

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Os impactos do turismo sobre a arte e o artesanato em Tiradentes, Minas Gerais¹

Nelson Antônio Quadros Vieira Filho²

Gabriela Duarte³

Talita Rezende de Souza⁴

Resumo

O artigo aborda o tema dos impactos do turismo e seus efeitos sobre a arte e o artesanato, a partir de um estudo em Tiradentes (MG). A metodologia utilizada envolveu uma pesquisa bibliográfica sobre o tema, a aplicação de um questionário estruturado e entrevistas semi-estruturadas a todos os artistas e artesãos de Tiradentes encontrados à época da pesquisa, em julho de 2005. Neste artigo, além da revisão bibliográfica pertinente ao tema, apresenta-se o perfil sócio-econômico dos artesãos e artistas abordados e suas percepções relativas à tradição, renovação e outras mudanças do artesanato em Tiradentes associadas ao fluxo turístico. Nas conclusões, discute-se a questão da mudança ou desaparecimento de certos artesanatos tradicionais que podem ser associados ao legado cultural de Tiradentes, bem como o papel da educação e capacitação no redirecionamento responsável desse processo.

Palavras-chave

Turismo; Impactos; Artesanato; Capacitação.

Introdução

Tiradentes fica a 215 km de Belo Horizonte, em Minas Gerais. Cercada pela Serra de São José, é uma das menores cidades do circuito histórico mineiro, com uma população que em 2000, somava 5.759 pessoas, segundo o Censo Demográfico do IBGE. Há mais de 300 anos, nasceu como um pequeno arraial, denominado Santo Antônio. Este foi elevado à categoria de vila em 1718, quando recebeu o nome de São José, e à categoria de cidade, em 1860. Em 1889, com a proclamação da República, esta passou a se chamar Tiradentes, em homenagem ao conhecido inconfidente mineiro.

Até o início do século XIX, segundo Santos Filho (1979), a principal atividade econômica da Vila São José foi a mineração do ouro, que entrou em decadência. Nesse período, começou a migração da população para o Vale do Paraíba, buscando no plantio do café uma alternativa econômica. A Vila se manteve através da agricultura e suinocultura.

¹ Trabalho apresentado ao GT 04 “O Legado Cultural como atrativo e responsabilidade do Turismo” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006

² PhD (Univ. Manchester), Coordenador do Mestrado em Turismo e Meio Ambiente da UNA, nelson.quadros@una.br;

³ Ba. em Comunicação Social/Relações Públicas (UFMG), especialista em Comunicação Social (Centro Universitário UNI-BH) e mestranda em Turismo e Meio Ambiente (Centro Universitário UNA), g.duarte@uol.com.br;

⁴ Ba. em Turismo (Fac. de Turismo de Santos Dumont), especialista em Gestão do Território/Meio Ambiente (UFJF) e mestranda em Turismo e Meio Ambiente (Centro Universitário UNA), talitaturismologa@yahoo.com.br.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Em meados do século XIX, a Vila encontrava-se praticamente abandonada. Parte do casario abandonado era demolido para construção de novas casas em São João Del Rei, cidade próxima, e monumentos importantes da cidade, como a Igreja Matriz de Santo Antônio, viam-se ameaçados por infiltrações (FROTA, 1993). Este marasmo sócio-econômico perdurou até a segunda metade do século XX. O abandono que tomou conta da cidade, por outro lado, foi um fator importante na preservação de seu conjunto arquitetônico, como avalia Frota (1993). O SPHAN - Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, primeiro órgão federal dedicado à preservação - tombou seu conjunto arquitetônico e urbanístico em 1938, pouco tempo depois de sua criação em 30 de novembro de 1937, pelo então presidente Vargas.

Na década de 40, a confecção de jóias artesanais e outros artefatos, utilizando a prata como matéria-prima, atraiu ourives e comerciantes, que abriram oficinas e lojas, fazendo desta a principal fonte de renda e emprego do município. Após algum tempo, a atividade entrou em crise atingida por imitações rudimentares, o que provocou seu lento declínio. Na década de 90, restaram poucas oficinas e lojas que ainda ofereciam os artigos de ourivessaria. Pelo que se levantou, há apenas uma ourivessaria em Tiradentes hoje.

