da mineração em consequência da oscilação dos preços internacionais da scheelita e da utilização de outros minérios para a fabricação de artefatos industriais e tecnológicos, levando a Mina Brejuí a reduzir suas atividades de extração mineral e buscar novas alternativas econômicas (MINERAÇÃO TOMAZ SALUSTINO, 2006).

Todavia, os diferentes minerais encontrados em solo potiguar vêm sendo utilizados nos últimos anos como matéria-prima para a confecção de artesanato, o qual chama a atenção de várias pessoas, inclusive os turistas que visitam o Rio Grande do Norte.

Apesar da considerável procura pelo artesanato em minerais e rochas, a indústria de minerais no Rio Grande do Norte ainda é pouco explorada pelo turismo potiguar, pois pouca importância é dada a esse segmento.

Segundo dados do Jornal Tribuna do Norte, no ano de 2004, o Estado do Rio Grande do Norte está entre os quatro maiores do país em número de ocorrências de minerais. Porém, muitos dos minerais utilizados para o artesanato local não são obtidos na região potiguar e sim em outros Estados.

Famosas em qualquer parte do mundo, o quilate da água-marinha do Rio Grande do Norte, por exemplo, varia de U\$\$ 2 (pedra comum) até U\$\$ 250. Cerca de 80% das ocorrências de pedras preciosas registradas no Estado são de água-marinha (TRIBUNA DO NORTE/RN, 2004).

Segundo nota no site Destino do Sol (2006), há pouco tempo foi despertada essa potencialidade para a produção do artesanato com base em minerais e rochas no interior do Rio Grande do Norte, especificamente em Currais Novos, onde são encontradas águas-marinhas e outras pedras semi-preciosas, as quais chamam a atenção do turista internacional que visita nosso Estado, cuja procura está consolidando a atividade em lojas de Natal.

Também nos municípios de Lajes Pintadas e Santana do Matos encontram-se importantes jazidas de minerais e rochas, proporcionando assim matéria-prima para que os artesãos locais possam criar.

Porém não há registro de quem produz e comercializa o artesanato em minerais e rochas e nem o motivo de se trabalhar com esse tipo de matéria-prima. Não se sabe quem são os turistas que têm interesse nesse tipo de artesanato, assim como o motivo do seu interesse pelo produto.

O Rio Grande do Norte é carente em dados relacionados ao segmento de artesanato em minerais e rochas, há uma ausência de pesquisas nessa área; não há dados estatísticos, nem teóricos acerca do assunto.

Com isso, tem-se como questão problema da pesquisa: Qual a importância do segmento de artesanato em minerais e rochas como produto turístico para o turismo do Rio Grande do Norte?

1.2 Justificativa

A procura por artesanatos, produzidos em minerais e rochas, pelos turistas que visitam o Estado do Rio Grande do Norte vem a cada ano aumentando.

Essa procura se deve, principalmente, à beleza das peças, muitas vezes refletindo a criatividade dos artesãos. De fato, o artesanato tem suscitado um maior interesse nos últimos anos por parte do poder público, que tem direcionado algumas ações voltadas à área, como exposições e feiras, assim com a recente reabertura da loja do Serviço Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) junto com o Governo do Estado do Rio Grande do Norte, através do Programa Potiguar de Artesanato (PROART), voltada para o artesanato

potiguar. Concomitantemente ao lançamento da loja, foi produzido também um catálogo que contém a tipologia das peças fabricadas em solo potiguar. (PROART, 2007). Tais ações visam à valorização da cultura local e sua inserção no turismo potiguar, seja para diversificar a oferta do Estado, criando um diferencial de mercado, seja para criar maiores oportunidades de geração de emprego e renda para a população.

Apesar disso, nota-se uma carência de levantamento de dados e informações com relação a esse segmento, o que acarreta em uma perda de oportunidade para a economia do turismo, levando em consideração que um maior investimento, não só na comercialização, mas também na produção desse artesanato, pode trazer divisas para o Estado. Daí a oportunidade de pesquisa nessa área, que ainda é desconhecida por muitos.

Outro ponto importante da pesquisa na área de artesanato em minerais e rochas como nova tendência para o turismo do Rio Grande do Norte, é a contribuição bibliográfica para futuras pesquisas na área de turismo, economia, geologia, entre outras, que envolvam esse segmento.

O comércio desse produto pode ser de importância considerável para o turismo de uma localidade. Pois o turista, quando visita uma localidade, procura o que dela vem, e uma das formas de caracterizar melhor o seu povo é o artesanato.

Com essa pesquisa, pode-se conhecer melhor esse mercado, seus problemas e suas características, contribuindo, assim, para o crescimento do turismo local, auxiliando as empresas que trabalham com esse segmento, além de diversificar a oferta turística potiguar.

O que motivou a realização pessoal desse estudo foi a oportunidade profissional para a autora, levando em consideração que a mesma será pioneira no levantamento dos dados sobre o artesanato produzido em minerais e rochas no Estado do Rio Grande do Norte, com ênfase no turismo. Além do seu interesse em divulgar a cultura local, em especial o artesanato.

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Analisar a importância do segmento de artesanato em minerais e rochas como produto turístico para o turismo do Rio Grande do Norte.

1.3.2 Específicos

- a) Realizar um inventário dos artesãos e comerciantes que trabalham com artesanato em minerais e rochas no Rio Grande do Norte;
- b) Verificar, segundo a percepção dos artesãos e comerciantes, do nível de procura pelo artesanato em minerais e rochas por parte dos turistas que visitam o Estado;
- c) Conhecer a percepção dos turistas que visitam Natal sobre esse tipo de artesanato, bem como o perfil daqueles que compram peças de Artesanato em Minerais e Rochas; e
- d) Propor estratégias para uma maior exploração desse produto turístico potiguar.

2

ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS

2.1 Aspectos Conceituais

O artesanato é uma forma de expressão cultural de uma região ou comunidade. Por várias partes do Brasil, é possível encontrar diversas formas de artesanato feito com matérias-primas regionais, o qual é criado de acordo com o modo de vida da localidade.

Segundo o Conselho Mundial de Artesanato (*apud* SEBRAE, 2004, p.21), define-se artesanato como sendo “toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade”.

Já o Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato (1977 *apud* CARVALHO, 2001, p. 16) estabelece que artesanato é:

A atividade predominantemente manual de produção de um bem que requeira criatividade e/ou habilidade pessoal, podendo ser utilizadas ferramentas e máquinas; O resultado da montagem individual de componentes, mesmo anteriormente trabalhados e que resulta em novos produtos.

Desenvolver produtos artesanais é utilizar elementos que caracterizam a origem do produto assim como as características do próprio artesão, que de acordo com Martins (1973) é a pessoa que faz a mão objetos de uso freqüente na comunidade. Seu aparecimento foi resultado da pressão da necessidade sobre a inteligência aliada ao poder de inovar, possibilitando também ligar o passado ao presente, mediante a linguagem.

O SEBRAE/AM (2001) estabelece que o trabalho artesanal é uma atividade manual por excelência, na qual fatores como saber, arte, criatividade e habilidade falam mais alto do que a matéria-prima em si, e onde os insumos de produção são secundários e o ser humano é prioridade.

Várias definições caracterizam o artesanato, como cita Sevetto et al (1998 *apud* Carvalho, 2001, p.14): “Trabalho predominantemente manual; utilização de recursos naturais locais; conhecimentos transmitidos pelas gerações passadas; caráter utilitário e funcional da

obra; bagagem cultural plasmada na criação individual; e expressão de uma cultura e fator de identidade”. Martins (1973, não paginado) também cita algumas características do artesanato:

Como sistema de trabalho que engloba os diversos processos de artesão, o artesanato assinala um avanço cultural e só apareceu como consequência da divisão de campo ocupacional no período histórico em que a precisão de meios de subsistência e os hábitos de vida em sociedade passaram a exigir maior produção de bens; Sendo o artesanato uma manifestação de vida comunitária, o trabalho se orienta no sentido de produzir objetos de uso mais comum no lugar, seja em função utilitária, lúdica, decorativa ou religiosa; O artesanato é um sistema de trabalho do povo, se bem que pode ser encontrado em todas as camadas sociais e níveis culturais. Podendo ser denominado artesanato indígena ou primitivo, folclórico ou semi-erudito, requintado; O artesanato é prático, sendo informal sua aprendizagem. O que o artesão faz, cria-o ele próprio ou aprende na tenda artesanal da família ou do vizinho, observando como este fazia, pela vivência e pela imitação, vendo-o trabalhar. Não se recebe aulas teóricas, aprende-se a fazer; pratica-se porque quer, age-se voluntariamente. [...]

Com a globalização, vários produtos perderam suas características, e com isso houve um cansaço dos consumidores em adquiri-los, o que acarretou no crescimento da demanda por produtos com algo a mais, vendidos a preço baixo e com qualidade. Na busca por essas mudanças, os consumidores procuram por produtos artesanais.

O artesanato é a contrapartida à massificação e uniformização de produtos globalizados, pois promove o resgate cultural e a identidade regional. Os consumidores têm buscado peças diferenciadas e originais em todos os segmentos. Em produtos utilitários e decorativos, as técnicas artesanais atuam para agregar valor. É a cara brasileira manifestando-se com criatividade e inovação. (SEBRAE, 2004, p.14).

2.2 Evolução Histórica

A atividade artesanal é muito antiga, existe há milhões de anos, quando o homem já fazia uso do fogo e fabricava instrumentos de pedras. Segundo Liccardo (1991, p.33) “o homem há muito tempo tem procurado sofisticar os objetos de uso corriqueiro, sendo a partir da Idade Média o período em que, incentivados pelas classes nobres e pela igreja, muitos artesãos começaram a ornamentar taças, cálices, talheres”.

Da produção doméstica voltada para o autoconsumo, iniciou-se a expansão da produção e a divisão do trabalho. O aprimoramento profissional deu origem ao artesão propriamente dito, que, ao aprimorar-se se transformou em mestre. Esse mestre estabelecia-se com uma oficina definindo, assim, seu ofício; na oficina repassava seu saber a um aprendiz. (PEREIRA, 1979 apud CARVALHO, 2001).

No Brasil, a atividade de artesanato principia nos anos de sua colonização por Portugal, mas só chegando a se desenvolver de forma efetiva a partir da década de 1930, conforme assevera Martins (1973, não paginado):

No Brasil em seus primeiros anos de colonização foram instaladas oficinas artesanais que se espalharam por todas as comunidades urbanas e rurais, onde os artesãos tiveram ensejo de desenvolver suas habilidades. Mas através da Carta Régia de 30 de julho de 1766, D. José I manda destruir as oficinas de ourives e declara fora da lei a profissão. [...] Esta situação só se reverteu com a Carta Régia do príncipe D. João de 1º de abril de 1808, que anulava alvarás proibidos e autorizava a atividade industrial caseira fosse ela qual fosse. Com a chega da República, o Presidente Getúlio Vargas através da constituição ampara a profissão, onde diz que o trabalho manual tem direito à proteção e solitudes especiais do Estado.

A partir daí, foram criadas Cooperações de Ofícios, que segundo Pereira (1979 *apud* CARVALHO, 2001, p.18) “têm como objetivos o auxílio mútuo e o aperfeiçoamento técnico”. Com isso, cresce o mercado nacional e surgem intermediários, que passaram a ser negociantes e consumidores.

Posteriormente, com a necessidade de aumentar e melhorar a produtividade, o empresário passou a reunir no mesmo local de trabalho os artífices de igual ofício, implantando a primeira forma organizada de concentração da mão-de-obra (PEREIRA, 1979 *apud* CARVALHO, 2001).

Hoje o artesanato se mistura com criações industriais e influências da globalização, porém sua característica manual é sempre o diferencial. O design brasileiro passou a ser respeitado e reconhecido em outros mercados, o fator preço passou a ser secundário, tendo os importadores como principal prioridade adquirir produtos que satisfaçam a busca constante do mercado por novos produtos. (HORTMANN, 2000).

2.3 Classificação dos Artesanatos

Os artesanatos são classificados de acordo com a sua finalidade. Pereira (1979 *apud* CARVALHO, 2001) classifica o artesanato da seguinte maneira:

- Artesanato Utilitário – compreende os bens de utilização direta para a vida, face aos condicionamentos do meio.
- Artesanato Artístico – compreende os bens de utilização acessória, decorativa ou ornamental.

- Artesanato Misto – compreende os bens resultantes da combinação do artesanato utilitário com o artístico, onde as manifestações das atividades aparecem confundidas no produto, no uso ou na ativação.
- Artesanato da Manutenção – compreende as ocupações auxiliares da produção e os serviços de atendimento direto ao consumidor, cujo produto é o resultado obtido com a atividade.

Percebe-se então a diversidade de artesanato existente, os quais podem ser utilizados de diversas formas e para diversas finalidades, levando-nos a compreender a sua importância para a economia de um local.

Para o SEBRAE (2004, p.22) as categorias artesanais são definidas de acordo com sua origem, uso e destino. Dentre essas várias categorias estão:

- Artesanato indígena: São os objetos produzidos no seio de uma comunidade indígena, por seus próprios membros. São em sua maioria, resultante de uma produção coletiva, incorporada ao cotidiano da vida tribal, que prescinde da figura do artista ou do autor;
- Artesanato tradicional: Conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições, porém incorporados à sua vida cotidiana. Sua produção é, em geral, de origem familiar ou de pequenos grupos vizinhos, o que possibilita e favorece a transferência de conhecimento sobre técnicas, processos e desenhos originais;
- Artesanato de referência cultural: São produtos cuja característica é a incorporação de elementos culturais tradicionais da região onde são produzidos. São, em geral, resultantes de uma intervenção planejada de artistas e designers, em parceria com artesãos, com o objetivo de diversificar os produtos, porém preservando seus traços culturais mais representativos;
- Artesanato conceitual: Objetos produzidos por pessoas com alguma formação artística, de nível educacional e cultural mais elevado, geralmente de origem urbana, resultante de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou afinidade cultural.

Dentro dessas diferentes categorias de artesanato, podem ser encontradas tipologias que variam de acordo com a matéria prima utilizada. “As matérias-primas podem ser de origem mineral, vegetal ou animal podendo ser utilizadas em seu estado natural, depois de processadas artesanalmente ou serem decorrentes de processos de reciclagem/reaproveitamento.” (SEBRAE, 2004, p.24). O Quadro 2.1 abaixo fornece uma visão geral sobre as tipologias segundo a matéria-prima utilizada:

MATÉRIA-PRIMA	MINERAL	VEGETAL	ANIMAL	MINERAL + VEGETAL + ANIMAL																												
NATURAL	<table border="1"> <tr> <td>ARGILA</td> <td>CERÂMICA PORCELANA MOSAICOS</td> </tr> <tr> <td>PEDRA</td> <td>SANTERIA JOALHERIA MOVELARIA CANTARIA</td> </tr> </table>	ARGILA	CERÂMICA PORCELANA MOSAICOS	PEDRA	SANTERIA JOALHERIA MOVELARIA CANTARIA	<table border="1"> <tr> <td>FIBRAS</td> <td>TAPEÇARIA CESTARIA MOVELARIA</td> </tr> <tr> <td>MADEIRA</td> <td>MARCHETARIA LUTHERIA CARPINTARIA NAVAL MARCENARIA SANTERIA/ ESCULTURA</td> </tr> <tr> <td>CASCAS E SEMENTES</td> <td>PRÁTICAS DIVERSAS</td> </tr> </table>	FIBRAS	TAPEÇARIA CESTARIA MOVELARIA	MADEIRA	MARCHETARIA LUTHERIA CARPINTARIA NAVAL MARCENARIA SANTERIA/ ESCULTURA	CASCAS E SEMENTES	PRÁTICAS DIVERSAS	<table border="1"> <tr> <td>COURO</td> <td>SAPTARIA/ CALÇADOS SELARIA MALAS</td> </tr> <tr> <td>CHIFRE E OSSO</td> <td>PRÁTICAS DIVERSAS</td> </tr> <tr> <td>CONCHAS E CORAIS</td> <td>ENTALHES E ESCULTURAS</td> </tr> <tr> <td>LÃ</td> <td>TECELAGEM</td> </tr> <tr> <td>PENAS E PLUMAS</td> <td>PRÁTICAS DIVERSAS</td> </tr> </table>	COURO	SAPTARIA/ CALÇADOS SELARIA MALAS	CHIFRE E OSSO	PRÁTICAS DIVERSAS	CONCHAS E CORAIS	ENTALHES E ESCULTURAS	LÃ	TECELAGEM	PENAS E PLUMAS	PRÁTICAS DIVERSAS									
	ARGILA	CERÂMICA PORCELANA MOSAICOS																														
PEDRA	SANTERIA JOALHERIA MOVELARIA CANTARIA																															
FIBRAS	TAPEÇARIA CESTARIA MOVELARIA																															
MADEIRA	MARCHETARIA LUTHERIA CARPINTARIA NAVAL MARCENARIA SANTERIA/ ESCULTURA																															
CASCAS E SEMENTES	PRÁTICAS DIVERSAS																															
COURO	SAPTARIA/ CALÇADOS SELARIA MALAS																															
CHIFRE E OSSO	PRÁTICAS DIVERSAS																															
CONCHAS E CORAIS	ENTALHES E ESCULTURAS																															
LÃ	TECELAGEM																															
PENAS E PLUMAS	PRÁTICAS DIVERSAS																															
PROCESSADA	<table border="1"> <tr> <td>METAIS</td> <td>FERRARIA/ FERRAMENTAS UTENSÍLIOS JOALHERIA SERRALHERIA</td> </tr> <tr> <td>VIDRO</td> <td>VITRAIS MOSAICOS EMBALAGENS</td> </tr> <tr> <td>GESSO</td> <td>MODELAGEM</td> </tr> <tr> <td>PARAFINA</td> <td>MODELAGEM</td> </tr> </table>	METAIS	FERRARIA/ FERRAMENTAS UTENSÍLIOS JOALHERIA SERRALHERIA	VIDRO	VITRAIS MOSAICOS EMBALAGENS	GESSO	MODELAGEM	PARAFINA	MODELAGEM	<table border="1"> <tr> <td>FIO</td> <td>TECELAGEM RENDAS BORDADOS</td> </tr> <tr> <td>TECIDO</td> <td>COSTURA BORDADOS</td> </tr> <tr> <td>BORRACHA</td> <td>PRÁTICAS DIVERSAS</td> </tr> </table>	FIO	TECELAGEM RENDAS BORDADOS	TECIDO	COSTURA BORDADOS	BORRACHA	PRÁTICAS DIVERSAS	<table border="1"> <tr> <td>COURO</td> <td>CALÇADOS SELARIA MALAS</td> </tr> <tr> <td>FIO DE SEDA</td> <td>TECELAGEM BORDADO</td> </tr> <tr> <td>LÃ</td> <td>TECELAGEM</td> </tr> </table>	COURO	CALÇADOS SELARIA MALAS	FIO DE SEDA	TECELAGEM BORDADO	LÃ	TECELAGEM	<table border="1"> <tr> <td>CERA</td> <td>MODELAGEM</td> </tr> <tr> <td>COURO SINTÉTICO</td> <td>CALÇADOS CONFEÇÃO DE BOLSAS E ACESSÓRIOS</td> </tr> <tr> <td>MASSA</td> <td>MODELAGEM</td> </tr> <tr> <td>PARAFINA</td> <td>MODELAGEM</td> </tr> </table>	CERA	MODELAGEM	COURO SINTÉTICO	CALÇADOS CONFEÇÃO DE BOLSAS E ACESSÓRIOS	MASSA	MODELAGEM	PARAFINA	MODELAGEM
	METAIS	FERRARIA/ FERRAMENTAS UTENSÍLIOS JOALHERIA SERRALHERIA																														
	VIDRO	VITRAIS MOSAICOS EMBALAGENS																														
	GESSO	MODELAGEM																														
PARAFINA	MODELAGEM																															
FIO	TECELAGEM RENDAS BORDADOS																															
TECIDO	COSTURA BORDADOS																															
BORRACHA	PRÁTICAS DIVERSAS																															
COURO	CALÇADOS SELARIA MALAS																															
FIO DE SEDA	TECELAGEM BORDADO																															
LÃ	TECELAGEM																															
CERA	MODELAGEM																															
COURO SINTÉTICO	CALÇADOS CONFEÇÃO DE BOLSAS E ACESSÓRIOS																															
MASSA	MODELAGEM																															
PARAFINA	MODELAGEM																															
RECICLÁVEL/ REAPROVEITÁVEL	<table border="1"> <tr> <td>METAIS</td> <td>FERRAMENTAS UTENSÍLIOS JOALHERIA SERRALHERIA</td> </tr> <tr> <td>VIDRO</td> <td>VITRAIS MOSAICOS EMBALAGENS</td> </tr> <tr> <td>PLÁSTICO</td> <td>PRÁTICAS DIVERSAS</td> </tr> </table>	METAIS	FERRAMENTAS UTENSÍLIOS JOALHERIA SERRALHERIA	VIDRO	VITRAIS MOSAICOS EMBALAGENS	PLÁSTICO	PRÁTICAS DIVERSAS	<table border="1"> <tr> <td>MADEIRA</td> <td>MARCHETARIA MARCENARIA ESCULTURAS</td> </tr> <tr> <td>PAPEL</td> <td>PRÁTICAS DIVERSAS</td> </tr> <tr> <td>TECIDO</td> <td>COSTURA BORDADOS FLUXCO</td> </tr> </table>	MADEIRA	MARCHETARIA MARCENARIA ESCULTURAS	PAPEL	PRÁTICAS DIVERSAS	TECIDO	COSTURA BORDADOS FLUXCO	<table border="1"> <tr> <td>COURO</td> <td>PRÁTICAS DIVERSAS</td> </tr> <tr> <td>LÃ</td> <td>TECELAGEM TAPEÇARIA BORDADOS</td> </tr> </table>	COURO	PRÁTICAS DIVERSAS	LÃ	TECELAGEM TAPEÇARIA BORDADOS	<table border="1"> <tr> <td>COURO SINTÉTICO</td> <td>CALÇADOS COSTURA/ CONFEÇÃO DE BOLSAS E ACESSÓRIOS</td> </tr> </table>	COURO SINTÉTICO	CALÇADOS COSTURA/ CONFEÇÃO DE BOLSAS E ACESSÓRIOS										
	METAIS	FERRAMENTAS UTENSÍLIOS JOALHERIA SERRALHERIA																														
	VIDRO	VITRAIS MOSAICOS EMBALAGENS																														
PLÁSTICO	PRÁTICAS DIVERSAS																															
MADEIRA	MARCHETARIA MARCENARIA ESCULTURAS																															
PAPEL	PRÁTICAS DIVERSAS																															
TECIDO	COSTURA BORDADOS FLUXCO																															
COURO	PRÁTICAS DIVERSAS																															
LÃ	TECELAGEM TAPEÇARIA BORDADOS																															
COURO SINTÉTICO	CALÇADOS COSTURA/ CONFEÇÃO DE BOLSAS E ACESSÓRIOS																															

Quadro 2.1 – Matérias-primas e ofícios artesanais. Fonte: Programa SEBRAE de Artesanato (2004).