Há aproximadamente quatro décadas, o turismo surgiu como uma nova alternativa econômica para a cidade. O conjunto arquitetônico, o passeio de Maria Fumaça entre Tiradentes e São João (trecho inaugurado por Dom Pedro II, em 1881), aliado a grandes eventos culturais, como a Mostra de Cinema e o Festival Internacional de Cultura e Gastronomia, que acontecem desde 1998, atraem um grande número de turistas. Outro fator do seu desenvolvimento turístico está relacionado às filmagens que têm a cidade como cenário e, recentemente, sua inserção no roteiro da Estrada Real. Além do turismo cultural, há potencial para os turistas que procuram contato com a natureza e a prática do *trekking*, montanhismo, cavalgadas e ciclismo. Há cachoeiras, grutas e trilhas abertas e calçadas por escravos. O roteiro ecológico inclui a Serra de São José, o Balneário de Águas Santas, o Bosque Mãe D'Água e o Córrego do Manguê.

O turismo possibilitou a retomada do artesanato em prata. O estanho trazido por um estrangeiro, trabalhos em madeira, ferro e papel machê surgiram como alternativas. Este artesanato tem destaque como atrativo turístico local, mas parte do artesanato vendido

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

nas lojas de Tiradentes é produzida em outras cidades, como São João Del Rei (estanho), Resende Costa (tear manual) e Prados (esculturas de madeira) (Guia 4 Rodas Brasil, 2005).

O objetivo deste artigo é levantar os impactos do turismo e seus efeitos sobre a arte e o artesanato em Tiradentes (MG), a partir da percepção de artistas e artesãos que trabalham nesta cidade. A metodologia da pesquisa envolveu a aplicação de um questionário estruturado e uma entrevista semi-estruturada, junto aos artistas e artesãos de Tiradentes. No documento intitulado “Lista de lojas, artistas e serviços em geral”, fornecida pelo Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal de Tiradentes em junho de 2005, foram identificados dezenove artistas e artesãos. Optou-se, a princípio, por abordar toda essa população.

Durante a coleta de dados, observou-se que há artistas e artesãos que não foram identificados enquanto tal na lista fornecida pela Prefeitura e que outros não estavam nela incluídos. Por outro lado, um dos listados não reside mais em Tiradentes; outro não aparece na cidade há algumas semanas, segundo uma vizinha; um terceiro não se prontificou a dar a entrevista e um quarto não foi encontrado nas duas ocasiões em que os pesquisadores estiveram em seu ateliê. Foram entrevistados artesãos que não constavam da listagem da Prefeitura, um deles indicado pelo próprio Diretor do Departamento de Turismo, Cid Barbosa Filho. Ao final, foram realizadas um total de quatorze entrevistas com artistas e artesãos em Tiradentes, através dos dois instrumentos citados, aplicados pelos pesquisadores, nos dias 2 a 4 de julho de 2005. Foi entrevistado um artista em cada ateliê, sendo que, em aproximadamente 30,0% deles, o casal e/ou o(s) filho(s) trabalham juntos.

A pesquisa junto aos artistas e artesãos fez parte de uma pesquisa mais ampla do Programa de Mestrado em Turismo e Meio Ambiente do Centro Universitário Una, em Belo Horizonte, que levantou a percepção dos diversos atores (turistas, população autóctone, empreendedores e setor público) sobre os impactos sócio-econômicos, culturais e ambientais do turismo em Tiradentes. Artistas e artesãos foram aqui considerados como empreendedores, na medida em que desenvolvem uma atividade produtiva, administrada por conta própria, incluindo a comercialização. Por isso, no questionário estruturado constaram questões para delinear o perfil, levantar alguns aspectos da cultura empreendedora, associativismo e responsabilidade social; além das questões sobre a percepção dos impactos do turismo.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

A entrevista semi-estruturada objetivou aprofundar o entendimento de como os artesãos e artistas percebem os impactos do turismo na arte e no artesanato. O roteiro estava aberto à introdução de novas perguntas, de acordo com as respostas do entrevistado e exclusão de outras. Visava discutir sobre origem, renovação e outras mudanças do “produto” artístico de cada um e da cidade. As informações qualitativas obtidas subsidiaram a análise dos dados obtidos através dos questionários. Visando resguardar a identidade dos entrevistados, referenciamos os seus depoimentos transcritos neste artigo, através das suas iniciais. Não são necessariamente iniciais do nome.

É importante destacar ainda que, ao optar-se por focar o turismo a partir da percepção dos próprios atores sociais envolvidos no fenômeno, não só entra-se em arena pouco explorada pela literatura como se reconhece a capacidade, responsabilidade e criatividade desses atores para diante de cada limite/possibilidade encontrar soluções e alternativas próprias.