2.4 Minerais e Rochas

Para muitas pessoas, a pedra parece não ter importância, porém elas podem ter diferentes utilidades para o ser humano.

Liccardo e Liccardo (2006, p.5) dizem que “pedra é uma palavra que usamos para falar de minerais, rochas ou gemas”. A pedra foi o primeiro material utilizado pelo homem como ferramenta, armas e objetos decorativos.

Os minerais e as rochas são muito antigos. Segundo Liccardo e Liccardo (2006, p.9) “os cientistas acham que a terra e as primeiras rochas se formaram há mais de quatro bilhões de anos [...]. Todo o nosso planeta é feito de rochas e minerais, e existem vários processos para sua formação”.

O fator que contribui para essa formação é a geodiversidade, que de acordo com Brilha (2005), consiste na variedade de ambientes geológicos, fenômenos e processos ativos que dão origem a paisagens, rochas, minerais, fósseis, solos e outros depósitos superficiais que são o suporte para a vida na terra.

2.4.1 Aspectos conceituais

2.4.1.1 Minerais

Para Liccardo e Liccardo (2006, p.10) “um mineral normalmente é encontrado na natureza em estado sólido e tem origem inorgânica, ou seja, não vem de um ser vivo. Um mineral é formado por vários elementos químicos. Tem uma estrutura bem organizada [...] suas partículas têm de estar bem arrumadas”. Brilha acrescenta que (2005, p.22) “os minerais são substâncias naturais que se encontram no estado sólido e que possuem uma composição química inorgânica definida, entre limites estabelecidos, organizada numa estrutura cristalina”.

Encontram-se no meio ambiente, minerais com cores e brilhos diferentes. Segundo Brilha (2005) uma vez que os minerais não têm todos a mesma composição química nem o mesmo tipo de estrutura cristalina, eles apresentam propriedades físicas distintas como dureza, cor, brilho, hábito, entre outros (Figura 2.1).

Para se conhecer melhor os minerais, é necessário descrevê-lo de acordo com o que se vê. “A primeira coisa que se observa em um mineral é sua cor. Depois o brilho, a dureza, o peso [...]” (LICCARDO; LICCARDO, 2006, p.25).

Porém, nem sempre o mineral tem uma cor só, variam muito, por isso Liccardo e Liccardo (2006, p.27) citam alguns minerais que têm sempre a mesma cor e os que variam de cor. Podem ser classificados entre os primeiros a malaquita (verde), a azulita (azul), a pirita (amarelo dourado) e a hematita (cinza). Entre os segundos, cabe destacar o topázio (azul, incolor, amarelo e vermelho), o berilo (verde, azul, amarelo e incolor), o quartzo (incolor, rosa, violeta) e o diamante (incolor, verde, azul, e rosa).



Cristais de ouro - Au



Cristais de cobre - Cu



Cristal de prata - Ag



Cristais de quartzo - SiO₂



Cristal de biotita - $K_2(Mg, Fe^{2+}, Fe^{3+}, Al, Ti)_{0-2}Si_{6-5}Al_{2-3}O_{20}(OH,F)_4$



Cristal prismático de Berilo - $Be_3Al_2Si_6O_{18}$



Cristal de calcita - CaCO₃



Cristal de gipsita - $CaSO_4 \cdot 2H_2O$



Cristal de Halita - NaCl

Figura 2.1 – Diferentes exemplos de minerais (e sua composição química) encontrados na natureza. Notar as variações de cor, brilho e forma existentes entre eles.

Fonte: Museu de Minerais e Rochas “Heinz Ebert” do Instituto de Geociências e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista (Unesp – Rio Claro) – em <http://www.rc.unesp.br/museudpm/entrar.html>

Não se pode deixar de mencionar um mineral que é tido como especial: as gemas, pedras usadas em jóias (Figura 2.2). Liccardo e Liccardo (2006. p.19) dizem que “as gemas

são minerais especiais, de preferência transparentes, trabalhados para ficarem mais brilhantes e mais bonitos e serem montados em jóias de ouro e prata”.

As gemas são tidas como valiosas porque são bonitas e raras. Assim como as gemas, qualquer mineral se torna bonito aos olhos de quem os procuram, e é utilizando o trabalho manual em minerais e rochas, que surgiu o artesanato mineral.



a) b)
 Figura 2.2 – Exemplos de gemas trabalhadas como jóias. a) Água-marinha (lapidação fantasia), e b) brincos de ametista.

Fonte: Fotos obtidas em <http://www.pietranobile.com.br/loja/index.html> (importante site sobre gemas e jóias).

2.4.1.2 Rochas

A rocha é um conjunto de um ou mais minerais (LICCARDO; LICCARDO, 2006). Normalmente as rochas são feitas de mais de um mineral. Para Brilha (2005, p. 23):

Quando os minerais se associam, naturalmente, uns aos outros, dão origem a rochas. Enquanto que umas podem apresentar minerais com dimensões que permitem a sua observação a olho nu, outras comportam minerais tão pequenos que só com o auxílio de lupas ou microscópio os podemos identificar.

As rochas estão sempre expostas à atuação de agentes do meio em que está inserida por isso:

a geodiversidade não se baseia apenas na existência de minerais e rochas distintas. Depois de formados, as rochas podem sofrer dobramentos e fraturas [...]. Essas fraturas constituem locais privilegiados para a atuação dos agentes atmosféricos, alterando as rochas e formando diferentes tipos de paisagens geológicas. (BRILHA, 2005, p.24).

Durante todo esse tempo os minerais e as rochas se originaram e foram dando origem a outras rochas, e assim sucessivamente. Isso ocorre por causa das diversidades de minerais existentes (Figura 2.1).

As rochas são divididas em três tipos:

- As rochas ígneas são também conhecidas como rochas magmáticas (Figura 2.3). Elas são formadas pela solidificação (cristalização) do magma, que é um líquido com alta temperatura, em torno de 700 a 1200°C, proveniente do interior da Terra. Magmas cristalizados a grandes profundidades no interior da crosta dão origem as rochas ígneas plutônicas (por exemplo, granito), enquanto que a cristalização do magma na superfície da crosta dá origem as rochas vulcânicas (por exemplo, basalto).



a) granito

b) diorito

c) basalto

Figura 2.3 – Diferentes exemplos de rochas ígneas (ou magmáticas). a) granito, b) diorito (ambas rochas plutônicas) e c) basalto (rocha vulcânica). As fotos foram obtidas em http://domingos.home.sapo.pt/rochas_2.html.

- As rochas sedimentares são o produto de uma cadeia de processos que ocorrem na superfície do planeta e se iniciam pelo intemperismo das rochas expostas à atmosfera. As rochas intemperizadas perdem sua coesão e passam a ser erodidas e transportadas por diferentes agentes (água, gelo, vento, gravidade), até sua sedimentação em depressões da crosta terrestre, denominadas bacias sedimentares. A transformação dos sedimentos inconsolidados (por exemplo, areia) em rochas sedimentares (por exemplo, arenito) (Figura 2.4) é denominada diagênese, sendo causada por compactação e cristalização de materiais que cimentam os grãos dos sedimentos.

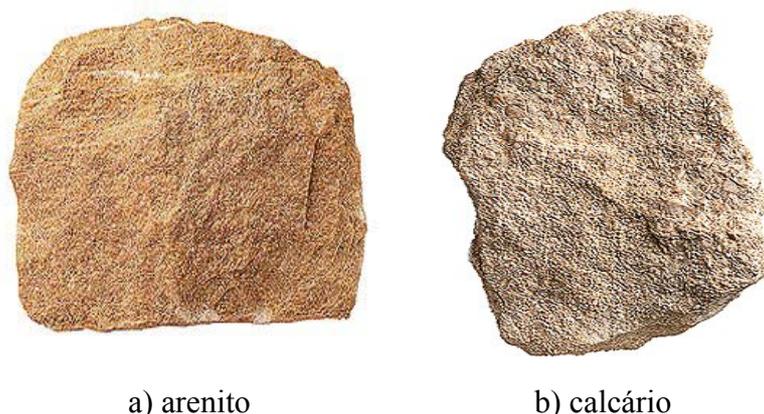


Figura 2.4 – Diferentes exemplos de rochas sedimentares. a) arenito e b) calcário. Fotos obtidas em http://domingos.home.sapo.pt/rochas_6.html

- As rochas metamórficas são o produto da transformação de qualquer tipo de rocha, quando esta é levada a um ambiente onde as condições físicas (pressão, temperatura) são muito distintas daquelas onde ela se formou (Figura 2.5). Nestes ambientes, os minerais podem se tornar instáveis e reagir formando outros minerais, estáveis nas condições vigentes.



Figura 2.5 – Diferentes exemplos de rochas metamórficas. a) gnaisse, b) xisto e c) mármore. Fonte: Fotos obtidas em http://domingos.home.sapo.pt/rochas_3.html.

2.5 Diferentes Tipos de Uso do Artesanato em Minerais e Rochas

No Brasil, vê-se, portanto, que os artesanatos obtidos em minerais e rochas são utilizados para vários fins. Com base em Liccardo (1991, p. 16-33), essa utilização é dividida em três áreas específicas: Objetos usados para adornos pessoais, decoração de ambientes e objetos de utilização cotidiana.

- Adorno Pessoal: É exatamente quando se trata de ornamentação pessoal que se torna difícil uma separação entre o artesanato e a joalheria. Como adorno pessoal, vários produtos são comercializados em diversos tipos de matéria-prima (Figura 2.6). Entre os mais usuais estão os colares, brincos, pulseiras, broches e pingentes [...]. Outros artigos ainda são os chaveiros, relógios revestidos, anéis somente em pedras [...].



a)



b)



c)



d)

Figura 2.6 – Exemplos de adorno pessoal elaborados com minerais. a) e b) Colares com diferentes tipos de minerais, c) Brincos feitos de opala, d) Pingente feito de quartzo.

Fontes: Fotos obtidas em <http://www.pietranobile.com.br/loja/index.html>.

- Decoração/Arte: Muitos são os objetos encontrados normalmente no mercado, utilizados para decoração. Alguns exemplos são, além dos pássaros em quartzo, ametista ou serpentinito (Figura 2.7), também as bolas de cristal, pirâmides, árvores de pedras rolada (cascalho), pequenos animais em pedra, estatuetas de marfim, [...], frutas e obeliscos em ágata [...].

Também de grande interesse entre decoradores e apreciadores de arte são os quadros e figuras em mosaico. Gravuras bem selecionadas e a técnica aplicada com habilidade proporcionam produtos de bom gosto e altos preços, apreciados em todo mundo.

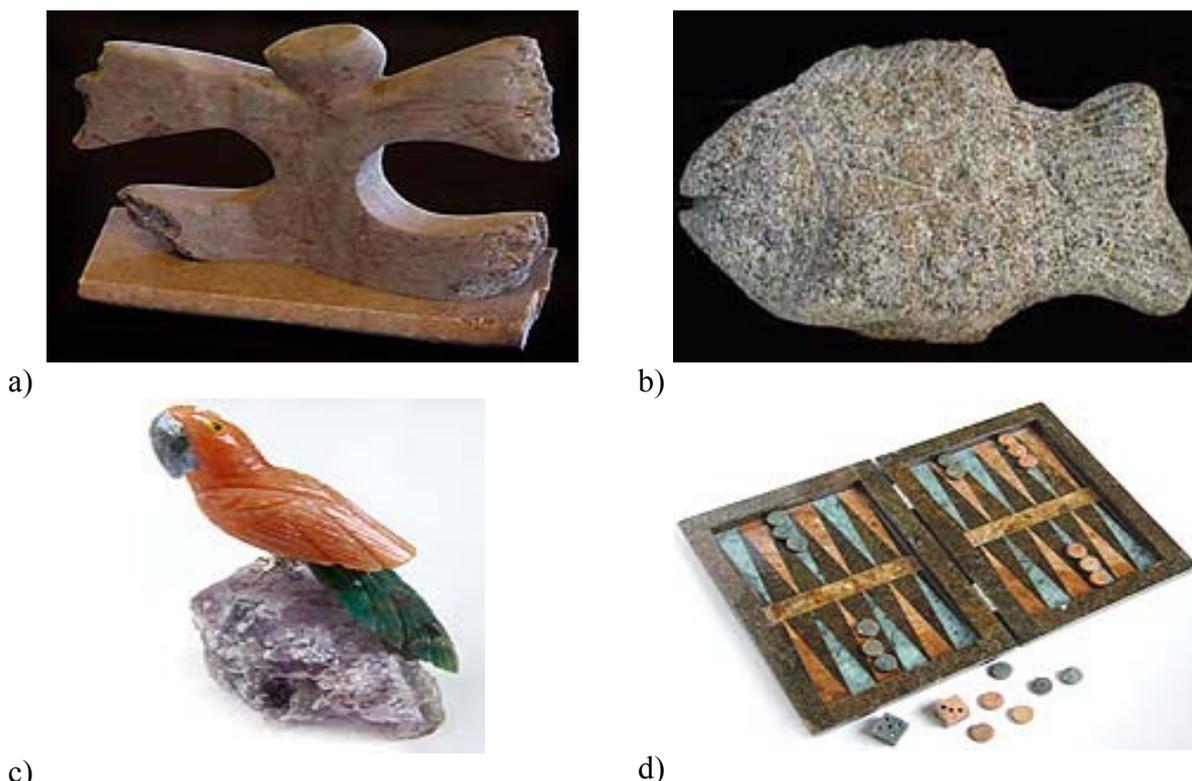


Figura 2.7 – Exemplos de objetos decorativos elaborados com minerais e rochas. a) Escultura em pedra sabão, b) Peixe em granito, c) Papagaio em calcita (laranja), sodalita (azul claro), serpentinito (verde) e ametista (lilás), d) Gamão em pedra sabão.

Fonte: Fotos obtidas em <http://www.pietranobile.com.br/loja/index.html>.

- Utensílios: Alguns objetos fabricados com material gemológico, além dos fatores estéticos e ornamentais, apresentam aplicação prática no cotidiano. Exemplos clássicos são os jogos de talheres ou porta-copo feito em ágata ou ônix que tem seu uso difundido em muitas partes do mundo (Figura 2.8). Na verdade a denominação utensílio engloba qualquer artigo, em geral fabricado em grande quantidade, que não tenha meramente uso ornamental.

Somente quando se trata de ágata, é possível citar infindáveis artigos desde porta-caneta, cinzeiros, relógios, pratos, maçanetas e até porta-jóias de fino acabamento. Também o cristal e o quartzo são utilizados em utensílios do tipo cálices, compoteiras e vasos. Evidentemente existe também aqui uma diferenciação muito grande em preços de acordo com o requinte do acabamento.



a)



b)



c)



d)

Figura 2.8 – Exemplos de utensílios elaborados com minerais e rochas. a) Talheres em inox com cabo de ágata, b) Jogo de bar com cabo em ágata, c) Relógio em drusa de ametista, d) Porta-copo em ágata.
Fonte: Fotos obtidas em <http://www.lpminerais.com.br/>.

2.6 Artesanato em Minerais e Rochas no Brasil

No que diz respeito à produção mineral, o Brasil tem uma grande importância na escala mundial. Dados do Departamento Nacional de Produção Mineral (2006) mostram que a potencialidade da mineração no Brasil está associada à geodiversidade, à dimensão territorial do país, e em função dessa diversidade de terrenos e ambientes geológicos, o Brasil está entre os países que detêm elevado potencial mineral do mundo.

“O Brasil é o maior produtor mundial de gemas em termo de peso e de diversidade [...] o País é a província gemológica com a maior variedade – 90 gemas diferentes”. (SEBRAE, 2006, p.11). Dessa diversidade de matéria-prima mineral, juntamente com a arte de criar dos artesãos brasileiros nasce o artesanato em minerais e rochas, que recebe as características relacionadas a cada região onde é criado. E são essas características que dão o toque especial na produção do artesanato em minerais e rochas.

As principais regiões em termos de produção de artesanato de minerais e rochas no Brasil são:

- **Rio Grande do Sul**

No Rio Grande do Sul encontram-se hoje as maiores reservas de ágata de todo o mundo. Assim o artesanato neste material é talvez o mais desenvolvido e bem organizado do Brasil. [...]. Nesse Estado a exploração e produção de ágata e ametista são feitas por empresas de pequeno e grande porte, muitas delas colocando seus produtos no mercado internacional em grandes quantidades. (LICCARDO, 1991, p. 38).

- **Goiás**

Um dos estados que se destaca na produção do artesanato em minerais e rochas, é Goiás através da cidade de Cristalina.

O município guarda as tradições de pólo de artesanato mineral, fator, aliás, que determinou o surgimento do povoado. É que em seu território está localizada a maior jazida de cristais do país, matéria-prima utilizada na elaboração de jóias e peças de decoração de todas as formas, tipos e tamanhos. O artesanato mineral, aliado a outras belezas naturais, acaba por se tornar atrativo e movimentar o turismo de negócios. (MUNICÍPIO EM FOCO, 2004, p. 50).

As pedras adquirem o toque de suavidade nas mãos de artistas experientes, que impressionam a todos com suas miniaturas em cristais de rocha, trabalho cuja real beleza só pode ser plenamente comprovada com a utilização de lupa. Essas peças atraem uma vasta clientela da região e até de outros estados e países. Toda produção é vendida para lojistas de Goiânia, Brasília, São Paulo e Rio Grande do Sul, e também exportada para os Estados Unidos, Austrália e Suíça. (MUNICÍPIO EM FOCO, 2003).

Outra cidade que se destaca é Pirenópolis, que apesar de não ser uma tradição, muitos artesãos produzem esse tipo de artesanato. Dados do site Pirenópolis (2006, não paginado) mostram que:

Os trabalhos artesanais feitos com quartzo, conhecido como “Pedra Pirenópolis”, são confeccionados aproveitando as sobras das pedras que são cortadas e serradas para construção civil. São pequenas peças de diversos tamanhos, como murais, poços de água, casinhas, entre outros. [...] Existem também, várias jazidas de pedra sabão [...], e vários artesãos locais as aproveitam para confecção de artesanato. Com a peculiaridade de suas cores, diferenciam muito das outras existentes pelo país.

Com toda essa riqueza mineral, Goiás apostou no turismo mineral, que segundo dados do jornal Município em Foco (2003), têm dado bons resultados e já conquistou adeptos em

todo o país. A descida às minas, com profundidade de 400 metros, é vista como uma saudável aventura. Outro atrativo é o garimpe-pague, onde o turista tem oportunidade de adquirir um carrinho de xisto (rocha onde são encontradas as esmeraldas) e ter o prazer de garimpar com as próprias mãos gemas preciosas.

- **Minas Gerais**

Minas Gerais também é um grande produtor de minerais e rochas na região sudeste, com destaque para a cidade de Ouro Preto. Para Bezerra, Dias e Galvão (2001), o trabalho de produção artesanal de objetos decorativos e utilitários em esteatita (rocha mais conhecida como pedra-sabão), atividade secular no âmbito do município, vem representando para uma parcela da população, principalmente para seu segmento rural, importante alternativa de sobrevivência. Nos últimos anos, esta atividade vem crescendo substancialmente no município.

A produção de artesanato em pedra-sabão vem crescendo cada vez mais em Ouro Preto. “Verifica-se o aumento do número de pontos de vendas situados ao longo das rodovias que dão acesso à cidade, bem como sobre os muros dos adros das igrejas da cidade”. (BEZZERA; DIAS; GALVÃO, 2001, não paginado).

A mineração de pedra-sabão em Minas Gerais, uma das mais antigas atividades nas cidades históricas da região central do estado, mostrou resultados no exterior em 2006 [...]. As exportações brasileiras da rocha macia, que ganhou fama nas mãos do mestre Aleijadinho e alimenta o artesanato de esculturas e utensílios domésticos, cresceram mais que todas as outras rochas ornamentais típicas de Minas. (AGÊNCIA DO ESTADO, 2007, não paginado).

- **Espírito Santo**

Já no Estado do Espírito Santo,

a arte em mármore e granito é admirada e reconhecida em todos os cantos do mundo [...] utilizam sobras da extração ou do beneficiamento do mármore e do granito para produzirem peças artísticas: esculturas, mapas, troféus e utilidades como porta caneta e cinzeiros. (REIS, 2004, não paginado).

Esse tipo de trabalho criou um novo produto turístico, que segundo Reis (2004), ajuda a desenvolver o turismo na região, agregando valor a pedaços de pedra que, há pouco tempo atrás, eram jogados no lixo.

- **Rio de Janeiro**

Em 1987, instalou-se no Rio de Janeiro o Núcleo de Treinamento de Menores em Artesanato Mineral de Santa Maria Madalena – ARTEMMA. “Segundo o Departamento de Recursos Minerais do Rio de Janeiro (DRM-RJ, 2005, não paginado), Madalena apresenta uma cultura relacionada ao artesanato mineral num projeto pioneiro de qualificação.” Além deste empreendimento, comercialmente o Rio de Janeiro, através das localidades de Petrópolis, Piabetá e Teresópolis, tornou-se conhecido hoje como maior centro nacional produtor de pássaros em pedra, artigo esse que já se tornou um tipo de artesanato muito específico, com mercado todo próprio, inclusive em exportações.

- **Bahia**

A Bahia também se destaca na produção de artesanatos minerais. Dados da Secretaria de Indústria, Comércio e Mineração da Bahia (2006) revelam que o setor mineral assume importância crescente na economia baiana, com poder de impacto estimado em 10% do PIB estadual.

Alguns bens minerais, como pedras preciosas, também conhecidas como gemas, apresentam mais de 30 variedades em território baiano, com destaque para esmeralda, água-marinha, ametista, diamante e cristal de rocha. (SEPLAN/BA, 2005).

Há também o uso de rochas ornamentais, como o mármore, no artesanato baiano. “Os materiais, muitas vezes refugados nas pedreiras, que não possuem dimensões apropriadas para blocos ou bloquetes, são utilizados por empresas de artesanato mineral, na feitura de mosaicos para tampos de mesa, esferas, objetos de adorno e utilidades, como abajures, cinzeiros, castiçais”. (NERY; SILVA, 2001 *apud* SPÍNOLA; GUERREIRO; BAZAN, 2004).

2.7 Artesanato em Minerais e Rochas no Rio Grande do Norte

Apesar do Rio Grande do Norte ser um Estado rico em minerais e rochas, a produção de artesanato com base nessas matérias-primas ainda é muito tímida. Todavia, algumas ações para o desenvolvimento desse tipo de artesanato vêm sendo colocadas em práticas, as principais delas são:

- **Arte à Mão** – Programa SEBRAE RN de Artesanato (Figura 2.9) = Este visa dar oportunidades a associações e cooperativas assistidas pelo Programa SEBRAE de Artesanato no Rio Grande do Norte. Dentre as várias tipologias de artesanatos, aquela relacionada ao artesanato em minerais e rochas está representada pela Associação de Artesãos de Lajes Pintadas (AALP), através da artesã Deca, que produz peças em pedra-sabão e pelo Centro de Lapidação e Artesanato Mineral de Currais Novos, onde são produzidos artesanatos em diferentes minerais e rochas, por diferentes artesãos daquele município sob a coordenação do Sr. Machado.

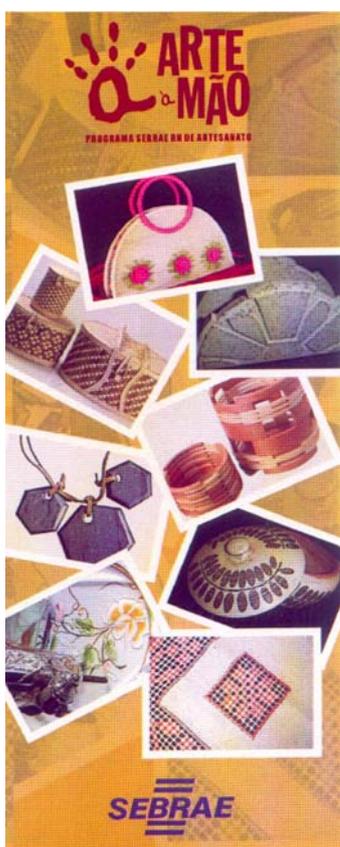


Figura 2.9 – Folder do Programa SEBRAE-RN de Artesanato.

O referido programa auxilia na formação de associações e cooperativas, na capacitação dos artesãos e na divulgação das obras produzidas por esses. O SEBRAE (2004) vem contribuindo para que o “artesão ganhe conhecimento e possa agregar outros valores a sua arte bruta, adequando-se às regras de mercado sem perder, jamais, a essência cultural”.

Uma forma importante de divulgação dos trabalhos produzidos pelos artesãos apoiados pelo SEBRAE é através de livros e catálogos. No ano de 2003, o SEBRAE produziu o livro Artesanato Potiguar: a Trama da Tradição e da Beleza (Figura 2.10). Este

traz uma panorâmica das diferentes tipologias de artesanatos, onde, da página 52 a 63, é divulgado o artesanato em minerais e rochas, com destaque para: as obras de Dimas Ferreira (de Acari) que talha nas rochas duras (principalmente granitos) verdadeiras obras de arte; as diferentes esculturas de animais, móveis, relógios e abajur do Inácio Lima de Medeiros (de Currais Novos); e as peças utilitárias como cinzeiros, porta-retratos e pequenas esculturas produzidas pela Associação dos Artesãos de Lajes Pintadas (AALP).

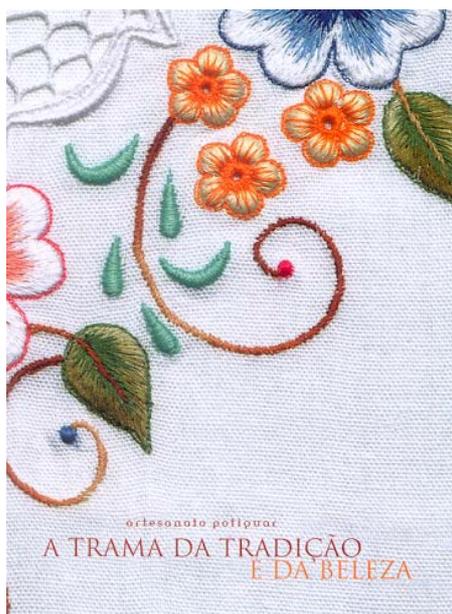


Figura 2.10 – Capa do livro “Artesanato Potiguar: a Trama da Tradição e da Beleza” que divulga as diferentes tipologias de artesanatos potiguares, produzido pelo SEBRAE.

- **Programa APL-Gemas** = Este projeto foi direcionado, mais especificamente, à qualificação de mão-de-obra para a produção de artesanato em mineral e rocha, tendo sido executado no biênio 2005-2006, através do programa Arranjo Produtivo Local (APL-Gemas): Consolidação do Setor Mineralógico no Nordeste no Seridó da Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará (Figura 2.11). Com o apoio da Agência para o Desenvolvimento do Nordeste (ADENE) e do Parque Tecnológico da Paraíba, o Centro Gemológico realizou o projeto de ensino em lapidação e artesanato. Este contou com a inscrição de jovens dos municípios de Pedra Lavrada e Juazeirinho na Paraíba, Currais Novos, Equador e Parelhas no Rio Grande do Norte e Quixeramobim e Itapiúna no Ceará. Nos cursos de lapidação de gemas e artesanato mineral foram apresentadas as noções de: mineralogia, gemologia, conformação, máquinas e equipamentos, segurança e higiene no trabalho, prática de lapidação e artesanato mineral. A carga horária era de 480h para ambos os cursos e contou com 12 alunos para lapidação de gemas e 15 para artesanato mineral em cada município participante.

conteúdo programático

Nos cursos de Lapidação de Gemas e Artesanato Mineral serão apresentadas as noções de:

- Mineralogia,
- Gemologia,
- Conformação,
- Máquinas e Equipamentos,
- Segurança e Higiene no Trabalho,
- Prática de Lapidação, e
- Artesanato Mineral

Carga horária

Lapidação de Gemas = 480 h
Artesanato Mineral = 480 h

Número de vagas por curso

Lapidação de Gemas = 12 alunos
Artesanato Mineral = 15 alunos

Fundação Parque Tecnológico da Paraíba - PaqTcPB
Rua Emiliano Rosendo Silva, s/n, Bodocongó
Campina Grande - PB, CEP 58109-772
Tel: (083) 3310 9020 / 9025
FAX: (083) 3310 9023
www.paqtc.org.br

2005
2006

PROGRAMA APL - GEMAS

Arranjo Produtivo Local
Consolidação do Setor Mineralógico no Nordeste-APL Gemas no Sertão da Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará

CURSOS de Lapidação de Gemas, e capacitação Artesanato Mineral

LAPIDADAÇÃO DE GEMAS

ARTESANATO MINERAL

Histórico

A indústria de minerais de valor gemológico no Nordeste remonta da década de quarenta. A produção desta exploração garimpeira, com a intensificação dos problemas gerados pelas secas, cresceu, estabilizou-se e criou tradição. Este contingente populacional abandonou parcialmente a agricultura formando um agrupamento social que vem se dedicando a pequena mineração e sobrevivendo unicamente por causa desta atividade.

Na década de 80, a Sudene dedicou recursos para este segmento implantando o programa Gemas Nordeste com a criação de Centros Produtores e Formação de Pessoal especializado, assegurando o desenvolvimento humano através da construção do Centro Gemológico do Nordeste, localizado no Campus da UFCG.

Atualmente, a indústria de mineração no Nordeste é composta por 95% de empresas de micro, pequeno e médio porte. Por isso, é comum a aglomeração de diversas empresas que produzem o mesmo produto mineral se confinarem em espaços geográficos definidos.

A extração de gemas brutas (pedras preciosas brutas), seu aproveitamento através de lapidação e a transformação de blocos de minerais em artesanato, tem tradição no Nordeste.

Desde a execução do Projeto GENOR - Gemas do Nordeste a lapidação de gemas e a elaboração de artesanato mineral viraram atividade lucrativa. Foram criados vários núcleos de lapidação e artesanato mineral em diversos Estados Nordestinos, entre eles, a Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará. Recentemente o CGN (Centro Gemológico do Nordeste) da Unidade Acadêmica de Mineração e Geologia da Universidade Federal de Campina Grande retomou o ensino em lapidação de gemas e do artesanato mineral.

Apresentação

Com o apoio da ADENE (Agência para o Desenvolvimento do Nordeste) e do Parque Tecnológico da Paraíba, o Centro Gemológico está realizando mais um amplo projeto de ensino em lapidação e artesanato e está convidando jovens de vários Municípios dos Estados da Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará para se formar em lapidários e artesãos. Com vistas nesse movimento, a Fundação PaqTcPB, juntamente com a Adene e a URFC vão desenvolver o Arranjo Produtivo de Gemas na Mesorregião do Cristalino dos Estados da Paraíba e Rio Grande do Norte e no semi-árido do Ceará.

Municípios de atuação

No Cristalino englobará os municípios de Pedra Lavrada e Juazeirinho na Paraíba, Currais Novos, Equador e Parelhas no Estado do Rio Grande do Norte e no Ceará os municípios a serem beneficiados são: Quixeramobim e Itapipina.

Objetivos

Capacitar pessoal por meio de cursos especializados em lapidação e artesanato, bem como promover a organização dessa cadeia produtiva através da reativação e apoio das estruturas existentes dos antigos Núcleos de Lapidação e Artesanato Mineral. Visa também:

- Formar mão-de-obra especializada nas áreas de lapidação de gemas e artesanato mineral;
- Transmitir novas técnicas para alunos dos núcleos onde já existem técnicos atuantes;
- Treinar profissionais capazes de criar e manter núcleos produtores e transmitir conhecimentos para novos alunos;
- Desenvolver o estudo de linhas de crédito para os novos artesãos em suas regiões de origem;
- Ampliar a renda familiar visando melhorar a qualidade de vida dos beneficiários;
- Atender a demanda do mercado nacional; e
- Organizar os alunos egressos dos cursos realizados na Paraíba, como futuros empreendedores, organizados na forma associativista, dentro de uma Incubadora de Empresa.

Ficha de inscrição

Cursos: _____ Período: _____

Local: _____ Data de Nascimento: _____

Nome: _____ Bairro: _____ UF: _____ CEP: _____

RG: _____ IP: _____

Endereço: _____

Cidade: _____ Fone de contato (0) _____ Zona: () Urbana () Rural

Fone: (0) _____

Nome do Pai: _____

Nome da Mãe: _____

Figura 2.11 – Folder do Programa APL-Gemas que oferecia cursos de lapidação em gemas e artesanato mineral.

Programa de Artesanato Potiguar – PROART = Este programa elaborado pelo Governo do Estado do Rio Grande do Norte tem como principal objetivo promover o desenvolvimento das atividades do Artesanato Potiguar, buscando estimular e aperfeiçoar métodos e processos de produção na melhoria da qualidade dos produtos para comercialização de produtos para exportação e comércio local. Tendo em vista o acesso das linhas de micro-crédito exclusivo para o artesanato. No site do programa (<http://www.sine.rn.gov.br/proart/proart-artepotiguar.htm>) é possível obter informações mais detalhadas sobre a política do artesanato, as diferentes/principais tipologias de artesanato trabalhadas, onde aquele produzido em minerais e rochas é denominado de Pedras.

Recentemente, no dia 02 de maio de 2007, o Governo do Estado do Rio Grande do Norte em parceria com o SEBRAE, lançou o novo Catálogo do Programa Potiguar de Artesanato (2007) (Figura 2.12), onde estão incluídas várias amostras de tipologias dos artesanatos existentes no Estado, dentre eles aquele dedicado as “pedras”:

- **Artesanato em Cerâmica:** Vasos, Quadro Cipó, Quadros Decorativos, Pratos Decorativos, Porta Incenso, Jarros e Quadros MDF;
- **Bordados e Rendas de Labirinto:** Capa de Almofada; Pano de Prato, Estola; Pano de Bandeja, Toalha de Mesa; Fronha; Caminho de Mesa, Toalha de Chá, Camisetas e Panos de Prato;
- **Artesanato em Madeira:** Oratórios, Revisteiro, Fruteira, Jogo Americano e Descanso de Prato;
- **Artesanato em Pedras:** Grutas, Esculturas de Tartaruga, Sapos, Peixes, Corujas e Jacarés;
- **Trançado em Carnaúba:** Vaso Balão, Cachepô Quadrado e Redondo, Arandela, Cesto, Conjunto de Vasos, Abafadores de Bolo, Fruteira com Alça de Bambu, Fruteira etc.;
- **Artesanato em Fibra de Coco:** Cachepô Cilindro; Abafador, Cesta, Vasos, Tartaruga, Kit Escritório;
- **Trançado em Fibra de Sisal:** Vasos, Caixas Redondas, Pãozeiras, Porta-Jóias, Cestinhas, Bolsas, Chapéus.

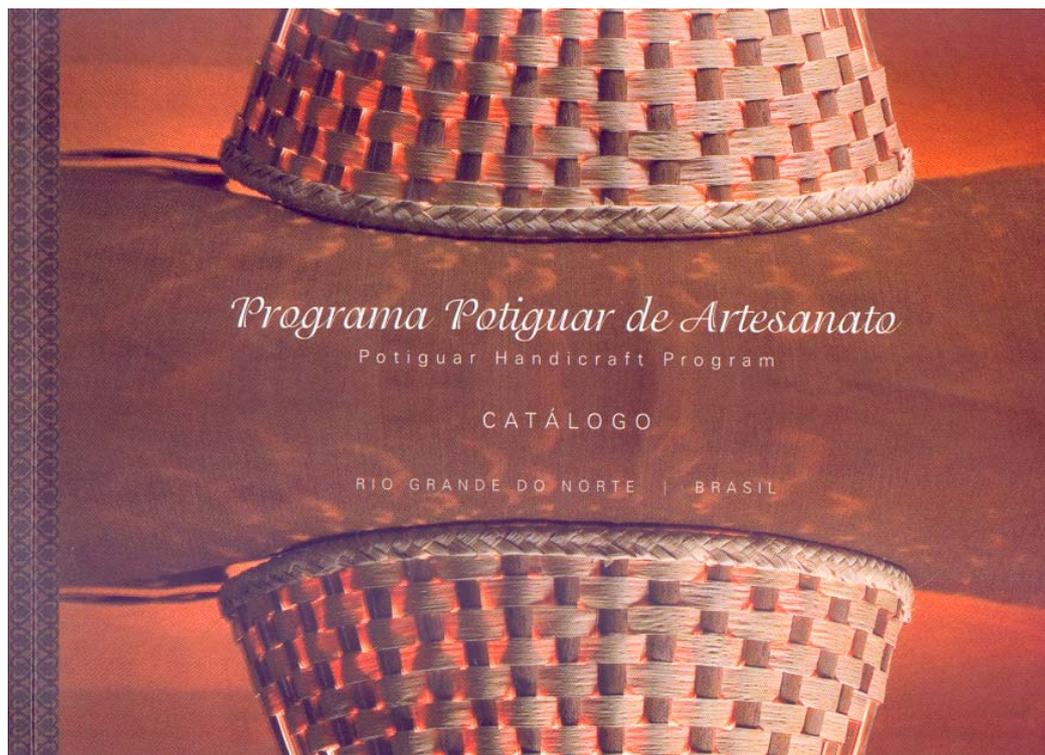


Figura 2.12 – Capa do Catálogo do Programa Potiguar de Artesanato, lançado em 2007.

Percebe-se que os minerais se destacam na economia do Rio Grande do Norte. Contudo, o pólo que se destaca na produção de pedras é o Seridó, e essa produção ajudou a desenvolver o artesanato no local. Segundo o SEBRAE/RN (2003) os minerais, ainda que extraídos timidamente, inspiram os artistas. O mármore ônix (nome comercial dado ao mineral calcita encontrado na região próxima a Grotta da Ferveadeira em Santana do Matos), por exemplo, é hoje uma das rochas mais utilizadas pelos artesãos de Currais Novos.

Outros lugares também trabalham com o artesanato mineral. É o caso de Lajes Pintadas, no agreste potiguar. “Os artistas de gerações mais recentes também se entregam e uma rocha fácil de moldar é a pedra sabão”. (SEBRAE/RN, 2003, p. 56).

Com a tradição do artesanato em minerais e rochas surgiram associações e cooperativas de artesãos em Lajes Pintadas, Currais Novos, Parelhas entre outros locais, os quais estão aproveitando a oportunidade em trabalhar com minérios do solo potiguar.

3

O TURISMO E SUA RELAÇÃO COM O ARTESANATO LOCAL

3.1 Aspectos Conceituais

O turismo está se tornando cada vez mais um diferencial na economia de uma localidade. Segundo Souza (2001, p. 9) “trata-se de uma sofisticada atividade de prestação de serviços, um meganegócio, com significativa participação no PIB mundial; gerando milhões de empregos, atingindo centenas de milhares de pessoas, estendendo seu impacto também à área social, política e cultural”.

Para uma melhor compreensão, entende-se como turismo “o deslocamento de pessoas para outras regiões, visando à satisfação de necessidades, outras que não uma função remunerada”. (WAHAB, 1991 *apud* SOUZA, 2001).

Já para Arrigala (1976 *apud* BARRETO, 1998, p.12), “o turismo é o conjunto de deslocamento voluntário e temporário determinado por causas alheias ao lucro; conjunto de bens, serviços e organização que determinam e tornam possíveis estes deslocamentos e as relações e fatos que entre aqueles e os viajantes têm lugar”.

São vários os conceitos de turismo, o qual pode ser estudado de diversas perspectivas e disciplinas, dada a complexidade das relações entre os elementos que o formam. Segundo a OMT (2001, p. 38), “existe ainda um debate aberto para chegar a um conceito único e padrão que reflita uma definição universal.” (OMT, 2001).

Mathieson e Wall (1982 *apud* OMT, 2001, p.38) dizem que o “turismo é o movimento provisório das pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destinos fora do lugar de residência e de trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas”.

Porém, o conceito mais aceito é o da Organização Mundial do Turismo (2001, p.38), a qual diz que “o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”.

É tida como uma definição ampla e flexível, pois trata de algumas características do turismo, como por exemplo, elementos motivadores de viagem (lazer, negócio ou outros); nota temporária do período de um ano, período máximo se comparado ao tempo normal de duração dos vistos de viagem para turismo dados pelo governo; delimitação da atividade desenvolvida antes e durante o período de estada; e a localização da atividade turística como a atividade realizada fora do entorno habitual. (OMT, 2001, 38).

3.2 Evolução Histórica do Turismo

Por todo o mundo, o fator viagem é uma atividade comum, tida como necessidade de deslocamento por vários motivos.

Segundo a historiografia, datam da antiguidade clássica, sobretudo dos gregos e romanos, os primeiros registros de deslocamento constantes para os mais diversos fins, incluindo espetáculos culturais, festivais, jogos, entre muitos outros. O marco para a modelagem e representação turística mais organizada foi a fase renascentista, pois o incentivo à ciência e às artes provocou uma revolução nos hábitos dos europeus, que passaram a utilizar as viagens como forma de explorar novos lugares. (WANDERLEY, 2004, p. 8).

Porém, a mudança proporcionada pela Revolução Industrial, na segunda metade do século XVIII, na Inglaterra, proporcionou uma transformação na qualidade de vida, assim como nos transportes, o que contribuiu para que as viagens se tornassem mais rápidas e confortáveis.

Segundo Andrade (2000 *apud* WANDERLEY, 2004, p.9), a história do turismo, nos moldes atuais, começa, efetivamente, na segunda metade do século XIX quando

foram organizadas as primeiras atividades turísticas, devido à intervenção de personalidades exponenciais da Europa, [...], tais como Thomas Cook e César Ritz. Thomas Cook foi o primeiro empreendedor a efetivar uma viagem eminentemente turística, fretando um trem, que transportou cerca de 570 pessoas.

As invenções do automóvel e do avião contribuíram ainda mais para o deslocamento de pessoas. Em 1947, durante o II Congresso de Organismos Nacionais de Turismo, na França, foi fundada a União dos Organismos Oficiais de Turismo (UIOOT), com o objetivo de divulgar e promover as empresas que operavam no sistema turístico mundial. (WANDERLEY, 2004).

Com o passar do tempo, esta instituição passou a se chamar Organização Mundial do Turismo. A partir daí começaram a ocorrer investimentos no setor do turismo em todo o mundo.

A maneira conceitual da formalidade de viajar está se tornando cada vez mais peculiar, o interesse da viagem se caracteriza por algo cada vez mais expansivo, novos roteiros, ambientes, destinos e experiências se tornam à sensação para aqueles que vêem o turismo como uma nova maneira de se conhecer o mundo. (LAUBE, 2004).

Na contemporaneidade, a “indústria” do turismo cresce cada vez mais rápido, o que garante um maior desenvolvimento econômico-social em várias regiões. Segundo Lage e Milone (2000 *apud* WANDERLEY, 2004 p.10), “o turismo é, sem dúvida alguma, uma atividade socioeconômica, na medida em que gera a produção de bens e serviços para o homem visando à satisfação de diversas necessidades básicas e secundárias”.

3.3 Segmentação do Mercado de Turismo

Os consumidores atuais estão cada vez mais exigentes, buscando um diferencial em tudo o que procuram. Surge, então, a necessidade de segmentar o mercado de acordo com o que almeja o cliente. O próprio cliente dos anos 1990, que possui outro tipo de comportamento em relação ao consumo, não só passou a ser exigente e lutar pelos seus direitos, como também direcionou as suas reivindicações para outra espécie de produto. (ANSARAH, 2004).