A maioria dos estudiosos tendeu a negligenciar que os “anfitriões” ou “nativos” são agentes criativos nas suas múltiplas respostas a diferentes fontes de mudanças e que várias respostas locais ao turismo, incluindo casos de descaracterização, resistência ou revitalização de seu tecido social e costumes, podem coexistir e mudar com o tempo (VIEIRA FILHO, 2005, p.6).

Na segunda seção deste artigo apresenta-se uma revisão bibliográfica sobre os impactos potenciais do turismo e em particular sobre o artesanato. A pesquisa com artistas e artesãos na cidade, apresentada na terceira seção, procura delinear seu perfil sócio-econômico e suas percepções relativas à tradição, renovação e outras mudanças do artesanato em Tiradentes associadas ao fluxo turístico. Nas conclusões, discute-se a questão da mudança ou desaparecimento de certos artesanatos tradicionais que podem ser associados ao legado cultural de Tiradentes e sugere-se a capacitação de artesãos e artistas atuais e futuros para que esses entendam e ampliem a compreensão sobre a dinâmica dessa parte da cultura material no município em sua relação com o turismo e possam construir alternativas para o desenvolvimento da atividade.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Os impactos sócio-econômicos, culturais e ambientais do turismo

Os impactos do turismo são comumente classificados em econômicos, ambientais e sócio-culturais e se inter-relacionam. A forma como os impactos são percebidos, se positiva ou negativamente, dependerá de como os atores sociais processam informações e agem ao longo do tempo, ou seja, de uma dimensão cultural do fenômeno (VIEIRA FILHO, 2005).

Há uma grande ênfase nos aspectos econômicos da atividade turística, como geradora de renda e trabalho. A renda gerada pode ser mal distribuída ou mesmo não permanecer na localidade, quando uma elite econômica domina a oferta dos serviços turísticos. Essa elite pode ser local, de outras localidades e até mesmo internacional, levando ao escoamento da renda. Esse impacto depende do quanto a população local está inserida no planejamento e na administração das atividades turísticas ou do quanto pessoas “de fora” se inserem, possuem responsabilidade social e são recebidas na comunidade (MITCHELL e REID, 2000). O escoamento da renda gerada pelo turismo também ocorre pela necessidade de “importar” produtos e mão-de-obra para atender às necessidades dos turistas, que ao mesmo tempo que querem o novo e a aventura, podem querer o conforto do conhecido, inclusive nas marcas dos produtos. A “importação” de produtos é também gerada, particularmente em economias pequenas, pelo fato dos trabalhadores deixarem outras atividades, como a agricultura e substituí-la pelo turismo, o que pode gerar ainda excessiva dependência do turismo (LAGE e MILONE, 1998). Quando não ocorre a “importação” pela conscientização e valorização do que é local, pode haver uma maior demanda por produtos locais e uma tendência inflacionária, inclusive dos valores da terra e da habitação.

Ambientalmente, o turismo pode degradar o meio-ambiente pela construção mal planejada, falta de saneamento, poluição das águas, solo e ar por lixo, esgoto, erosões e desmatamentos. Por outro lado, devido à importância do meio-ambiente na atratividade da localidade, o turismo pode levar ao aumento da consciência ambiental e à conservação e melhoria deste. Da mesma forma, tanto pode acontecer pressão sobre as infra-estruturas, como de saneamento e viária, com conflitos entre residentes e turistas, quanto a melhoria da infra-estrutura que também será utilizada pelos moradores (VIEIRA FILHO, 2005).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

As diferenças sócio-culturais podem ser relacionadas a diferentes valores e estilos de vida, religiões, línguas e níveis de prosperidade, dentre outras variáveis. A relação turistas/nativos varia em relação a essas diferenças. Os habitantes locais podem se sentir inferiores, tentar explorar os visitantes, ou querer ser como eles - o chamado efeito demonstração, que ocorre, principalmente entre os mais jovens.

Os turistas, por sua vez, em geral, não se comportam e consomem como habitualmente, querendo romper com o cotidiano. Nesse contexto, tendem a se sentir liberados de suas inibições normais e adotam comportamentos pouco usuais no dia-a-dia. Em geral, têm maior disponibilidade financeira e vivem o papel de um novo personagem, mais livre, mais generoso e de um *status* superior (DIAS, 2003).