No mercado turístico não foi diferente. Nas últimas décadas, o desenvolvimento tecnológico dos transportes, o maior tempo livre e as melhores condições econômicas das pessoas, aliados às necessidades de evasão, de fuga dos grandes centros, alteraram o setor turístico. Como resultado obteve-se o acréscimo no número de pessoas que viajam e o desenvolvimento da infra-estrutura e dos equipamentos turísticos. (ANSARAH, 2004, p. 17).

Beni (1998 *apud* ANSARAH, 2004, p.09), “diz que segmentar o mercado é identificar clientes com comportamentos homogêneos quanto a seu gosto e preferências. A segmentação possibilita o conhecimento dos principais destinos geográficos, dos tipos de transporte, da composição demográfica dos turistas e da sua situação social e estilo de vida, entre outros elementos”. Segundo Kotler (1996 *apud* IGNARA, 1999) as variáveis de segmentação do mercado turístico são as geográficas, as demográficas, as psicográficas e as comportamentais.

O fato é que o produto turístico tem características especiais que devem ser levadas em conta quando se estabelecem as estratégias de segmentação. O uso dessas estratégias torna possível, entre outras coisas, o conhecimento dos destinos geográficos, dos tipos de

transportes e, sobretudo, do perfil do turista, facilitando o atendimento às suas necessidades. (WANDERLEY, 2004).

Segundo Ansarah (2004, p.27), as formas de segmentar o mercado turístico foram levantadas por vários estudiosos. Entre eles, Tabares (1991) e Beni (1998). Ambos sugerem que essa segmentação seja feita segundo as afluências turísticas e faixas etárias, como descritas abaixo:

Afluências

De descanso, prazer ou férias.

Desportivas.

De negócio e compras.

De convenções, congressos e similares.

Gastronômicas.

De saúde ou médico-terapêuticas.

Científicas.

Culturais.

Religiosas.

De aventura.

Ecológicas.

Rurais.

Faixa Etária

Familiar e de Amigos.

Estudantil.

Fonte: Ansarah (2004, *apud* Moraes, 1999).

Para a OMT (2004) e Barreto (1997), os principais tipos de turismo são:

- Turismo de massa e de minoria: É tido de acordo com o número de pessoas que habitualmente demandam certo tipo de serviço. Está muito mais relacionado a característica do destino, pois se um grupo de 5 pessoas for à Disneylândia estarão fazendo turismo de massas, já se 30 pessoas visitar um templo tibetano estarão fazendo turismo de minorias;

- Turismo de elite e classe econômica, média ou popular: Está relacionado a composição social. Confunde-se com o turismo de massa e o turismo de minorias;
- Turismo rodoviário (cicloturismo), aéreo, ferroviário e aquático (turismo de cruzeiro e náutico): Esse tipo de turismo se relaciona com o meio de transporte utilizado;
- Turismo infanto-juvenil e terceira idade: Está diretamente ligado à faixa etária;

A identificação do tipo de turismo que uma localidade pode ofertar, ajuda a melhorar a qualidade de vida dos seus habitantes, através da geração de emprego e da melhoria da infra-estrutura. Segundo Oliveira (2000 *apud* WANDERLEY, 2004, p.17), “a importância da identificação do tipo, ou tipos de turismo praticado em determinado local está na informação aos visitantes a respeito dos atrativos oferecidos naquela localidade, bem como na orientação aos investidores do setor”.

3.4 Turismo Cultural

A união entre o turismo e a cultura está gerando bons frutos para a expansão do segmento de turismo cultural. Segundo Dominguez (2005, p.1),

“turismo y cultura han sido siempre áreas convergentes, pero en las últimas décadas han aunado sus objetivos e intereses em uma simbiosis que ha conseguido impulsar uma demanda social y crear um espacio de consumo de servicios em torno a lo que se conoce como turismo cultural”.

Já Ignarra (1999, p. 119) opina que

O turismo cultural engloba todos os aspectos das viagens pelos quais o turista conhece a vida e o pensamento da comunidade receptiva. Por isso o turismo se apresenta como uma ferramenta importante para promover as relações culturais e a cooperação internacional. De outro lado estimular fatores culturais dentro de uma localidade é um meio de fomentar recursos para atrair visitantes.

Silberberg (1995 *apud* Pires, 2002) assevera que turismo cultural é a visita de pessoas de fora da comunidade receptora motivadas completamente ou em parte por interesses na oferta histórica, artística, científica ou no estilo de vida, tradições da comunidade, religião, grupo ou instituição.

Para Corsi (2004, p.22), “o turismo cultural é aquele que tem como atrativo o patrimônio cultural e os bens podem ser tombados ou não, mas o importante é que apresentem características que são importantes para a história e a cultura do local”. Com respeito ao patrimônio cultural, Martins e Vieira (2006, p. 6) complementam:

O patrimônio cultural deixou de ser definido apenas pelos prédios que abrigam a elite econômica e/ou política e os utensílios a elas pertencentes, passando também a ser definido como um conjunto de todos os utensílios, hábitos, usos e costumes, crenças e formas de vida cotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõe a sociedade.

A definição oficial de patrimônio cultural consta da Constituição Brasileira, em seu artigo 216:

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I – as formas de expressão,

II – os modos de criar, fazer e viver;

III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico e científico”. (CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA, 1988 *apud* MARTINS; VIEIRA, 2006, p. 6).

Dessa forma, então, conclui-se que boa parte das viagens se constitui, pelo menos, em uma parte de aspectos relacionados à cultura local. Por mais que um turista não vá visitar museus ou galerias de artes, ele vai comer da culinária local e quis saber um pouco mais sobre os hábitos dos moradores. Nesse sentido, praticou também turismo cultural, ao lado de outros segmentos de turismo. (PIRES, 2002).

Com o processo de globalização, a valorização da cultura típica surge como uma forma de diferenciação na qualidade do produto turístico. Ignara (1999, p. 119) cita o seguinte exemplo: “O turista que for procurar uma lanchonete para se alimentar, provavelmente em qualquer lugar que esteja vai encontrar o mesmo McDonald’s que existe em seu país. Não é isto que ele deseja. Ele quer comer um prato desconhecido, quer experimentar novidades”.

A exploração do turismo cultural em uma localidade pode contribuir para o crescimento sócio-econômico da mesma. Para Martins e Vieira (2006, p.7), “os bens culturais de natureza material e imaterial desempenham papel importante na promoção do turismo e, conseqüentemente, as medidas que levam à sua preservação e adequada utilização têm relação com a manutenção da atividade turística”.

Porém, ao longo do processo da oferta do turismo cultural, é necessário um bom planejamento da atividade na localidade, para que os valores culturais não se percam em meio às especulações imobiliárias, por exemplo, ou outros investimentos que o desenvolvimento do turismo proporciona.

É importante considerar que o patrimônio cultural pertence à sociedade que o criou. As relações da comunidade com seu patrimônio cultural não se circunscrevem somente na esfera econômica, mas nas diferentes e complexas esferas da vida social. Se essa comunidade passa a não se identificar com seus lugares de memória, os significados são perdidos e o seu patrimônio deixa de cumprir uma função social essencial que é a manutenção da identidade do local. (MARTINS; VIEIRA, 2006, p.8).

Nesse sentido, o desenvolvimento do turismo cultural sustentável numa localidade depende diretamente do esforço e trabalho em se preservar os valores culturais que a mesma possui.

3.5 Turismo e Artesanato

A construção da reputação do destino turístico depende de “se 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 (SEBRAE, 2004, p.13).

Através do turismo, as pessoas optam por conhecer novos lugares e conhecer novas culturas, tendo como alvo a identidade cultural de um povo, pois é uma boa oportunidade de apreciar culturas diferentes (ALMEIDA; MENDES; PIRES, 2005).

O artesanato vem se destacando no turismo por identificar um país ou uma região, por ser perfeita sua criação e seu manuseio, por sua peculiaridade originária dos locais onde são produzidos. O turista se encanta ao encontrar formas diferentes de representação artesanais. Segundo Ignarra (1999 p.122),

O artesanato é um elemento importante na composição do produto turístico. O visitante deseja comprar lembranças típicas dos locais que ele visita. Assim, colocar à disposição do visitante, locais para que ele possa comprar o autêntico artesanato é muito importante, como também é importante possibilitar aos turistas o acesso às oficinas de produção artesanal, para que ele acompanhe as técnicas de elaboração do artesanato.

Para o SEBRAE (2004, p. 14), A comercialização de produtos regionais em pontos turísticos, a ambientação de hotéis e restaurantes, com produtos artesanais regionais

evidenciando a identidade cultural local, podem e devem ser trabalhados para reforçar a sustentabilidade de consolidação do artesanato enquanto setor econômico viável.

O artesanato como um elemento primordial da cultura de um povo, está despontando como um importante foco de crescimento da atividade turística (ALMEIDA; MENDES; PIRES, 2005). Através disso, o artesanato em minerais e rochas pode se tornar um importante produto no turismo, pois representa bem as riquezas de uma localidade, assim como as belezas ímpares das peças de cada região.

Dados do Fórum Mundial do Turismo (2005) revelam que o artesanato valoriza o turismo e contribui para reforçar a identidade de um país. O turismo amplia o mercado e abre novos negócios, criando demanda e fortalecendo o artesanato.

A procura do artesanato em minerais e rochas pelos turistas que visitam um local pode contribuir para o desenvolvimento de uma comunidade, com a participação do governo local, qualificando seus moradores e proporcionando-lhes uma melhor qualidade de vida.

Com isso, o artesanato pode se tornar um elemento primordial para a atividade turística de um local. “Todavia para que o mercado ligado a essa atividade cresça, é preciso a implantação de políticas públicas” (ALMEIDA; MENDES; PIRES, 2005, não paginado), ou seja, que a atividade seja sustentável, impedindo que o uso excessivo da matéria-prima torne-a extinta, ou que o desenvolvimento do turismo prejudique o local.

4

METODOLOGIA

4.1 Tipo de Pesquisa

O estudo que se realizou, a título de trabalho de conclusão de curso, foi de caráter exploratório quanto aos seus objetivos, sendo o estudo de caso o procedimento técnico escolhido para a sua execução. Segundo o Centro Universitário de Formiga (2004, p.6)

a pesquisa exploratória é vista como o primeiro passo de todo o trabalho científico. Este tipo de pesquisa tem por finalidade, proporcionar maiores informações sobre determinado assunto; facilitar a delimitação de uma temática de estudo; [...] Pode-se dizer que a pesquisa exploratória tem como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições.

Gil (1991, p.45) assevera que a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema. Seu planejamento é bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

Será exploratória, pois pretende conhecer o mercado de artesanato em minerais e rochas e a sua relação com o turismo do Rio Grande do Norte, conformando uma temática de pesquisa ainda inédita no Estado.

Sobre o estudo de caso, o mesmo é caracterizado por um estudo detalhado e em profundidade de um ou poucos objetos, permitindo a generalização do conhecimento obtido (GIL, 1991 *apud* SILVA E MENEZES, 2001).

O estudo de caso é um estudo profundo e exaustivo de determinados objetos ou situações. [...] O estudo de caso pode envolver exame de registros, observação de ocorrência de fatos, entrevistas estruturadas e não-estruturadas ou qualquer outra técnica de pesquisa. (DENKER, 1998, p. 127).

O método científico utilizado para a abordagem do tema foi o monográfico, que de acordo com Rampazo (2002) é o trabalho que se reduz a abordagem de um único assunto, a em único problema, com um trabalho especificado. Assim o trabalho monográfico se caracteriza pela unicidade e pela delimitação do tema e pela profundidade do tratamento.

Para Marconi e Lakatos (2001, p. 151) “trata-se de um estudo sobre um tema específico ou particular, com suficiente valor representativo e que obedece a rigorosa metodologia. Investiga determinado assunto não só em profundidade, mas em todos os seus ângulos e aspectos, dependendo dos fins a que se destina”.

4.2 Abrangência do estudo

O universo ou população abordado será o mercado turístico de artesanato em minerais e rochas. Segundo Marconi e Lakatos (2001) universo ou população é o conjunto de seres animados que apresentam pelo menos uma característica em comum.

A amostra, que é uma parte representativa da população abordada, foram os artesãos e comerciantes de artesanato em minerais e rochas e os turistas que visitaram a cidade de Natal. Para Gil (1991) a amostra é uma pequena parte dos elementos que compõem o universo.

O tamanho da amostra dos turistas foi determinado seguindo um método recomendado por Martins (2000), que demonstra o cálculo da amostra na seguinte fórmula:

$$\text{Tamanho da amostra} = \frac{N \cdot Z\alpha^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z\alpha^2 \cdot p \cdot q} = 73 \text{ entrevistados}$$

Fórmula 1 – Cálculo do tamanho da amostra
Fonte: MARTINS, 2000.

Onde:

- N = total da população (2.187.000 turistas).
- $Z\alpha$ = desvio-padrão, tendo sido escolhido o índice de 1,96, segundo recomendação de Dencker (1998), a fim de se obter uma margem de segurança da pesquisa de 95% ($95-Z = 1,96$).
- p = margem de desproporção entre os dados investigados. Neste estudo, foi estimada uma margem de desproporção máxima de 5% (0,05).
- q = 1 – p (neste caso, $1 - 5\% = 95\%$ ou 0,95), que indica o nível de proporção esperada entre os dados coletados.
- d = margem de erro da amostra, sendo desejado um máximo de 5% (0,05).

Apesar de o número da amostra ser de 73 entrevistados, foram aplicados 80 formulários, proporcionando assim maior segurança nos resultados obtidos.

4.3 Coleta dos dados

Dencker (1998, p. 137) diz que “a coleta de dados é a fase do método de pesquisa que tem por objetivo obter informações sobre a realidade”.

A coleta de dados na presente pesquisa foi feita quase que exclusivamente através de fontes primárias, dada a enorme carência de estudos e dados sobre o segmento de artesanato em minerais e rochas no Rio Grande do Norte e no Brasil. As fontes primárias, segundo Martins e Lintz (2000) são aquelas colhidas diretamente da fonte.

A coleta de fontes primárias – artesãos, comerciantes e turistas – deu-se a partir de uma pesquisa de campo que segundo Santos (2001) é a pesquisa que recolhe os dados in natura, ou seja, no local onde acontecem os fatos e os fenômenos.

A pesquisa foi realizada em duas etapas: a primeira, com artesãos e comerciantes locais nos municípios de Natal, Currais Novos, Lajes Pintadas e Santana do Matos, durante os meses de março a maio de 2007, que trabalham com artesanato em minerais e rochas, levando em consideração que eles podem dizer com mais precisão quais problemas e as oportunidades que esse segmento traz para o setor turístico.

A segunda etapa da pesquisa de campo foi realizada junto aos turistas que se encontravam visitando lojas/shoppings ligadas ao segmento de artesanato em minerais e rochas na cidade de Natal durante os meses de abril e maio de 2007. Para tanto, foi utilizado como instrumento de coleta de dados a todos os grupos investigados o formulário de pesquisa que para Marconi e Lakatos (2001, p. 107) “é o roteiro de perguntas enunciadas pelo entrevistador e preenchidas por ele com as respostas do pesquisado”.

Conformaram as fontes secundárias – “dados já coletados, que se encontram organizados em arquivos, banco de dados, anuários estatísticos, relatórios etc.” (MARTINS; LINTZ, 2000, p. 45) – os catálogos, dados estatísticos sobre a atividade turística no Estado, artigos de jornais e de periódicos científicos, dissertações de mestrado, publicações e obras diversas, que versavam sobre tema pertinente a este estudo, que colaboraram para o embasamento teórico e, conseqüentemente, para a análise dos resultados encontrados através da pesquisa de campo.

4.4 Análise dos dados

A análise dos dados procura caracterizar o que é típico no grupo, indicar até que ponto variam os indivíduos do grupo, mostrar outros aspectos da maneira pela qual os indivíduos se distribuem com relação à variável que está sendo medida, mostrar a relação entre si das diferentes variáveis e descrever as diferenças entre dois ou mais grupos de indivíduos. (RAMPAZO, 2002).

Depois de coletados os dados, através dos instrumentos e procedimentos de pesquisa mencionados, os mesmos foram ordenados de maneira a possibilitar seu exame e interpretação. Segundo Rampazo (2002, p. 116) “o pesquisador terá diante de si um amontoado de resposta, que precisam ser ordenadas e organizadas para que possam ser analisadas e interpretadas”.

Os dados coletados foram divididos em categorias, analisados separadamente e posteriormente interligados. Os resultados obtidos com os questionários do artesão e do comerciante, foram expostos através de textos nos capítulos 5 e 6. Já os dos turistas, depois de analisados, foram expostos e trabalhados através do programa de estatística SPSS, do qual foram produzidos tabelas e os gráficos expostos no Capítulo 7 deste trabalho, referente à análise dos resultados.

A abordagem utilizada foi tanto quantitativa quanto qualitativa, ou quali quantitativa que procurará mensurar e descrever comportamentos de variáveis e situações. (MARTINS; LINTZ, 2000). A análise também utilizou o método descritivo, por permitir uma visão geral dos resultados, facilitando, dessa forma, um maior conhecimento do fenômeno estudado, de acordo com Dencker (1998).

5

O PERFIL DO ARTESÃO QUE PRODUZ ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS NO RN

5.1 Introdução

O presente capítulo abordará o perfil daqueles que produzem o artesanato potiguar dando destaque aos minerais e as rochas. Serão apresentados alguns artesãos, suas obras, modo de trabalho e de divulgação, bem como as perspectivas de futuro. No anexo 1, têm-se os questionários respondidos por cada artesão.

Assim, o leitor terá a oportunidade de conhecer um pouco os artesãos que utiliza como matéria-prima os minerais e as rochas na confecção dos seus artesanatos.

5.2 Perfil do Artesão

5.2.1 *Inácio Lino de Medeiros*

Dados Pessoais =

Endereço: Currais Novos Artes em Minérios Ltda.

Rua Tota Construtor, 69, Bairro Paizinho Maria – Currais Novos/RN

Tel.: (084) 3431-2557

Home-page: www.artesemminerios.hpgvip.ig.com.br

E-mail: minerarte@bol.com.br

O Artesão Inácio Lino de Medeiros possui a empresa Currais Novos Artes em Minérios Ltda. (Figura 5.1). Tem entre 51 e 65 anos de idade, com o ensino médio completo. Não possui curso na área de minerais e rochas ou relacionado ao seu trabalho, porém tem uma grande prática no assunto. Nunca fez um curso de língua estrangeira ou na área de turismo.



Figura 5.1 - O artesão Inácio Lino de Medeiros em seu ambiente de trabalho. Fotos: Marcos Nascimento.

Histórico¹ =

A Currais Novos Artes em Minérios começou a ser idealizada em 1982, quando o Sr. Inácio Lino de Medeiros, que trabalhava com Técnico em Contabilidade e funcionário público foi convidado para administrar o Centro de Artesanato Mineral. Em 1985, por necessidade de um maior empenho nesse setor mineral, é que o Sr. Inácio inicia o seu próprio negócio, instalando as máquinas no fundo do quintal de sua residência, para trabalhar junto ao amigo José Valter Florêncio, que o ajudou a entrar neste ramo. No mesmo ano conheceu o Sr. Brian C. Cook que, sem o conhecer, acreditou no talento dos dois empreendedores que, fabricaram as primeiras peças para o mercado externo, já que no mercado interno existiam os primeiros clientes.

Em 1991, devido a necessidade de documentos para conseguir exportar seus produtos para o exterior, registrou sua empresa de: CURRAIS NOVOS ARTES EM MINÉRIOS LTDA (Figura 5.2). Em 1994, o espaço de trabalho estava muito pequeno para o que o mercado necessitava e, trabalhando com seis funcionários, começou a construir o novo local de trabalho mudando suas instalações para uma casa na mesma rua de sua residência, só que mais ampla, e que atendia os seus anseios.

Os anos foram passando, o mercado crescendo e, novamente por necessidade de um local maior de trabalho, em outubro de 2002 tem início a construção do novo centro de artesanato mineral de Currais Novos (Figura 5.1b), cujo término ocorreu em abril/2003. No referido mês aconteceu a mudança de locais, para onde estamos situado, nas margens da BR-226, operando com 10 funcionários (Figura 5.3). O centro de artesanato está caminhando muito bem, completando, portanto, 18 anos de existência.

¹ Texto retirado da página do artesão na internet, em www.artesemminerios.hpgvip.ig.com.br
CCSA/DEPAD/Curso de Turismo da UFRN Capítulo 5 – O Perfil do Artesão que Produz Artes. em Minerais e Rochas no RN



Figura 5.2a – Reprodução de páginas do site da Currais Novos Artes em Minérios Ltda., de propriedade do artesão Inácio Lino de Medeiros. Página de entrada e Mostuário.

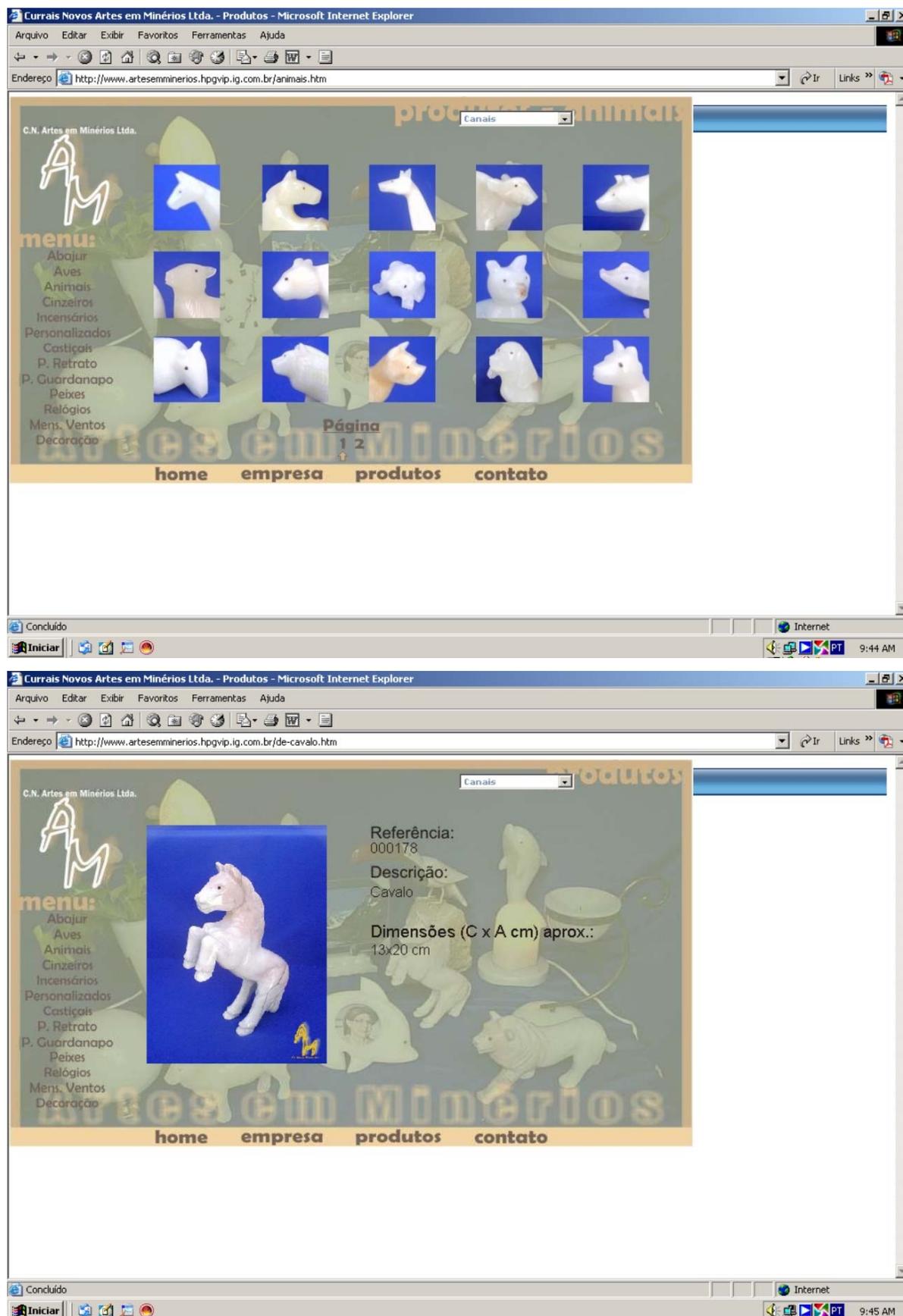


Figura 5.2b – Reprodução de páginas do site da Currrais Novos Artes em Minérios Ltda., de propriedade do artesão Inácio Lino de Medeiros. Coleção de animais e exemplo de uma peça.

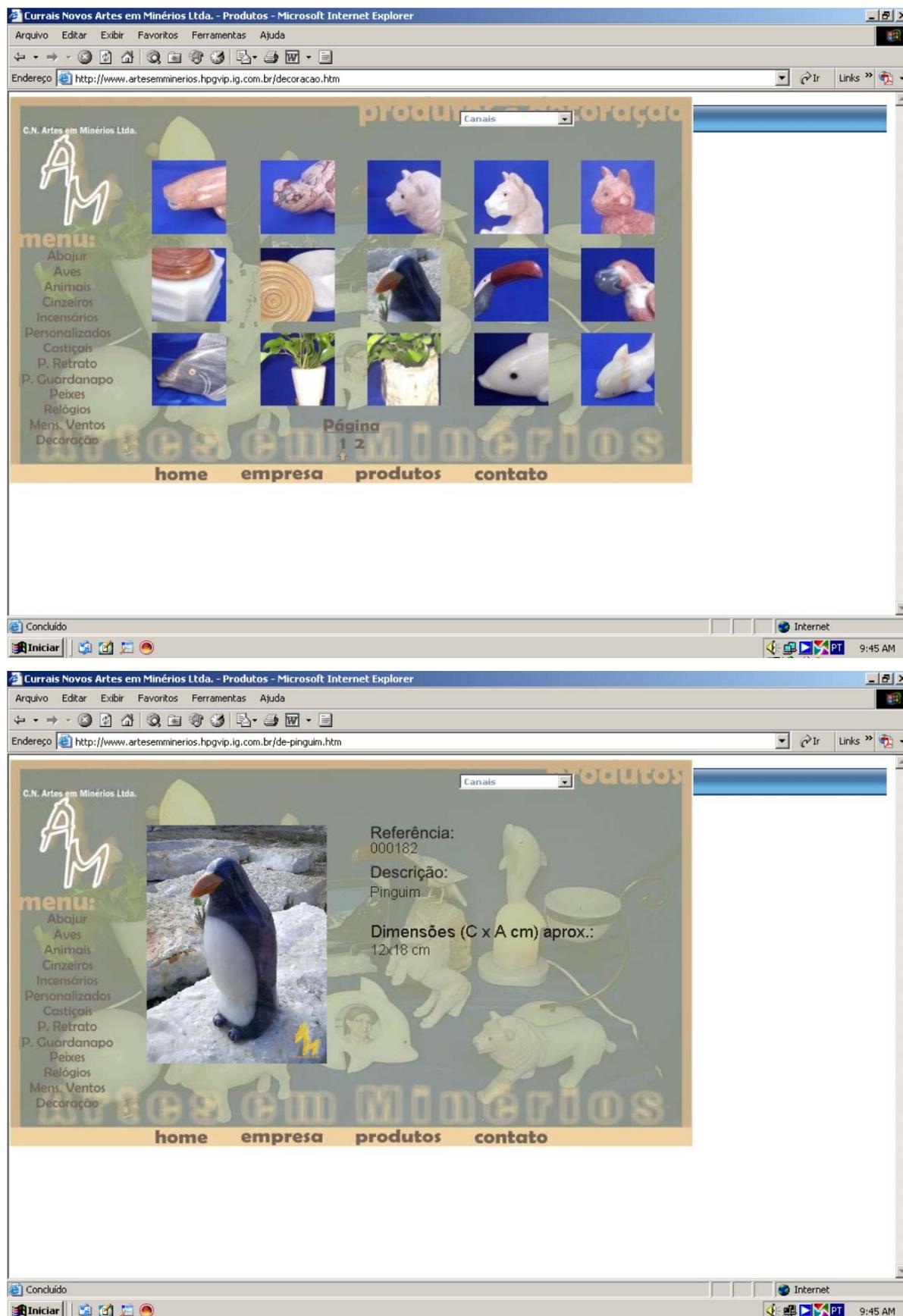


Figura 5.2c – Reprodução de páginas do site da Currais Novos Artes em Minérios Ltda., de propriedade do artesão Inácio Lino de Medeiros. Decoração e exemplo de uma peça.



(a)



(b)



(c)



(d)



(e)



(f)

Figura 5.3 – (a,b) Funcionários trabalhando na produção de artesanato de animais; (c,d) Matéria-prima usada no artesanato, em (c) tem-se o mármore ônix poroso (a esquerda) e o maciço (a direita) e em (d) detalhe do poroso; (e) Santuário feito com mármore ônix poroso; (f) Utensílio (porta-caneta e cartões de visita) fabricado em mármore ônix maciço. Fotos: Marcos Nascimento.

Tudo isso poderia não ter acontecido, se não fosse a ajuda do filho Ediedson que, junto ao pai foi conhecendo clientes e elaborando novos produtos, trabalhando e abrindo novos caminhos para a Currais Novos Artes em Minérios.

O Artesanato em Minerais e Rochas =

O artesão viu na oportunidade de um bom negócio produzir artesanato em minerais e rochas. Foi através de cursos que o mesmo aprendeu a arte de manusear os minerais e/ou as rochas. Ele trabalha com essa tipologia de artesanato a mais de 15 anos. A matéria-prima utilizada no artesanato é mármore ônix (nome comercial, na verdade trata-se do mineral calcita), quartzo-rosa, quartzo-fumê, quartzo-hialino, ametista (quartzo lilás), água-marinha (berilo verde), turmalina, entre outros. A matéria-prima é adquirida pelo artesão de diferente maneira. O artesão é proprietário de uma área que ocorre o mármore-ônix, enquanto que os demais minerais são comprados pelo mesmo. Os principais compradores do artesanato são lojistas, atacadistas e visitantes. Esse artesanato é divulgado como produto através de jornais, revistas, TV, e-mail, feiras e boca-a-boca.

Produção de Artesanato para o Turismo =

De acordo com o artesão o nível de procura pelo seu artesanato, com relação aos comerciantes é médio, com relação aos turistas também. A importância desse tipo de artesanato para atrair turistas para a localidade é vista pelo artesão como importante. São turistas brasileiros e estrangeiros que procuram esse artesanato.

5.2.2 Dimas Ferreira²

Dados Pessoais =

Endereço: Artesanato em Pedras (granitos)

Rua Tomaz Sebastião, 89, Acari/RN

Tel.: (084) 3433-2355 / 9962-7702

² Infelizmente não foi possível realizar a entrevista com o artesão. Todavia em virtude da importância de suas obras, informações sobre o mesmo e sua arte serão repassadas aqui.

Histórico³ =

O escultor Dimas Ferreira, 50 anos, desconhece limites para expressar sua arte (Figura 5.4). As esculturas feitas na pedra bruta estão espalhadas por toda a Serra do Gargalheiras, próxima ao açude de mesmo nome. O ateliê montado a céu aberto é uma definição perfeita do artesão acariense. Rústico, simples e criativo, Dimas exemplifica o esforço do seridoense para vencer na vida com criatividade. O jeito sereno e os traços fortes de homem marcado pela aridez do sertão renderam até uma participação no filme “Maria, mãe do filho de Deus”, filmado em Acari e projetado para todo o Brasil nas salas de cinema.



Figura 5.4 – O artesão Dimas Ferreira em seu ambiente de trabalho. Foto: Preá - Revista de Cultura, No. 8, Set/2004, pág. 73.

O artesão imprime sua imaginação por toda parte. A distância entre uma escultura e outra chega a 4 km. Aos pés da serra, uma tenda feita de galhos de árvores e coberta com palha serve de abrigo para as poucas horas de descanso. O fogão a lenha, uma panela com cuscuz e um bule com café tornam a cena ainda mais sertaneja. As ferramentas, também construídas por ele, estão espalhadas pelo chão em vários pontos.

O escultor não usa luvas. Dimas prefere sentir a textura da rocha com suas mãos calejadas antes de começar a esculpir. As obras são feitas sem retirar a rocha de seu local de origem. “É só no pensamento”, diz. “Acho que não consigo trabalhar na rua. Tem que tá bem concentrado para esculpir”.

O trabalho exige muito esforço físico e resistência ao calor do sertão. Ao encontrar a rocha ideal, o escultor demarca os pontos da pedra com um ponteiro de ferro e começa a quebrar com a ajuda de uma marreta (Figura 5.5). “Se for grande, faz uns buracos, enche de pólvora, cobre de barro e coloca o estopim”.

³ Texto retirado da Preá - Revista de Cultura, da Fundação José Augusto, número 8, em Setembro/2004, pág. 73. CCSA/DEPAD/Curso de Turismo da UFRN Capítulo 5 – O Perfil do Artesão que Produz Artes. em Minerais e Rochas no RN



Figura 5.5 – Esculturas esculpidas em rocha do tipo granito por Dimas Ferreira. Fotos: Marcos Nascimento.

Certa vez, Dimas preferiu usar uma britadeira para quebrar as pedras maiores. A experiência só durou um mês. “A máquina não conseguia fazer o que faço com as ferramentas, o meu corte é melhor”.

As esculturas de um metro levam até três meses para serem concluídas. O escultor vem criando uma estátua de Lampião, encomendada por uma empresária e produtora cultural, há vários meses. É a maior obra já feita por Dimas. “É uns seis meses ou mais de trabalho e não sei nem como cobrar”, admite.

O contato de Dimas com as pedras começou cedo. Aos 14 anos, o artesão já cortava rochedos para a construção civil. Mal remunerado, o jovem sabia que teria que encontrar uma saída para crescer profissionalmente. Os tios de Dimas costumavam utilizar pilões artesanais feitos de pedra. “Comecei por um e parti para coisas maiores. Quando estava lá cortando, via a escultura direitinha nas pedras”.

O escultor foi buscar inspiração na natureza. “Ninguém me acha em casa, estou só no meio do mato”. Dimas sempre trabalhou sozinho e encontra na solidão uma parceira ideal para refletir sobre novas criações. “É uma tranquilidade. Já pelezaram para me levar para São Paulo e até para fora do Brasil, mas prefiro continuar por aqui”.

Algumas esculturas do artesão têm percorrido cidades potiguares na exposição “Cores e Formas do Sertão Seridó”. Acari, Currais Novos e Cerro Corá foram os primeiros municípios a receber a mostra, que também conta com obras dos artistas plásticos Erasmo

Andrade e Francisco Iran. Para os conterrâneos, o trabalho de Dimas Ferreira é bom o suficiente para ganhar o mundo. Quem duvida?

5.2.3 Washington Luiz Júnior

Dados Pessoais =

Endereço: Rua José Leão Ferreira, s/n – Santana do Matos/RN.

Tel.: (84) 9929-9756

Washington não possui uma empresa constituída, tem entre 35 e 50 anos, ensino médio completo e nunca fez nenhum curso na área de minerais e rochas, mas tem grande habilidade no manuseio. Não tem nenhum curso na área de turismo ou de língua estrangeira.

Histórico ⁴=

De origem simples, desde cedo mostrou seus dons artísticos, iniciou-se como pintor de parede e logo em seguida descobriu uma habilidade para texturas e acabamentos, se tornando especialista em abrir letreiros em parede; em seguida, uma fase de trabalhos com madeira.

Nos anos 80 foi influenciado pelo mestre Jordão, artista reconhecido no estado, que foi a Santana do Matos fazer um trabalho de escultura nas paredes da Biblioteca Pública e na prefeitura municipal, atual Fórum. Como auxiliar dessa obra, acabou sendo indicado pelo mestre para concluir o trabalho de acabamento e a partir daí descobriu a escultura.

Com estilo próprio e características individuais, passou a trabalhar a pedra sabão (Figura 5.6). Destacam-se como obras principais: A estátua de Nossa Senhora de Lourdes, que se encontra na praça principal da cidade de Ipanguaçu, o busto de um personagem político na cidade de Monte das Gameleiras e a imagem de Nossa Senhora Santana, em Santana do Matos, que fica em frente a sua casa, já considerada ponto de referencia e turístico do local.

⁴ Texto retirado do jornal Cajarana, Santana do Matos, em maio de 2007.



Figura 5.6 – Artesanato em Pedra Sabão produzido pelo artesão Washington Luiz. Fotos: Cataline Lopes.

O Artesanato em Minerais e Rochas =

O artesão se interessou naturalmente pelo trabalho em pedra sabão, e aprendeu a manuseá-la só. Trabalha há quase dez anos com o Artesanato em Minerais e Rochas, cuja matéria prima adquire em uma localidade chamada Manoel Dias, próximo a Santana do Matos. Seus principais compradores são os amigos e contemporâneos, que o procuram principalmente no período da Festa de Sant’ana – Padroeira do local, onde também expõe seus trabalhos.

Produção de Artesanato para o Turismo =

Segundo o artesão a procura tanto por parte dos comerciantes quanto por parte dos turistas é baixa, porém ele acha muito importante o seu artesanato para a atração do fluxo turístico da localidade.

5.2.4 Francisco Albuquerque

Dados Pessoais =

Endereço: Centro de Artesão Mosaico Mineral – FUNDAC,
Rua Silvio Caldas, Cidade da Esperança – Natal/RN.
Fone: (84) 3232-4552

O artesão faz parte do Centro de Arte da Fundação da Criança e do adolescente (FUNDAC), tem entre 51 e 65 anos e ensino fundamental incompleto. Não fez nenhum curso

na área de minerais e rochas nem de língua estrangeira ou na área de turismo. Aprendeu a manusear as pedras com que trabalha com os colegas de trabalho.

Histórico⁵ =

O Sr. Francisco é um artesão de Natal que produz Mosaicos Minerais (Figura 5.7). Segundo ele, seu trabalho começou por acaso, quando há 25 anos atrás trabalhava como vigia em um órgão do Estado e foi convidado a fazer parte do Centro de Artes/FUNDAC, a partir daí aprendeu a manusear as pedras que utiliza para criação de mesas e quadros.



Figura 5.7 – Peças em Mosaico Mineral, feita pelo Sr. Francisco. Foto: Cataline Lopes.

Segundo Sr. Francisco na época da Guerra, os Estados Unidos era um cliente assíduo do local. Faziam várias encomendas de mesas. Mas hoje eles não aparecem mais.

Hoje ele continua trabalhando na FUNDAC com mais 5 artesãos e conhece como ninguém o manuseio das máquinas utilizadas. Máquinas essas que segundo Sr. Francisco estão ultrapassadas, o que atrapalha um pouco na produção do Artesanato em Minerais e Rochas.

O Artesanato em Minerais e Rochas =

O artesão trabalha há 25 anos com artesanato em Mosaico Mineral. As matérias-primas utilizadas no seu trabalho são: a pedra ônix, o serpentinito, entre outras, as quais são adquiridas nas regiões de Santana do Matos e Lajes. A divulgação do seu trabalho é feita através de exposições em Férias. As peças produzidas são mesas e quadros em Mosaico Mineral.

⁵ Histórico contado pelo próprio artesão.

Produção de Artesanato para o Turismo =

Segundo o artesão o nível de procura por parte dos comerciantes é médio, e por parte dos turistas é baixo, mas classifica como muito importante o artesanato como atração do fluxo turístico para a localidade. Dos turistas que procuram o artesanato feito na Oficina de Arte da FUNDAC, a maioria é estrangeiro.

5.2.5 Alberanir Persílio

Dados Pessoais =

Endereço: Associação dos Artesãos de Lajes Pintadas (AALP)

Rua Joaquim Bernardino da Silva, 5, Lajes Pintada/RN.

Fone: (84) 3691-0173/3691-0203

O artesão Alberanir faz parte da Associação dos Artesãos de Lajes Pintadas (AALP), tem entre 26 e 34 anos e tem o ensino médio incompleto. Fez o curso de artesanato pelo SEBRAE, porém não tem cursos de língua estrangeira ou na área de turismo.

Histórico⁶ =

Alberanir trabalha com pedra sabão, em Lajes Pintada, interior do Rio Grande do Norte. Ao fazer o curso de artesanato pelo SEBRAE, aprendeu a arte de manusear os instrumentos utilizados para a lapidação da pedra, a partir daí começou a produzir o Artesanato em Minerais e Rochas junto a um grupo de artesãos.

Há quatro anos atrás fez parceria com a Associação dos Artesãos de Lajes Pintadas (AALP), a qual já existe há seis anos e conta com também com artesãos que trabalham com o sisal, outro produto abundante da região.

O Artesanato em Minerais e Rochas =

A abundancia de matéria-prima no local, fez com o artesão começasse a trabalhar com o Artesanato em Minerais e Rochas, onde aprendeu seu manuseio através de cursos. Trabalha há cinco anos com o artesanato, o qual é feito em Pedra Sabão, adquirida através de jazidas no local. A divulgação do seu trabalho é feita através de exposições em Feiras de Artesanato.

⁶ Histórico contado pelo próprio artesão.

Produção de Artesanato para o Turismo =

Segundo o artesão seus compradores são comerciantes de Natal e turistas que de vez em quando aparecem em Lajes Pintadas. Com relação ao turismo Alberanir acha importante a utilização do artesanato como atração para o fluxo de turistas na localidade, e os turistas brasileiros são os que mais procuram pelo seu artesanato.

5.2.6 João Batista de Medeiros

Dados Pessoais =

Endereço: Pedra Viva

Rua Engº Roberto Freire, Nº. 8000, Box 51 e loja 43, Shopping do Artesanato.

Ponta Negra. Natal/RN

Fone: (84) 3219-0449

E-mail: pedravivarn@yahoo.com.br

O artesão possui uma empresa chamada Pedra Viva, tem entre 35 e 50 anos, tem o ensino médio completo e nunca fez cursos na área de minerais e rochas ou cursos de língua estrangeira.

Histórico⁷ =

Sr. João deu início ao trabalho de artesanato há pouco tempo. Começou a manusear sozinho os objetos utilizados para a criação das bijuterias em pedras. Além de artesão é também comerciante do ramo de Artesanato em Minerais e Rochas, ele possui uma loja, a qual comercializa as três tipologias – adorno pessoal, objeto de decoração e utensílios – e um quiosque com adornos pessoais localizados no Shopping do Artesanato (Figura 5.8).

O Artesanato em Minerais e Rochas =

O artesão trabalha há cinco anos com o artesanato em Minerais e Rochas na cidade do Natal, mais especificamente com adornos pessoais. Aprendeu a manusear só e o faz pela

⁷ Histórico contado pelo próprio artesão.

satisfação de criar com as próprias mãos. Trabalha com pedras em geral, e adquire seu material em outros estados, pois compra as pedras já prontas para o trabalho.

Seus compradores são as lojas locais e os turistas que visitam o Shopping do Artesanato. A divulgação do seu produto depende totalmente do shopping em que está inserido.



Figura 5.8 - Adornos pessoais criados pelo artesão.
Foto: Cataline Lopes.

Produção de Artesanato para o Turismo

De acordo com Sr. João, o nível de procura por parte dos comerciantes é baixo, porém o nível de procura dos turistas é alto. O mesmo vê como muito importante o artesanato como atração do fluxo turístico para a localidade. Tanto os turistas brasileiros quanto os estrangeiros procuram pelo Artesanato em Minerais e Rochas.

5.2.7 José Figueiredo

Dados Pessoais =

Endereço: Arte em Pedras

Rua José de Arimatéia, 58 – Cidade Nova, Natal/RN.

Tel.: (84) 3205-6238/ 8835-1389.

Mais conhecido como Sr. Figueiredo, o artesão usa para divulgação o nome fantasia “Arte em Pedras”, entre 35 e 50 anos, possui o ensino fundamental completo, nunca fez cursos nem na área de minerais e rochas, nem na área de turismo ou língua estrangeira.