Segundo Dias (2003), drogas e alcoolismo podem se tornar problemas tanto entre visitados, como entre turistas. A prostituição, inclusive de menores de idade, o jogo, o crime, a violência tendem a aumentar. Os visitados podem esboçar contrariedade e mesmo antagonizar-se com os turistas em razão desse comportamento diferente, mais liberal e não consciente dos valores locais, atribuindo-lhes as responsabilidades pelos comportamentos indesejáveis e criminalização.

Há mudanças sócio-culturais “internas”, que também podem ser consideradas positiva ou negativamente por parte dos locais, como a abertura de mais perspectivas de trabalho para os jovens e as mulheres, o que aumenta o grau de independência desses grupos sociais. De uma perspectiva “positiva” para a relação turistas/nativos devido às diferenças sócio-culturais, Lages e Milone (1998) colocam a interação e troca de experiências entre turistas e nativos, como forma de aprendizado para ambos para maior compreensão e tolerância entre os povos.

Elementos da cultura material, como o artesanato, e imaterial (danças, manifestações religiosas, música e outras) podem desaparecer ou ter seu significado e formas alterados pela comercialização. Podem perder o significado inicial e não adquirirem novos para aquela comunidade, ou serem reinventados, resgatados, revitalizados, valorizados e contribuirão no aumento da auto-estima e fortalecimento da identidade local.

A “mercadorização cultural não destrói necessariamente o significado dos produtos culturais, que, orientados para turistas, adquirem novos significados para os seus

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

produtores” (GRÜNEWALD, 2001, p.140) A tecnologia, por exemplo, pode ou não alterar a arte local, pois pode servir como fator multiplicador dessa arte.

A cultura é dinâmica, independente do turismo. Segundo Santos (1983), nada do que é cultura pode ser estanque porque essa faz parte de uma realidade onde a mudança é um aspecto fundamental. Cada cultura é o resultado de uma história particular, e isso inclui também suas relações com outras culturas. Percebe-se a dinamicidade das trocas sociais, do inter-relacionamento entre as pessoas, de suas experiências, de seu aprendizado, seja ele erudito ou popular. A vinda de artistas e comerciantes para localidades turísticas, como a de turistas, faz parte dessas trocas. Dessa forma, segundo Grünwald (2001), não se trata de perceber a perda gradativa de uma cultura local, mas a etnicidade acionada relacionalmente por entre fluxos translocais de cultura que pode promover uma reviravolta na aparência da arte local. A transformação das formas tradicionais não implica em sua degeneração. A arte e o artesanato devem estar enraizados na tradição histórica e também na vida cotidiana. A simples conservação pode conduzir à inutilidade (DIAS, 2003).

A questão da arte e o artesanato representarem ou não a cultura de um local depende dos significados construídos presentemente e a ela atribuídos por determinada população muito mais do que da conservação das formas estéticas, técnicas e de organização da produção. A reprodução de um artesanato tradicional por milhares de artesãos simplesmente porque aquilo é considerado autêntico do ponto de vista dos visitantes pode ser muito menos representativo da identidade local.

Considere-se a arte, capacidade criadora do artista para expressar ou transmitir sensações e sentimentos, podendo despertar no outro o desejo de prolongamento e renovação (COLI, 1981). A tradição não é, portanto, a simples repetição do passado. Ela é constantemente interpretada e traduzida do passado para o presente. Uma das formas de construir essa ponte passado/presente é o trabalho de criação artística e sua originalidade. O original encerra justamente dois conceitos, aparentemente contraditórios: que provém da origem; inicial, primordial, primitivo, originário e que não ocorreu nem existiu antes e inédito, novo, feito pela primeira vez, em primeiro lugar, sem ser copiado de nenhum modelo, que tem caráter próprio (FERREIRA, 1999).

Dessa forma, antes das transformações devidas à mercadorização serem taxadas simplesmente de destrutivas da autenticidade, isso deveria ser submetido a um exame

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

empírico detalhado, como sugere Cohen (*apud* GRÜNEWALD, 2001). A relação com o mercado também não implica na perda das características artísticas.

[...] a consideração artística ficou subordinada ao uso, vale dizer, ao consumo. Pergunta: não terá sido sempre assim? A Renascença inteira foi dedicada ao uso, nenhum de seus gênios tinha necessidade de “exprimir-se”. Tampouco os gregos, que deixavam a expressão para o teatro e para a poesia, mas decoravam seus templos, estádios e estradas com um sentido claro de consumo, seja para cultuar uma divindade, seja para ornamentar um túmulo, sustentar uma sacada ou teto. [...] Citando dois artistas da Renascença: Michelangelo repudiava sua condição de pintor, julgava-se escultor e arquiteto, só pintava sob encomenda. Leonardo era um ancestral do Bombril: exercia mil e uma utilidades, inclusive a de pintor (CONY, 2005, p.63).