Histórico⁸ =

Sr. Figueiredo, assim como o Sr. Francisco (Figura 5.9) – colega de trabalho no Centro de Artes da FUNDAC – começou como funcionário público há 25 anos atrás, viu no mosaico em minerais uma nova oportunidade de crescimento. Muito curioso, além do trabalho que lhe foi ensinado na FUNDAC, passou a manusear a pedra-ônix e criar seu próprio artesanato, e sempre procura inovar. Ele expõe seus trabalhos no Centro de Artes da FUNDAC, no Hospital da Liga contra o câncer (na primeira segunda-feira de cada mês), o qual parte do que vende é revertido em ajuda para o hospital, e todas as quintas-feiras e sábados no Supermercado Rede Mais de Ponta Negra.

Há pouco tempo lhe foi lançado um novo desafio, o de criar bijuterias com a pedra-ônix, Sr. Figueiredo então através de vários modelos feitos em outros materiais, conseguiu criá-las, e está para fechar negócios com a Itália através do Proart para exportar essas bijuterias.



Figura 5.9 – Sr. Figueiredo expando seus trabalhos. Foto: Cataline Lopes.

O Artesanato em Minerais e Rochas =

O artesão começou a produzir o Artesanato em Minerais e Rochas por curiosidade, além de ver como uma boa oportunidade de negócios. Ao dar início na produção de mosaico mineral, teve a ajuda de outras pessoas para aprender a manusear as máquinas, porém o trabalho de manuseio com a pedra-ônix – há oito anos – foi adquirido só (Figura 5.10).

O material utilizado vem de jazidas localizadas na região de Santana do Matos. Seus compradores são os turistas em geral e comerciantes da localidade. Seu produto é divulgado através do Proart e em exposições.

⁸ Histórico contado pelo próprio artesão.



Figura 5.10 – Artesanato em mármore-ônix (mineral calcita) produzido pelo Sr. Figueiredo. Fotos: Cataline Lopes.

Produção de Artesanato para o Turismo =

O nível de procura pelo seu artesanato é considerado médio tanto com relação aos comerciantes quanto aos turistas, seja nacional ou estrangeiro. Para Sr. Figueiredo é muito importante a utilização do artesanato para a atração do fluxo turístico na localidade, pois valoriza muito a cultural local.

5.2.8 Centro de Artesanato Mineral

O Centro de Artesanato Mineral de Currais Novos é um local onde são oferecidos cursos de lapidação em gemas e de artesanato em minerais e rochas. Nesse centro são também comercializadas as peças produzidas pelos artesãos lá formados (Fig. 5.11). Foram repassados 5 questionários para artesãos e 1 para comerciantes, porém infelizmente, não recebemos o retorno da equipe do Centro.



Figura 5.11 – Centro de Referência Mineral de Currais Novos, local que produz e vende artesanato em minerais e rochas. Aqui são ministrados cursos. Fotos: Marcos Nascimento.

6

O PERFIL DO COMERCIANTE QUE VENDE ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS NO RN

6.1 Introdução

O presente capítulo contemplará o perfil daqueles que comercializam o artesanato potiguar que tem os minerais e as rochas como matéria-prima. Aqui serão apresentados os resultados obtidos através da aplicação do questionário próprio (ver apêndice 2), bem como avaliada, as lojas que comercializam essa tipologia de artesanato, descrevendo-as de acordo com os diferentes tipos de uso do artesanato em minerais e rochas, seguindo as informações apresentadas no item 2.5 do Capítulo 2 desta monografia.

Infelizmente a impossibilidade de parte dos comerciantes em responder o questionário fez com que não fosse possível uma visão mais ampla a cerca da relação existente entre o Artesanato em Minerais e Rochas no Rio Grande do Norte e aqueles que comercializam esse produto. Mesmo assim, achou por bem apresentar os resultados referentes a sete lojas visitadas e ter, portanto, uma primeira idéia de como é feito o comércio dessa tipologia de artesanato.

O questionário aplicado aos comerciantes foi dividido em duas partes, onde na primeira tratou-se do comércio de Artesanato em Minerais e Rochas e na segunda parte dos dados referentes aos que vendem esse produto (os lojistas).

6.2 O Comércio de Artesanato em Minerais e Rochas

A pesquisa revelou que a riqueza mineral de nosso País é bem utilizada no artesanato vendido no Rio Grande do Norte, já que muitos comerciantes disseram que a peças comercializadas vem de vários cantos do Brasil, principalmente do Rio Grande do Sul, Bahia, Goiás, Ceará e Paraíba. Porém, foi importante descobrir que muitos artesanatos são produzidos (e comprados) no próprio Rio Grande do Norte, principalmente em Currais Novos

(principal pólo produtor desse tipo de artesanato), Acari, Carnaúba dos Dantas e Lajes Pintada. O lado negativo é que dois lojistas não souberam responder a procedência das peças, ficando claro o seu desconhecimento sobre o assunto. Isso fica mais evidente ainda na resposta negativa à pergunta “O Sr.(a) tem algum conhecimento sobre minerais e rochas?”. Onde cerca de 40% responderam não ter nenhum conhecimento sobre o que são minerais e rochas (Gráfico 6.1).

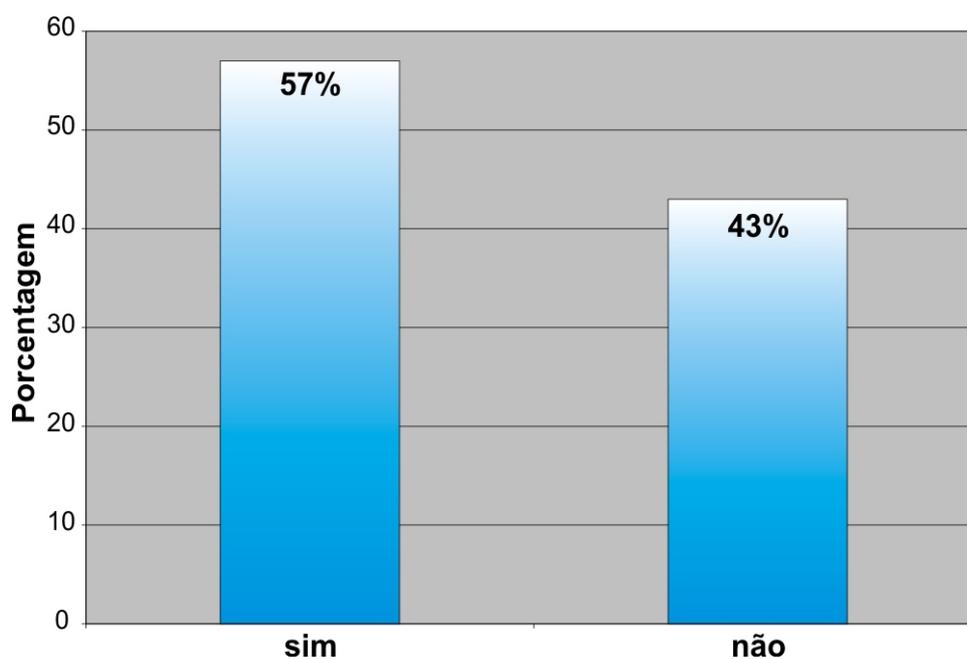


Gráfico 6.1 – Resposta do entrevistado em relação ao seu conhecimento sobre minerais e rochas. Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Os clientes que consomem esse tipo de artesanato, em sua maioria, são representados pelos turistas brasileiros e estrangeiros. No entanto, ficou constatado que, pelo menos, as lojas pesquisadas não são procuradas por residentes. Portanto, o Artesanato em Minerais e Rochas não é procurado por moradores de Natal (Gráfico 6.2).

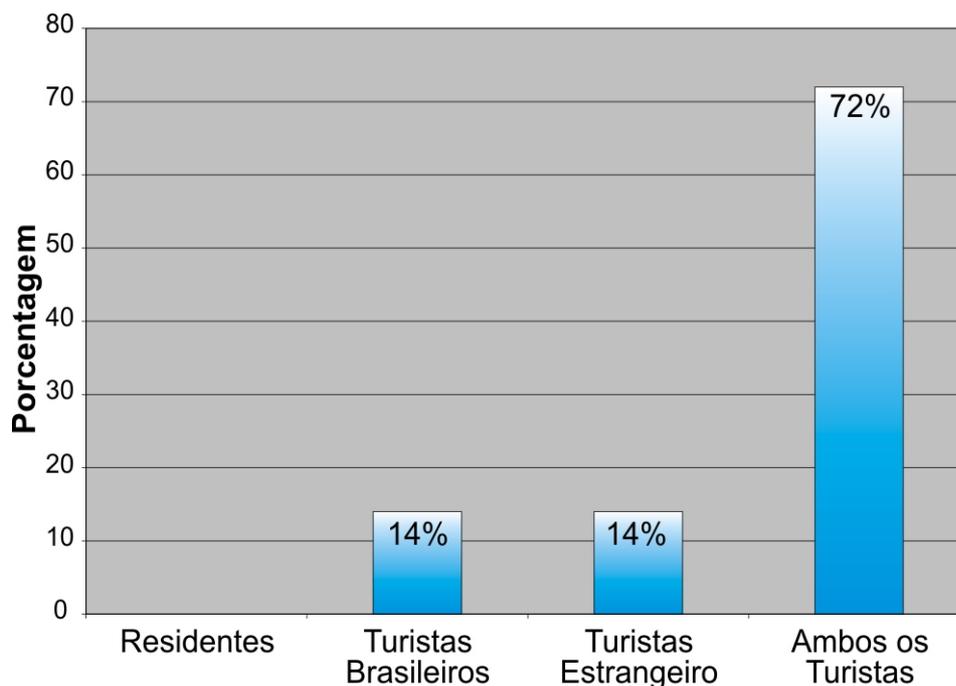


Gráfico 6.2 –Predomínio dos turistas brasileiros e estrangeiros na compra de artesanato em minerais e rochas. Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Foi perguntado aos lojistas como é feita a divulgação da sua loja e dos seus produtos. Dos itens mencionados os mais utilizados são: agências/operadoras de turismo, internet, feiras, boca-a-boca e outros. Esses últimos estão relacionados a divulgação em shoppings e centro de turismo.

A procura por essa tipologia de artesanato é considerada de média a alta pelos entrevistados (Gráfico 6.3).

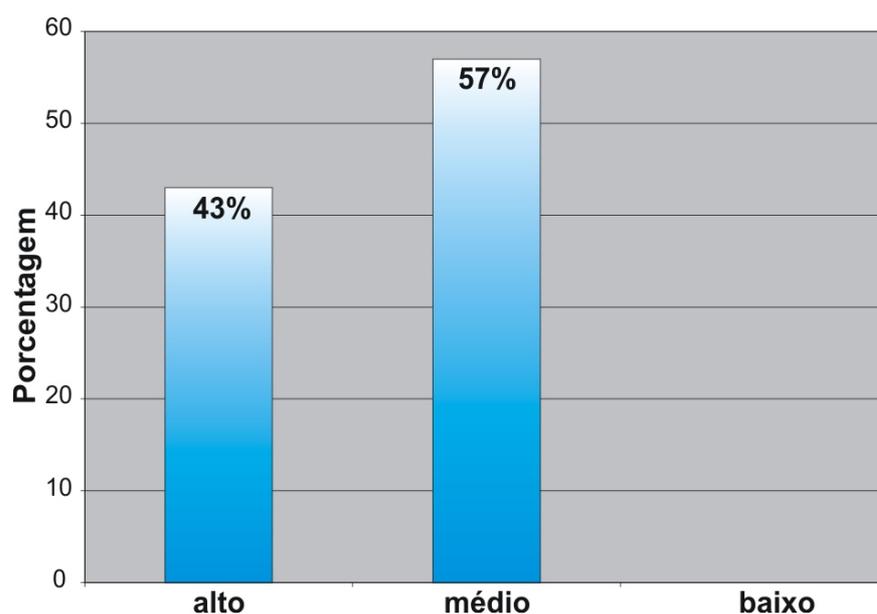


Gráfico 6.3 – Nível de procura do artesanato pelos turistas. Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Com a entrevista foi possível constatar que os funcionários entrevistados não realizaram nenhum curso de língua estrangeira ou outros cursos associados ao turismo. Contudo, aqueles que já fizeram algum curso de língua estrangeira optaram pelo espanhol, tendo ainda o alemão e italiano. O inglês não foi mencionado, provavelmente por ser uma língua já conhecida.

A pesquisa ainda revelou que o lucro total da loja pesquisada varia entre 10-20% e 30-40%. Apenas uma loja respondeu que seu lucro é de 90-100% (a Pedra Corada), por se tratar de uma loja que trabalha exclusivamente com Artesanato em Minerais e Rochas (Gráfico 6.4).

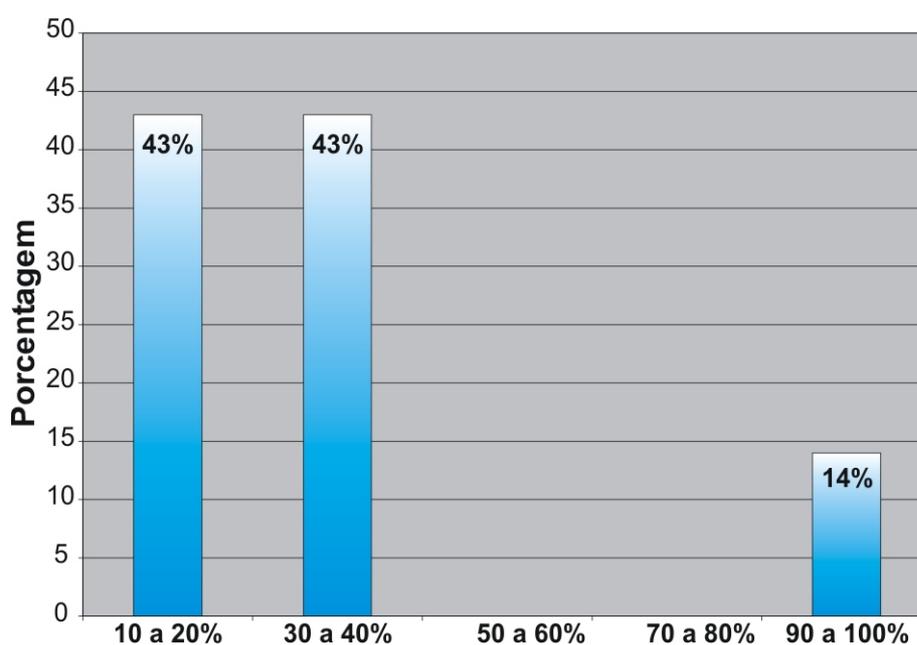


Gráfico 6.4 – Porcentagem do lucro total da loja com relação ao artesanato em minerais e rochas. Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

A divulgação dos artesanatos passa por convênios junto a hotéis ou agências de viagens, porém as respostas ao questionário mostram que a maioria não possui nenhum tipo de convênio, cerca de 70% (Gráfico 6.5). No entanto, as que possuem citaram as parcerias com a CVC, Luck, Potiguar Turismo, Escandinavian e outros receptivos.

Finalmente, dentre as maiores dificuldades de se trabalhar com o Artesanato Mineral foram citadas a falta de investimento no turismo como um todo, porém a maioria definiu que não possuem dificuldades para vender seus produtos.

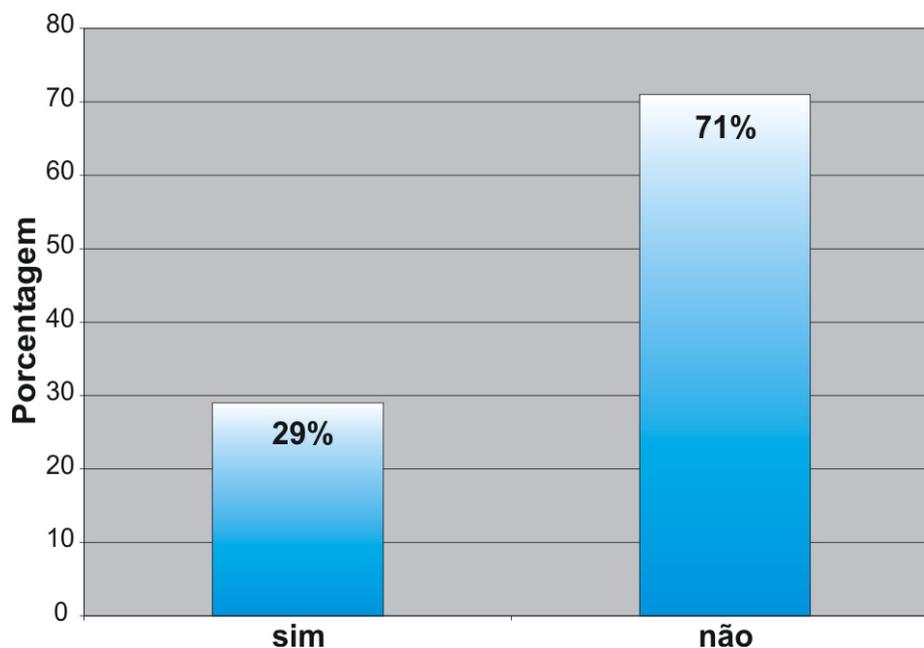


Figura 6.5 – Porcentagem de lojas conveniadas com hotéis ou agências de turismo. Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

6.3 Dados Pessoais dos Lojistas Entrevistados

Para entender melhor que são aqueles que comercializam o Artesanato em Minerais Rochas nas lojas, a pesquisa definiu que a maioria dos entrevistados tem entre 26 e 34 anos de idade (Gráfico. 6.6). Em sua maioria possuem ensino médio completo.

Foi perguntado o que levou o lojista a comercializar o Artesanato em Minerais e Rochas e todos foram unânimes em dizer que é devido a oportunidade um bom negócio.

E finalmente, a maioria daqueles que comercializam o artesanato em minerais e rochas em Natal estão no mercado de trabalho a cerca de 6-10 anos.

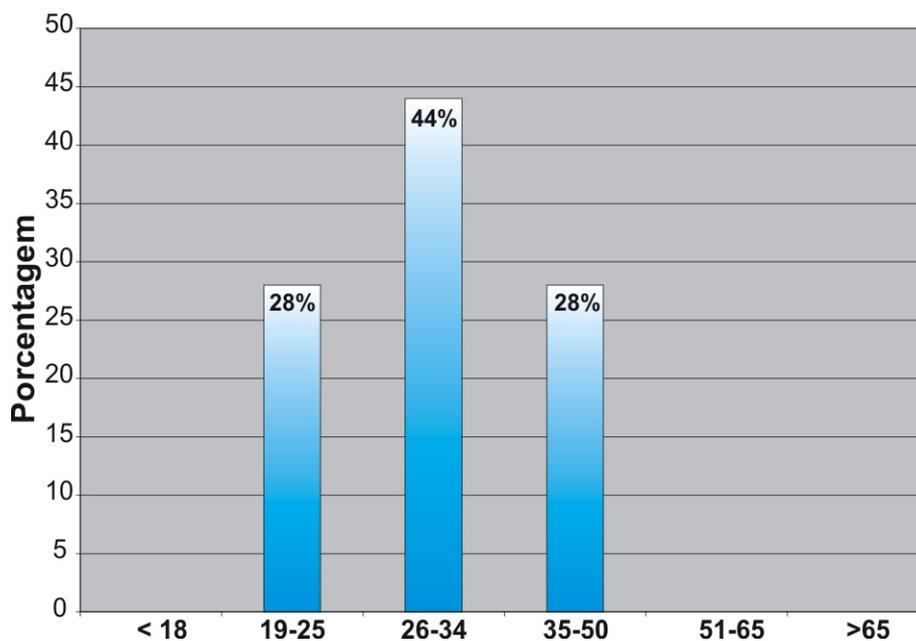


Gráfico 6.6 – Valores de idades daqueles que responderam os questionários.
 Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Dentre os diferentes tipos de uso do Artesanato em Minerais e Rochas, apresentados nesta monografia como decoração/arte, adorno pessoal e utensílios, o primeiro se destaca nas vitrines das lojas pesquisadas, ficando em segundo lugar o adorno pessoal (Fig.6.7).



(a)



(b)



(c)



(d)



(e)



(f)

Figura 6.1 – Diferentes tipos de artesanato em minerais e rochas encontrados nas lojas de Natal. (a,b) Exemplos da Loja Pedra Corada, em (a) um boneco segurando uma peça de decoração (mineral berilo), em (b) peças de decoração e utensílios; (c,d) Exemplos da Loja Pedra Viva, peças de decoração; (e,f) Exemplos da Loja no Vilarte, peças de decoração. Fotos: Cataline Lopes.

7

A PERCEPÇÃO DOS TURISTAS QUE VISITAM NATAL EM RELAÇÃO AO ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS NO RN

7.1 Introdução

Na análise dos dados coletados, busca-se neste capítulo responder às questões de estudo formuladas a partir do objetivo principal, o que é efetivado através da interpretação dos formulários e dos diálogos realizados com os turistas e juntamente com as observações feitas de forma crítica e intencional, além do apoio do referencial teórico utilizado anteriormente.

7.2 O Turista que Visita Natal e sua Percepção em Relação ao Artesanato em Minerais e Rochas.

Através das suas belezas naturais e culturais, o Rio Grande do Norte vem despontando no turismo e se desenvolvendo cada vez mais. Dados da Secretaria de Turismo do Estado (2006) mostra que o Rio Grande do Norte recebe mais de 2.000.000 de turistas ao ano.

A pesquisa de campo feita através de formulários com os turistas que visitaram shoppings e lojas de artesanato em Natal, revela com quem esses turistas viajavam. Ver Gráfico 7.1:

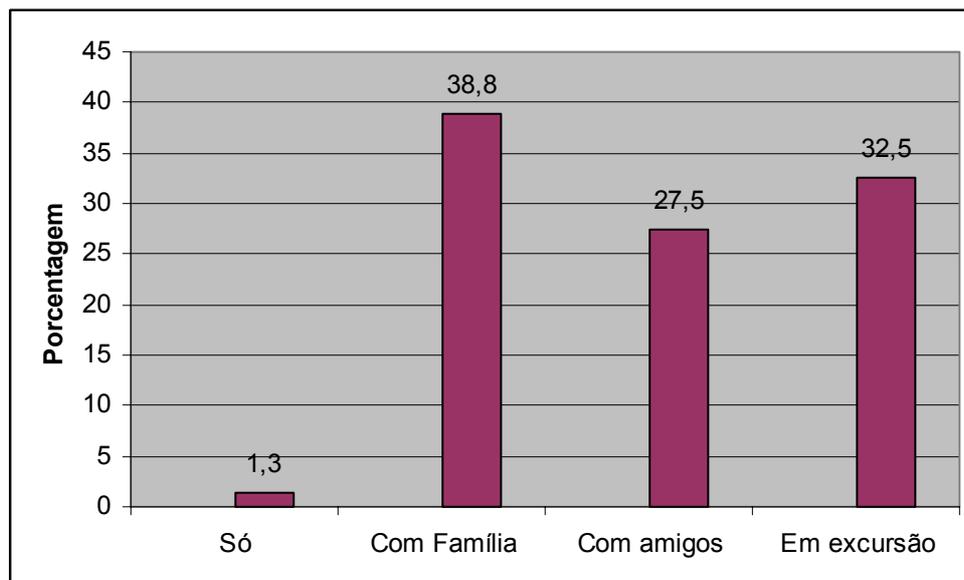


Gráfico 7.1 - Forma de viagem dos turistas que visitaram Natal.
 Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Percebe-se que 38,8% dos turistas viajaram em companhia da família, já 32,5% em excursão e 27,5% em companhia dos amigos e apenas 1,2% dos turistas estavam viajando só. Ao vir a natal, os turistas geralmente vêm sobre a afluência de descanso, prazer ou férias (IGNARA, 2004), como mostra o gráfico 7.2 abaixo:

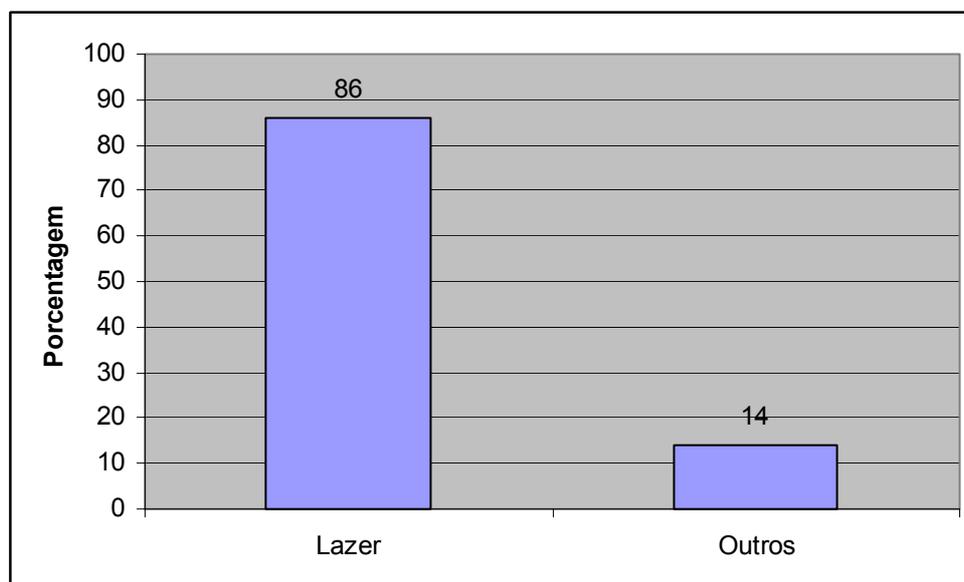


Gráfico 7.2 - Principal motivação da viagem.
 Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

De acordo com o gráfico acima, a principal motivação da viagem dos turistas pesquisados, é o lazer (86,2%), que se deve muitas vezes, pelos atrativos que a cidade oferece.

Todos os turistas abordados disseram que estavam de férias ou passando o fim de semana. No que diz respeito à opção “outros”, 13,8% disseram que estavam visitando a família ou em lua-de-mel.

A maioria dos turistas (70,0%) permaneceu, em média, de 3 a 5 dias em Natal, e apenas 5,0% ficaram até 2 dias, pois estavam apenas de passagem e iriam para outras cidades.

O Rio Grande do Norte é muito rico em representações culturais (CANEN, 2005), e o artesanato é uma das representações que mais chama a atenção do turista que visita o nosso estado. De fato, 71,2% dos turistas entrevistados visitaram lojas de artesanato em minerais e rochas, provando o que disseram Almeida, Mendes e Pires (2005), que através do turismo, as pessoas optam por conhecer novas culturas, tendo como alvo a identidade cultural de um povo, como por exemplo, o artesanato.

Os entrevistados que responderam que não visitaram as lojas de artesanato em minerais e rochas (28,8%), eram geralmente os maridos esperando as esposas fazerem as compras ou pessoas que não tiveram o interesse em comprar o artesanato, mas como estavam em excursão, foram obrigados a parar no local, para só após a visita conhecer as praias, ou outros locais que os interessassem.

Apesar disso, o Artesanato em Minerais e Rochas vendido no Rio Grande do Norte ainda é pouco divulgado, posto que a maioria dos entrevistados (75%), antes de vir ao Rio Grande do Norte, não tinha conhecimento de que o Estado produzia esse tipo de artesanato. A tabela 7.1 abaixo mostra de que forma os entrevistados tomaram conhecimento sobre a produção de Artesanato em Minerais e Rochas no Rio Grande do Norte.

Como tomou conhecimento?	%
Familiares que moram na cidade	15,0
Reportagem em jornais e revistas	5,0
Livros/Guias sobre o lugar	15,0
Documentação Turística (folders, panfletos etc.).	25,0
Visitou a cidade outras vezes	40,0
Total	100,0

Tabela 7.1. Como tomou conhecimento da produção de Artesanato em Minerais e Rocha no Rio Grande do Norte.

Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Percebe-se que a maioria dos turistas que já tinha o conhecimento que o Rio Grande do Norte produzia o Artesanato em Minerais e Rochas, esteve outras vezes na cidade (40%),

enquanto que 25% tomaram conhecimento através de documentação turística, 15% através de livros e guias, 15% através de familiares que moram na cidade e apenas 5% através de livros e revistas.

Dentre os entrevistados que visitaram as lojas de artesanato em minerais e rochas, uma grande parte não realizou qualquer compra, como mostra a tabela 7.2 abaixo:

Comprou alguma peça?	%
Sim, adorno pessoal	5,3
Não	68,4
Sim, objeto de decoração	17,5
Sim, utensílios	8,8
Total	100,0

Tabela 7.2 - Ao visitar a loja de Artesanato em Minerais e Rochas, comprou alguma peça, qual?
Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Assim, apesar de visitarem as lojas de artesanato em minerais e rochas, 68,4% não compraram esse produto – contrariando o que assevera Ignarra (1999), sobre o fato de o visitante querer comprar lembranças típicas do local onde visita. Alguns alegaram que, como iriam para outras cidades, não comprariam por ter medo de quebrá-los; já outros turistas disseram que, por estarem de passagem e terem pouco tempo no local, estavam só conhecendo o artesanato.

Foi justamente a falta de tempo que foi citado quando perguntado ao turista que ainda não tinha visitado as lojas de artesanato em minerais e rochas, se o mesmo teria interesse em fazê-lo. Onde 69,6% responderam que teriam interesse, inclusive se tivessem tempo visitariam, e apenas 30,4% não visitariam, pois não estavam procurando artesanato, e sim de passagem pelo local com o grupo.

Em conversas com vendedores de lojas e pessoas que trabalham nos locais onde são vendidos os artesanatos, contou-se que o que mais influencia o não consumo dos turistas são os guias que acompanham os grupos, que muitas vezes não permitem que os mesmos passem mais tempo nos locais – estima-se o tempo médio de visitas dos grupos entre 15 a 20 minutos – ou dizem que os objetos são apenas para admirar, já que não ganham nenhuma porcentagem por isso, ou que geralmente já receberam do local e não têm interesse que os turistas comprem.

Quanto às compras de artesanato em minerais e rochas efetuadas pelos turistas entrevistados, percebe-se que a tipologia mais vendida relaciona-se aos objetos de decoração (17,5%), seguidos pelos utensílios (8,8) e adornos pessoais (5,3).

Sabe-se que um ponto importante para que o turista fique satisfeito com a viagem, é a receptividade do local, e com os estabelecimentos turísticos, não deve ser diferente. O gráfico 7.3 mostra a opinião dos turistas com relação ao atendimento nas lojas de Artesanato em Minerais e Rochas.

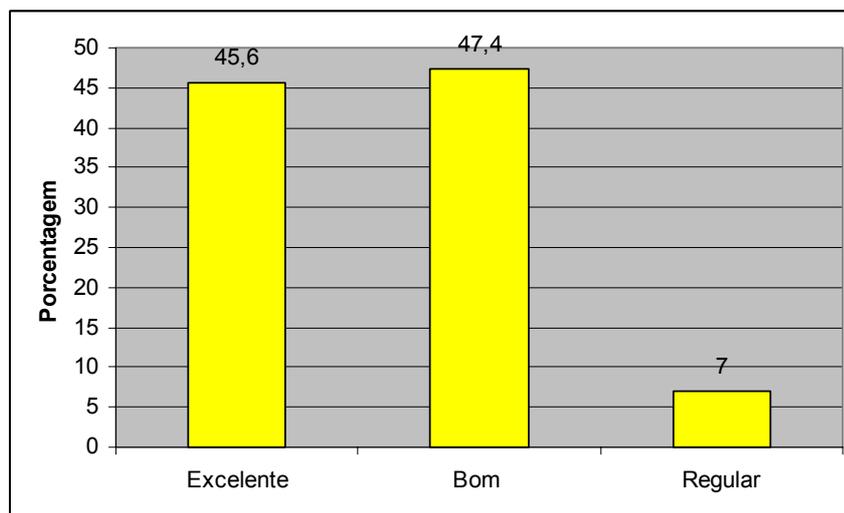


Gráfico 7.3 - Opinião dos turistas quanto ao atendimento em lojas de Artesanato em Minerais e Rochas.

Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

De acordo com a opinião dos turistas abordados, o atendimento nas lojas de Artesanato em Minerais e Rochas é classificado entre bom (34%) e excelente (33%), enquanto que apenas 5% classificam como regular e 29% não puderam responder, pois não visitaram nenhuma loja.

De acordo com o SEBRAE (2004), a procura pelo Artesanato em Minerais e Rochas se deve, principalmente, à beleza das peças, muitas vezes refletindo a criatividade dos artesãos. Esta é a realidade demonstrada pela tabela abaixo:

Nível	%
Muito Bonito	66,7
Bonito	33,3
Total	100,0

Tabela 7.3 - Avaliação do Artesanato em Minerais e Rochas quanto a beleza.

Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

A beleza do Artesanato em Minerais e Rochas chama muito a atenção dos turistas, que o conhecem, pois 66,7% classificaram-no como muito bonito. A originalidade e a qualidade também foram bem classificadas pelos mesmos. Ver tabelas abaixo:

Nível	%
Muito Original	78,9
Original	12,3
Pouco Original	5,3
Muito Comum	3,5
Total	100,0

Tabela 7.4 - Avaliação do Artesanato em Minerais e Rochas quanto à originalidade.
Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Pode-se perceber que a originalidade do Artesanato em Minerais e Rochas é um ponto muito forte na opinião dos turistas, onde 78,9% o classificaram como muito original as peças encontradas e apenas 3,5% como muito comum.

Nível	%
Boa qualidade	73,7
Qualidade razoável	17,5
Pouca qualidade	3,5
Não soube responder	5,3
Total	100,0

Tabela 7.5 - Avaliação do Artesanato em Minerais e Rochas quanto à qualidade
Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

A qualidade das peças também é apreciada pelos visitantes de Natal, uma vez que a maioria (73,7%) viu como de boa qualidade o artesanato em Minerais e Rochas produzido no Estado, 3,5% consideraram de pouca qualidade e 5,3% não souberam responder, alegando que não conheciam o material utilizado.

Os turistas também opinaram sobre o nível de preço do Artesanato em Minerais e Rochas, onde os resultados foram cruzados com a renda familiar, a qual não influenciou na opinião dos mesmos.

	Renda familiar mensal:				Total	
	1-3 SM	4-6 SM	7-10 SM	Mais de 10 SM		
Avaliação do Artesanato em Minerais e Rochas quanto ao preço.	Muito Barato		26,7%	6,9%	20,0%	14,0%
	Barato	66,7%	13,3%	34,5%	30,0%	29,8%
	Razoável		40,0%	37,9%	10,0%	31,6%
	Não soube responder	33,3%	20,0%	17,2%	40,0%	22,8%
	Pouco Caro			3,5%		1,8%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 7.6 - Avaliação do Artesanato em Minerais e Rochas quanto ao preço - Renda familiar mensal.

Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Através dos dados da tabela 7.6, entende-se que os turistas que têm renda familiar compreendida entre 4 a 6 salários mínimos (40%) e de 7 a 10 salários mínimos (37,9%), avaliaram o preço do Artesanato em Minerais e Rochas como razoável, já os que têm renda de 1 a 3 salários mínimos (66,7%), o classificaram como barato. Quanto aos turistas que não souberam responder – em sua maioria (40%), os que têm renda maior de 10 salários mínimos – argumentaram que não chegaram a perguntar o preço.

Na totalidade, a avaliação dos visitantes abordados foi a de que o preço do Artesanato em Minerais e Rochas é razoável (31,6%), e que 22,8% não souberam responder. Apesar de os turistas que têm renda familiar entre 1 a 3 salários mínimos classificarem como barato o nível de preço dos artesanatos, não são eles os maiores compradores, como mostra a figura 7.4. De acordo com a figura, os turistas que mais compraram o Artesanato em Minerais e Rochas são os que têm renda familiar mensal entre 7 e 10 salários mínimos, sendo 67% de adorno pessoal, 50% de objetos de decoração, 51% não compraram nenhum dos tipos do artesanato e 57% não visitaram as lojas. Entre os turistas que têm renda familiar entre 4 e 6 salários mínimos, a tipologia mais procurada são os objetos de decoração (40%), enquanto que os que têm renda entre 1 e 3 salários mínimos preferem os utensílios (40%). Já entre os que recebem mais de 10 salários mínimos, apenas 33% compraram o Artesanato em Minerais e Rochas, cuja tipologia é de adornos pessoais.

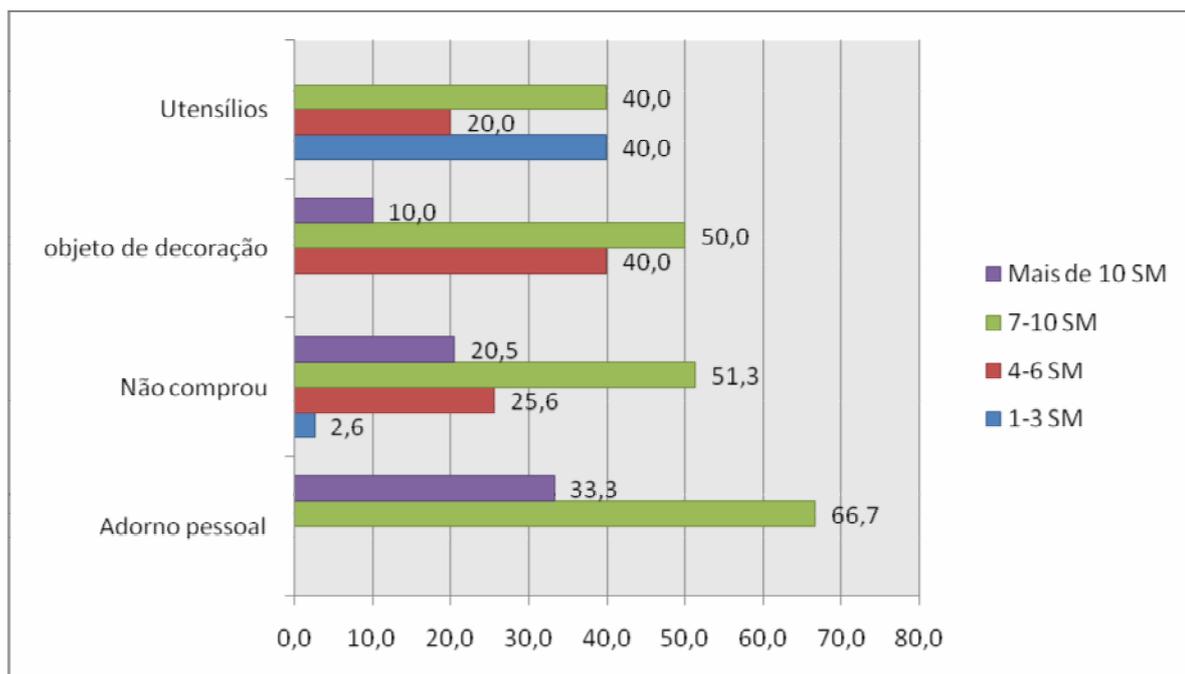


Gráfico 7.4 - Renda Familiar Mensal – Compras de Artesanato em Minerais e Rochas feita pelos turistas. Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

A partir do gráfico 7.4, inicia-se a delimitação do perfil do turista que compra o Artesanato em Minerais e Rochas. O Rio Grande do Norte recebe turistas de vários lugares do mundo e do Brasil também, sendo esses os turistas que foram avaliados. Com isso, a Tabela 7.7 mostra qual a naturalidade dos turistas que compram o Artesanato em Minerais e Rochas.

Estado onde reside	Em caso positivo, o (a) Sr.(a) comprou alguma peça?				Total
	Adorno pessoal	Não	Objeto de decoração	Utensílios	
Acre		2,6%	10,0%		3,5%
São Paulo	66,7%	43,6%	70,0%	60,0%	50,9%
Paraná	33,3%	12,8%		20,0%	12,3%
Pernambuco		12,8%			8,8%
Rio de Janeiro		10,3%	20,0%		10,5%
Ceará		17,9%		20,0%	14,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 7.7 - Estado de Residência – Compras de Artesanato em Minerais e Rochas pelos turistas. Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Percebe-se que os turistas que adquirem o Artesanato em Minerais e Rochas são os paulistas (70%), os quais compram em sua maioria os objetos de decoração, em seguida estão os paranaenses, com 33% de compras em adornos pessoais, e apenas 10% dos acreanos,

compraram objetos de decoração. Outro ponto do perfil dos turistas que compraram o Artesanato em Minerais e Rochas é a profissão. A tabela 7.8 abaixo mostra quais profissões se destacam na compra do artesanato.

Profissão	Adorno pessoal	Não comprou	Objeto de decoração	Utensílios
Engenheiro		7,7%	10,0%	
Aposentado (a)	33,3%		70,0%	20,0%
Estudante		17,9%		20,0%
Recepcionista		5,1%		20,0%
Administrador	33,3%	5,1%		20,0%
Analista técnico		7,7%		
Técnico em computação	33,3%	2,6%	20,0%	
Secretário (a)		10,3%		
Advogado		7,7%		
Outros		35,9%		20,0%

Tabela 7.8 - Compras de Artesanato em Minerais e Rochas feitas pelos turistas - Profissão
Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

Com pode-se ver, os aposentados são os que mais compraram o Artesanato em Minerais e Rochas, sendo 70% de objetos de decoração e 20% de utensílios. Outras profissões que se destacam na compra do artesanato são administradores e técnicos de computação, os quais adquiriram em sua maioria (33%) adornos pessoais.

Outra característica traçada do turista que compra o Artesanato em Minerais e Rochas, é o grau de escolaridade, como mostra a tabela 7.9 abaixo:

Escolaridade	Em caso positivo, o (a) Sr.(a) comprou alguma peça?				Total
	Adorno pessoal	Não	Objeto de decoração	Utensílios	
Ensino médio completo	33,3%	38,5%	70,0%	60,0%	45,6%
Ensino superior incompleto		23,1%		20,0%	17,5%
Ensino superior completo	66,7%	38,5%	30,0%	20,0%	36,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 7.9: Escolaridade – Compras de Artesanato em Minerais e Rochas feitas pelos turistas.
Fonte: Pesquisa de Campo, 2007.

A tabela 7.9 nos mostra que o turista que tem ensino médio completo, compra em sua maioria (70%), objetos de decoração. Quanto aos turistas de ensino superior incompleto, 23,1% não compraram nenhum tipo do artesanato, e os turistas com ensino superior completo, 66,7% adquirem o adorno pessoal.

Na totalidade 45,6% dos turistas que visitaram as lojas de Artesanato em Minerais e Rochas, têm o ensino médio completo, onde boa parte possui o curso técnico. Enquanto que 36,8% têm o nível superior completo.

8

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, a exploração do Artesanato em Minerais e Rochas, no turismo do Rio Grande do Norte, vem crescendo aos poucos, possibilitando assim o desenvolvimento e a valorização cada vez maior da cultura local.

Frente à problemática exposta, essa pesquisa buscou conhecer melhor o mercado turístico do artesanato em minerais e rochas, através da delimitação dos perfis dos artesãos e comerciantes que trabalham com esse tipo de artesanato, bem como a percepção dos turistas que visitam o Rio Grande do Norte com relação ao mesmo, além de conhecer o perfil dos turistas que o consomem.

Os artesãos que produzem a tipologia do artesanato voltado para os minerais e as rochas são em sua maioria homens simples, que aprenderam essa arte por conta própria, e em cada peça que produzem conseguem caracterizar a cultura local. Eles viram no artesanato a oportunidade de um bom negócio, pois o Rio Grande do Norte é rico em matéria-prima como a pedra-sabão e o mármore ônix, por exemplo. Apesar de toda a criatividade, os artesãos não possuem um conhecimento mais aprofundado na área de minerais e rochas, nem em línguas estrangeiras, o que pode dificultar na qualidade do atendimento aos clientes que os procuram, já que alguns exportam o seu artesanato.

A procura dos comerciantes locais pelo artesanato em minerais e rochas é tida como média pelos artesãos, isso se deve ao pequeno número de lojas que trabalham com esse tipo de artesanato no Rio Grande do Norte. Porém, comerciantes estrangeiros também procuram por esse artesanato.

Percebe-se também que a procura dos turistas pelo artesanato diretamente ao artesão depende da localidade em que está inserido. A procura pelos artesãos que estão em locais de visitação turística como shoppings e centros de artesanatos, é bem maior que a procura por artesãos que residem no interior do Estado, ou que comercializam o artesanato em sua residência.