Assim, o turismo pode ser criativo de cultura e as tradições criadas e incrementadas turisticamente podem representar a criatividade cultural própria de um povo e/ou local (GRÜNEWALD, 2000).

Perfil e percepção de artistas e artesãos em Tiradentes dos impactos do turismo

Dos artistas e artesãos de Tiradentes entrevistados, 64,3% são homens, 50,0% têm entre 36 e 45 anos, 21,4% de 46 a 55 anos, 21,4%, mais de 55 anos e 7,2% de 26 a 35 anos. Acima de 36 anos, estão 92,8%. 57,1% são casados, 21,4%, solteiros, 14,3%, separados e 7,2%, viúvos. No que tange ao grau de instrução, 35,7% têm de 1ª à 8ª série do Ensino Fundamental e 42,8% têm Ensino Superior completo ou incompleto. Em relação a grau de instrução, percebe-se a existência de dois grupos. Dos 42,8% com Ensino Superior, 35,7% são “de fora” de Tiradentes. Dos 35,7% de 1ª à 8ª, 28,5% são naturais de Tiradentes. A renda auferida com o artesanato varia com a sazonalidade observada no turismo em Tiradentes. Enquanto 71,3% dos entrevistados disseram ter renda superior a R\$1500,00 na alta temporada (janeiro, fevereiro e julho), 71,4% dizem ter renda inferior a R\$1500,00 na baixa. 57,1% dos entrevistados têm outras ocupações ou renda, como aposentados, donos de lojas e pousadas, professora, consultor e decoradora. 57,1% dos artistas e artesãos não são naturais de Tiradentes, sendo a maior parte deles oriunda de São João del Rei (3) e de São Paulo (2). Vieram para a cidade em busca de maior tranquilidade (41,7% das respostas dos que vieram de fora), seguida da oportunidade para comercializar o produto artístico (25,0%). 57,1% trabalham com arte há mais de 16 anos, 35,8% o fazem pela oportunidade comercial e necessidade, 35,7% disseram trabalhar nesse negócio por tradição da família, 28,6% pelo ideal e 7,2% por hobby. Foi identificado que 64,3% não participam de nenhuma

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

associação, 21,4% participam da Associação dos Artesãos e 14,3% da dos Artistas Plásticos. Quando perguntados sobre a razão de não participarem, alegam que esse tipo de associação “não resolve nada” (28,6%) e “é mais política” (7,2%), onde “cada um só pensa no que vai ganhar” (7,2%), Outros alegam “falta de tempo” (7,2%) para esse fim. Muitos (21,6%) preferem liberdade de criação e consideram que a Associação dos Artesãos limita mais o trabalho do que os turistas com suas encomendas, como colocado por um deles:

Iniciei com o apoio da Associação, mas só é importante para dar o pontapé inicial. Depois o artista tem que ter sua autonomia. A oportunidade é por causa do ponto central para expor e por causa da nota fiscal para vender as peças para fora da cidade. Hoje tenho firma registrada e acho bem melhor. Participo pouco. (V.R.)

Quanto ao uso de tecnologia, 28,6% dos artistas e artesãos entrevistados não utilizam informática, 28,6% possuem *site*, 21,4% pagam para expor em outros *sites*, 21,4% utilizam o correio eletrônico e 21,4% cadastram clientes. Somente 14,3% falam outros idiomas, enquanto 57,1% não fizeram nenhum curso nos últimos cinco anos. Dizem que gostariam de fazer, mas há pouca oferta. De acordo com as alternativas apresentadas no questionário, os cursos que mais gostariam de fazer são história da cidade (35,7%) e idiomas e empreendedorismo (28,6%, cada).

O principal impacto do turismo percebido como positivo foi o econômico: desenvolvimento, trabalho, renda (Quadro 1). Até a alta dependência em relação ao turismo foi colocada como positiva. “Era assim um, dois, três ricos, o resto miserável, uma tristeza. Agora, melhorou.” (A.P.) “Tiradentes sem turista é igual a igreja sem santo!” (T. P.)