Os artesãos recebem o apoio de programas do governo em parceria com o SEBRAE, porém em catálogos criados pelos mesmos que, por vezes divulgam de forma equivocada os tipos de matéria-prima utilizada nos artesanatos em minerais e rochas, fazendo com que

peças leigas conheçam as peças de forma errada. O conhecimento mínimo sobre o tipo de artesanato e sua matéria-prima deve ser encarado por todos que fazem parte da cadeia produtiva, como muito importante. Portanto, cursos sobre o que são minerais e rochas, como ocorrem e sua aplicabilidade para o artesanato são imprescindíveis.

Segundo os artesãos, o artesanato que produz é procurado tanto pelo turista nacional quanto pelo turista estrangeiro. Através disso eles vêm como de grande importância a utilização do artesanato em minerais e rochas com forma de atração turística para uma localidade.

Em Natal, há algumas diversidades de lojas que comercializam o artesanato em minerais e rochas, as quais estão localizadas em regiões de maior fluxo turístico como shoppings e centros de artesanatos de Ponta Negra e Praia do Meio. Compram o artesanato diretamente aos artesãos locais ou de outros estados, por isso não se pode dizer que determinadas lojas de artesanato comercializam os produtos regionais.

Infelizmente constatou-se que muitos dos lojistas não estão preparados para comercializar suas peças, muitos deles não sabem nem de onde vem o artesanato, bem como o que são minerais e rochas, por exemplo. Para um melhor atendimento junto aos turistas, faz-se necessário que os proprietários dos pontos comerciais que vende essa tipologia de artesanato promovam cursos de capacitação dos vendedores, permitindo que os mesmos tenham um conhecimento mínimo sobre o produto que vende.

Ao conhecer melhor a percepção do turista assim como traçar o perfil dos que compram o artesanato em minerais e rochas, tem-se a seguinte conclusão:

Como os turistas que visitam Natal vêm por motivo de lazer, procuram conhecer tudo o que a cidade pode oferecer, principalmente sua cultura, na qual está inserido o artesanato. Os turistas que visitam as lojas de Artesanato em Minerais e Rochas os classificam como bonitos, originais e de boa qualidade, juntamente com o bom atendimento das lojas.

Porém antes de virem a Natal, os turistas não têm o conhecimento de que o Estado produz o artesanato em minerais e rochas, e os que já o tinham, foi por terem visitado outras vezes a região. Isso ocorre pela falta de divulgação desse tipo de artesanato em outras localidades. Vale salientar que boa parte de matéria-prima é proveniente do próprio Estado, esse sendo atualmente o quarto maior produtor de recursos minerais do País.

Outro ponto negativo com relação à acessibilidade do Artesanato em Minerais e Rochas é os guias de turismo, pois os mesmos influenciam muitas vezes na compra dos turistas, seja no pouco tempo que permanecem nos locais de vendas, ou na falta de interesse,

pois o turista comprando ou não, conhecendo ou não o artesanato em minerais e rochas, não fará diferença na porcentagem que os locais pagam para que levem os grupos de turistas.

Os turistas que compram o Artesanato em Minerais e Rochas têm o seguinte perfil: Renda familiar entre 7 e 10 salários mínimos, residem em São Paulo, são aposentados com nível médio completo, os quais compram em sua maioria adornos pessoais e objetos de decoração.

Frente aos resultados da pesquisa, percebe-se a necessidade de uma maior divulgação do Artesanato em Minerais e Rochas, através de parcerias com o governo, tanto em âmbito nacional, quanto internacional; uma maior qualificação tanto dos artesãos quanto dos comerciantes, através de cursos de línguas e cursos na área de minerais e rochas; uma consultoria na área de minerais e rochas e turismo nos programas que divulgam o Artesanato em Minerais e Rochas, no que diz respeito às matérias-primas utilizadas e sua divulgação no mercado turístico; além de uma conscientização por parte dos guias de turismo receptivos, quanto à importância da divulgação do artesanato para o Estado, bem como a inclusão de visitas a oficinas de artesãos e jazidas de minerais e rochas em roteiros turísticos.

Um ponto levantado pelos turistas, é a fragilidade dos objetos, pois muitos não compram o artesanato por medo de quebrá-los durante a viagem. Com isso pode-se mencionar ainda, como estratégia importante a ser adotada, a criação de embalagens seguras para o transporte do Artesanato em Minerais e Rochas e o esclarecimento dos vendedores junto aos turistas de que muitas das peças vendidas parecem ser frágeis, mas o material é resistente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Celene, MENDES, Jucélia, PIRES, Laísa. A relação entre o artesanato e o turismo. Disponível em: <http://www.feapa.com.br/novosite/Artesanato_e_turismo.pdf> . Acessado em: 28 out. 2006.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org.). Turismo: Segmentação de mercado. 6. ed. São Paulo: Futura, 1999.
- ARTESANATO mineral. Pirenópolis, 2006. Disponível em: <<http://www.pirenopolis.com.br>> . Acessado em: 18 mar. 2007.
- BARRETO, Maragarita. Manual de iniciação ao estudo do turismo. 3. ed. Campinas, SP: Papyrus, 1998.
- BARRETO, Margarida. Planejamento e organização em turismo. Campinas, SP: Papyrus, 1991.
- BEZERRA, Olívia Maria de Paula Alves, DIAS Elizabeth Costa, GALVÃO, Márcio Antônio Moreira. Artesanato em pedra-sabão de Ouro Preto: Antecedentes históricos, situação atual e principais desafios. Rio de Janeiro/RJ, 2001. Disponível em: <<http://www.race.nuca.ie.ufjf.br>>. Acessado em: 20 mar. 2007.
- BRILHA J. Patrimônio Geológico e Geoconservação: a conservação da natureza na sua vertente geológica. Palimage Editores, Braga/Portugal, 190p, 2005.
- CANEN, Lílian. Cultura e povo do Rio Grande do Norte. Natal/RN, 2005. Disponível em: <<http://www.nataltrip.com>>. Acessado em: 10 mai. 2007.
- CARVALHO, Heid Cristina Buzato de. Artesanato de caixetas em São Sebastião – SP. São Paulo, 2001 Disponível em: <<http://www.teses.usp.br>> . Acessado em: 31 out. 2006.
- CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FORMIGAS. Estrutura projetos de pesquisa, Formigas, MG, 2004. Disponível em: <<http://www.uniformg.edu.br>>. Acessado em: 25 nov. 2006.
- CHIODI FILHO, Cid. Situação e perspectivas brasileiras no setor de rochas ornamentais e de revestimentos. Salvador/BA, 2001.
- CORSI, Elaine. Patrimônios Histórico-culturais: Uma nova perspectiva para o urbano e o rural através do turismo sustentável. Uberaba/MG: Caminhos da Geografia, 2004. Disponível em: <http://www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html>. Acessado em: 23 abr. 2007.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. 7. ed. São Paulo: Futura, 1998.

DOMINGUEZ, Paula Revenga. Patrimonio cultural e turismo: Valor y realidad de la educación patrimonial en el marco de los estudios de turismo em España. 3. vol. Espanha: Saberes, 2005.

DEPARTAMENTO Nacional de Produção Mineral. Desempenho da produção mineral brasileira. 2006. Disponível em: <<http://www.dnpm.gov.br>>. Acessado em: 15 fev. 2007.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 3 ed. Atlas:São Paulo, 1995.

FÓRUM MUNDIAL DE TURISMO. Seminário ibero-americano discute artesanato e turismo, 2005 Disponíveis em: <<http://www.desti-nations.net>> . Acessado em 02 dez. 2006

HORTMANN, Sérgio. Exportação de jóias, pedras preciosas e artesanato mineral. Disponível em: <<http://www.joiabr.com.br/comex/export.html>>. Acessado em: 05 out. 2006.

IGNARRA, Luiz Renato. Fundamentos do turismo. São Paulo: Pioneira, 1999.

TRIBUNA DO NORTE. Mineral não explora suas riquezas. Natal/RN: 2004. Disponível em: <www.cprm.gov.br>. Acessado em: 20 set. 2006.

LAUBE, Ivania Dalton. Diagnóstico dos recursos da oferta turística de Schroeder. Blumenau, 2004. Disponível em: <<http://www.schroeder.com.br/documentos>>. Acessado em: 21 mar. 2007.

LICCARDO, Antônio. Artesanato em materiais gemológico – Alguns aspectos. Ouro Preto, 1991. Universidade Federal de Ouro Preto, 1991.

LICCARDO, Antônio, LICCARDO, Valentina Berger. Pedra por pedra: mineralogia para crianças. São Paulo: Oficina de textos, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. Metodologia do trabalho científico. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINS, Anne Bastos, VIEIRA, Gustamara Freitas. Turismo e patrimônio cultural: possíveis elos entre identidade, memória e preservação. Juiz de Fora/MG: Estação Científica, 2006.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Manual para elaboração de monografias e dissertação. Atlas: São Paulo, 2000.

MARTINS, Gilberto de Andrade, LINTZ, Alexandre. Guia de elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso. Atlas: São Paulo, 2000.

MARTINS, Saul. Contribuição ao estudo científico do Artesanato. Belo Horizonte: Imprensa oficial do Estado de Minas Gerais, 1973. Disponível em: <<http://www.eba.ufmg.br/artesmanato/historia>> . Acessado em: 28 out. 2006.

MINERAÇÃO TOMAZ SALUSTINO S/A. 2006. Disponível em: <<http://www.minabrejui.com.br/historia.html>>. Acessado em: 15 nov. 2006.

- MUNICÍPIO EM FOCO. Agronegócio, artesanato e serviços impulsionam Cristalina. Goiás, 2004. Disponível em: <<http://www.seplan.go.gov.br/revista>> . Acessado em: 19 mar. 2007.
- MUNICÍPIO EM FOCO. Governo estimula e financia talentos do artesanato mineral. Goiás, 2004. Disponível em: <<http://www.seplan.go.gov.br/revista13>> . Acessado em: 12 mar. 2007.
- ORGANIZAÇÃO Mundial do Turismo. Introdução ao turismo. Roca, 2001.
- ORGANIZAÇÃO Mundial do Turismo. Datos esenciales del turismo. Edición 2006. Disponível em <<http://www.world-tourism.org>>. Acessado em 10 mai. 2007.
- PEDRA sabão garante alta das exportações. São Paulo: Agência do Estado, 2007. Disponível em: <<http://www.brasil.infomine.com>>. Acessado em: 10 mar. 2007.
- PIRES, Mário Jorge. Lazer e turismo cultural. 2. ed. Barueri/SP: Manole, 2002.
- PROGRAMA de Artesanato Potiguar. Governo do Estado do Rio Grande do Norte. Natal/RN, 2005. Disponível em: <<http://www.sine.rn.gov.br/proart/proart-artepotiguar.htm>>. Acessado em: 15 abr. 2007.
- RAMPAZZO, Lino. Metodologia científica para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. São Paulo: Loyola, 2002.
- REIS, Rosângela Panceri dos. Mármore e Granito: Arte e Responsabilidade Social. 2004.
- SANTOS, Antonio Raimundo dos Santos. Metodologia científica: a construção do conhecimento. DP&A: Rio de Janeiro, 2001.
- SEBRAE. Indústria de Jóias: Lapidando a imagem da jóia brasileira. SEBRAE, 2006. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>> . Acessado em: 10 mar. 2007.
- SEBRAE/AM. Artesanato: passo a passo para exportação. Manaus/AM, 2001.
- SEBRAE/RN. Artesanato potiguar: A trama da tradição da beleza. SEBRAE/RN, 2003.
- SEBRAE/RN, GOVERNO do Estado do Rio Grande do Norte. Programa Potiguar de Artesanato. Catálogo. Rio Grande do Norte/Brasil, 2007.
- SEBRAE. Programa Sebrae de Artesanato. SEBRAE, 2004. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>> . Acessado em: 10 mar. 2007.
- SETOR MINERALÓGICO NO NORDESTE – APL. Programa APL – Gemas, Arranjo Produtivo Local. Campina Grande/PB, 2005.
- SECRETARIA de Indústria Comércio e Mineração da Bahia. Artesãos de minerais participam de seminário internacional. 2006. Disponível em <<http://www.sicm.ba.gov.br>>. Acessado em: 02 mar. 2007.

SECRETARIA de Planejamento da Bahia. Bahia que faz: Densificação da base econômica e geração de emprego e renda. 2005. Disponível em: <<http://www.seplan.ba.gov.br>>. Acessado em: 10 mar. 2007.

SECRETARIA de Turismo do Rio Grande do Norte. Dados estatísticos. Natal, 2006.

SILVA, Edna Lúcia da, MENEZES, Estera Muszkat. Metodologia de pesquisa e elaboração de dissertação. 3 ed. Florianópolis:UFSC, 2001.

SPÍNOLA, Vera, GUERREIRO, Luiz Fernando, BAZAN, Rafaela. A indústria de rochas ornamentais. Bahia, 2004. Disponível em: <<http://www.desenbahia.ba.gov.br>> . Acessado em: 23 mar. 2007.

SOUZA, Wilson Roberto de. O perfil dos gerentes de hotéis voltado ao turismo de negócio: um estudo de caso. Florianópolis: 2001. Disponível em: <<http://www.teses.eps.ufsc.br/defesa>>. Acessado em: 10 out. 2006.

WANDERLEY, Henrique. A percepção dos hóspedes quanto aos atributos oferecidos pelos hotéis voltados para o turismo de negócio na cidade de São Paulo. São Paulo: 2004. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses>> . Acessado em: 03 out. 2006.

APÊNDICE I

ENTREVISTA REFERENTE À PESQUISA DE MONOGRAFIA PARA A CONCLUSÃO DO CURSO DE
TURISMO

TEMA: **ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS: NOVA TENDÊNCIA PARA O TURISMO NO
RIO GRANDE DO NORTE**

ARTESÃO

PARTE I – O ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS

**1. O que fez o(a) Sr.(a) produzir
Artesanato em Minerais e
Rochas?**

- Tradição de família
 Oportunidade de um bom negócio
 Abundância de matéria-prima na região
 Dificuldades econômicas/
desemprego
 Outro:

**2. Como o(a) Sr.(a) aprendeu a
arte de manusear os minerais
e/ou as rochas?**

- Curso
 Família
 Livros/ revistas
 Só
 Outro:

**3. Quanto tempo trabalha com o
Artesanato em Minerais e
Rochas?**

- Menos de 2 anos
 2-5 anos
 6-10 anos
 11-15 anos
 Mais de 15 anos

**4. Que tipo de matéria-prima é
utilizada para o artesanato?**

**5. Como o Sr.(a) adquire essa
matéria prima?**

6. Quem são seus compradores?

7. Como é divulgado seu produto?

- Agências /operadoras de turismo
 Jornais
 Revistas
 Rádio
 TV
 Internet
 E-mail
 Mala direta
 Outdoor
 Feiras
 Boca-a-boca
 Outro: _____

**PARTE II – PRODUÇÃO DE
ARTESANATO PARA O
TURISMO**

8. Qual o nível de procura pelo seu artesanato:

8.1. Com relação aos comerciantes:

alto médio baixo

8.2. Com relação aos turistas:

alto médio baixo

9. Com relação ao turismo, como o(a) Sr(a) vê a importância do seu artesanato para a atração de fluxos turísticos para a localidade?

- Muito importante
 Importante
 Razoavelmente importante
 Pouco importante
 Muito pouco importante

10. O seu artesanato é procurado por turistas? Que tipo de turistas?

- sim, turistas estrangeiros
 sim, turistas brasileiros
 sim, turistas brasileiros e estrangeiros
 não

**PARTE III – DADOS PESSOAIS
DOS ENTREVISTADOS**

11. Possui uma empresa constituída (nome jurídico, CNPJ/CGC, inscrição estadual/municipal)?

- Sim
 Não

12. Se sim, qual o nome fantasia da empresa: _____

13. Idade:

- Até 18 anos
 19-25 anos
 26-34 anos
 35-50 anos
 51-65 anos
 Acima 65 anos

14. Grau de Escolaridade:

- Ensino fundamental incompleto
 Ensino fundamental completo
 Ensino médio incompleto
 Ensino médio completo
 Ensino superior incompleto
 Ensino superior completo

15. O(A) Sr.(a) tem algum curso na área de minerais e rochas ou relacionado ao seu trabalho?

- Sim. Qual (is)?

Não

16. O(A) Sr.(a) já fez algum curso de língua estrangeira, ou cursos na área de turismo?

- Sim. Qual(is)?

Não.

17. Cidade onde trabalha:

- Natal
 Currais Novos
 Santana do Matos
 Outra:

APÊNDICE II

ENTREVISTA REFERENTE À PESQUISA DE MONOGRAFIA PARA A CONCLUSÃO DO CURSO DE TURISMO.

TEMA: ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS: NOVA TENDÊNCIA PARA O TURISMO NO RIO GRANDE DO NORTE

COMERCIANTES

PARTE I – O COMÉRCIO DE ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS

1. Quem são os fornecedores do Artesanato Mineral vendido na loja?

2. De quais regiões vem o artesanato fornecido?

- () Currais Novos
 () Parelhas
 () Santana do Matos
 () Natal
 () Outros:

3. O Sr.(a) tem algum conhecimento minerais e rochas?

- () Sim. Qual(is)?

- () Não

4. Que tipo de cliente consome mais o Artesanato Mineral?

- () Residentes
 () Turistas brasileiros
 () Turistas estrangeiros
 () Turistas brasileiros e estrangeiros

5. Como é feita a divulgação da sua loja e dos seus produtos

- () Agências /operadoras de turismo
 () Jornais
 () Revistas
 () Rádio
 () TV
 () Internet
 () E-mail
 () Mala direta
 () Outdoor
 () Feiras
 () Boca-a-boca
 () Outro: _____

6. Qual o nível de procura por esse tipo de artesanato?

- () Alto () Médio
 () Baixo

7. O(A) Sr.(a) ou seus funcionários têm algum curso de língua estrangeira, ou outros cursos ligados ao turismo?

- () Sim. Qual(is)?

- () Não.

8. Do lucro total da loja, quanto é referente ao Artesanato Mineral?

- () 10% - 20%
 () 30% - 40%
 () 50% - 60%
 () 70% - 80%
 () 90% - 100%

9. A loja possui algum convênio com hotéis ou agências de viagens, para que a divulguem aos seus clientes?

Sim. Com quais empresas?

Não.

10. Qual a maior dificuldade de se trabalhar com o Artesanato Mineral?

PARTE II - DADOS PESSOAIS DOS ENTREVISTADOS

11. Idade:

Até 18 anos

19-25 anos

26-34 anos

35-50 anos

51-65 anos

Acima 65 anos

12. Grau de Escolaridade:

Ensino fundamental incompleto

Ensino fundamental completo

Ensino médio incompleto

Ensino médio completo

Ensino superior incompleto

Ensino superior completo

13. Cidade onde Trabalha:

Natal

Currais Novos

Santana do Matos

Outra:

14. Nome do Estabelecimento:

15. Endereço do Estabelecimento:

16. O que levou o Sr.(a) a comercializar o Artesanato em Minerais e Rochas?

Tradição de família

Oportunidade de um bom negócio

Abundância de matéria-prima na região

Dificuldades econômicas/desemprego

Outro:

17. Há quanto tempo o Sr.(a) comercializa o Artesanato Mineral?

Menos de 2 anos

2-5 anos

6-10 anos

11-15 anos

Mais de 15 anos

APÊNDICE III

ENTREVISTA REFERENTE À PESQUISA DE MONOGRAFIA PARA A CONCLUSÃO DO
CURSO DE TURISMO.

**TEMA: ARTESANATO EM MINERAIS E ROCHAS: NOVA TENDÊNCIA PARA O
TURISMO NO RIO GRANDE DO NORTE**

TURISTA

PARTE I – O ARTESANATO MINERAL E O TURISMO

1. O(A) Sr(a) viaja:

- Só
 Com família
 Com amigos
 Em excursão (pacotes turísticos)

**2. Qual foi a sua principal
motivação de viagem?**

- Lazer
 Negócios
 Convenções
 Outros:
-

**3. Tempo de permanência no
destino:**

- Até 2 dias
 3-5 dias
 6-8 dias
 9-11 dias
 12-14 dias
 Acima 14 dias

**4. O(A) Sr.(a) já tinha
conhecimento antes de viajar
(conhecimento prévio) que o
RN produzia Artesanato em
Minerais e Rochas?**

- Sim
 Não

**5. Se sim, como tomou
conhecimento deste fato?**

- Familiares que moram na cidade
 Programas/pacotes de agência ou
operadora
 Anúncios jornais

- Anúncios revistas
 Reportagem em jornais e
revistas
 Livros/ guias sobre o lugar
 Documentação turística (folders,
panfletos etc.)
 Anúncio rádio/ TV
 Outro:
-
-

**6. Durante sua permanência aqui
no estado, chegou a visitar
lojas ou oficinas de artesãos
que trabalhem com o
Artesanato Mineral?**

- Sim
 Não

**7. Em caso positivo, o(a) Sr.(a)
comprou alguma peça?**

- Sim. Qual?
-

- Não

**8. Caso não tenha visitado, teria
algum interesse em fazê-lo?**

- Sim
 Não. Por quê?
-
-

**9. Como o(a) Sr.(a) avalia o
atendimento nas lojas de
Artesanato em Minerais e
Rochas que visitou?**

- Excelente
 Bom
 Regular
 Ruim

() Pésimo

10. Como o(a) Sr.(a) avalia o Artesanato em Minerais e Rochas que encontrou no estado?

	3	2	1	0	1	2	3	
Bonito								Feio
Original								Comum
Boa qualidade								Má qualidade
Barato								Caro

11. O(A) Sr.(a) teria outro adjetivo para descrever o Artesanato em Minerais e Rochas que encontrou no Estado?

() Sim. Qual?

() Não.

PARTE II – DADOS PESSOAIS DOS ENTREVISTADOS

12. Idade:

() Até 18 anos

() 19-25 anos

() 26-34 anos

() 35-50 anos

() 51-65 anos

() Acima 65 anos

13. Escolaridade:

() Ensino fundamental incompleto

() Ensino fundamental completo

() Ensino médio incompleto

() Ensino médio completo

() Ensino superior incompleto

() Ensino superior completo

14. Profissão:

15. País e Cidade onde reside:

16. Renda familiar mensal:

() Menos de 1 SM

() 1-3 SM

() 4-6 SM

() 7-10 SM

() Mais de 10 SM