Quadro 1 - Impactos positivos e negativos do turismo percebidos pelos artistas e artesão de Tiradentes em 2005

Impactos positivos	Frequência das respostas (%)	Impactos negativos	Frequência das respostas (%)
Desenvolvimento/circulação de dinheiro, trabalho e comércio	55,0	Sujeira, poluição, impacto visual, vandalismo, destruição	30,8
		Crescimento desordenado/falta infra-estrutura	11,5
		Especulação imobiliária	11,5
Intercâmbio cultural/troca de experiências/ aprendizado do nativo	15,0	Drogas	7,8
O lugar ficou mais alegre	10,0	Roubo	3,8
Eventos interessantes	5,0	Agitação	3,8
Aumento da auto-estima do povo	5,0	Mudança dos padrões	3,8
Tornou a cidade conhecida	5,0	Fazem da cidade point. Não valorizam sua arte, cultura, história	3,8
Melhorou a saúde (construção da clínica)	5,0	Baixa temporada	3,8
		Alta dependência do turismo	3,8
		Não tem	7,8
		Outros	7,8
Total	100,0	Total	100,0

Fonte: Pesquisa de campo, julho de 2005.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

O impacto negativo mais percebido é o ambiental, sendo que, 30,8% das respostas referem-se à sujeira, poluição, impacto visual, vandalismo, destruição e 11,5% ao crescimento desordenado e falta de infra-estrutura. Vale ressaltar que nenhum artista ou artesão citou algum impacto relativo ao artesanato. A mudança de padrões (3,8% das respostas) refere-se mais a aspectos comportamentais, como barulho e uso de drogas.

42,8% disseram que 50,0% de suas vendas são para lojas de fora da cidade e 50,0% para turistas, 35,8% afirmam que a maior parte de suas vendas é para lojas de outras cidades e 21,4% avaliam que a maior parte de suas vendas é para turistas. Ou seja, muitos desses artesãos e artistas não dependem diretamente somente do turismo para comercialização de seus artefatos.

O trabalho em família pode representar uma tradição, ainda que no sentido restrito de transmissão. 42,8% aprenderam com alguém da família, 42,8% declararam-se autodidatas e 14,4% têm curso universitário ligado à atividade. Dos 42,8% que aprenderam com alguém da família, 28,5% eram “de fora”, 14,3% de Tiradentes. 21,4% dos de Tiradentes e 21,4% dos “de fora” declararam-se autodidatas. Entretanto, a não transmissão, o auto-aprendizado por si só não caracteriza falta de tradição. Quem aprende sozinho não aprende do nada. Como colocado por um entrevistado do local: “Tiradentes já é uma escola, a influência do barroco pelas peças de Ataíde e Aleijadinho...” (V.C.) E um outro entrevistado completa:

Antes de vir para cá, trabalhava com concreto celular e pintura em tela, depois comecei a fazer releituras da arte renascentista com a influência do barroco, a desenvolver peças com pinturas de santos e anjos visualizados nas igrejas e arquitetura locais. Por isso, minha obra reflete esta ‘mistura’, essa superposição de estilos. Quando o turista está aqui, parece que ele encaixa nisso. Não adianta fazer coisa muito moderna que ele não vê. Se fizer em Belo Horizonte, vê. (B.F.)

Há ainda as facas utilitárias de cozinha, feitas artesanalmente. Esse artesanato poderia ser feito em qualquer lugar do mundo, mas parece que escolheram e pretendem continuar em Tiradentes, pois estão construindo uma aldeia russa do século XVII no município⁵. Somente um entrevistado declarou que sua arte não foi influenciada pela cidade e, se o negócio declinar em Tiradentes, se muda.

⁵ Nessa aldeia russa, a família, que trabalha junto, pretende organizar a produção das facas e abrir para visitas de quem queira conhecer o processo e comprar. Essas facas são conhecidas e vendidas em todo o mundo.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Reforçando o que foi visto sobre os impactos sócio-culturais, a tradição não significa, necessariamente, que aquilo que é transmitido não é mudado. Pelo menos seis entrevistados fizeram menção a esse ponto. Segundo vários entrevistados, cria-se, muda-se por prazer, para “passar sensibilidade”, pela “visualização de novas oportunidades”, para estar à frente dos concorrentes e para atender ao mercado. Por que não?

Trabalho mais com madeira, pintura na madeira e no ferro. É o que vende aqui. Pintávamos quadro, mas quadro aqui não vende. Então, adequamos, porque não adianta eu pintar quadro e não vender. Senão, eu teria que ter outra ocupação e pintar nas horas vagas. Prefiro só pintar. Não inovo todo dia, porque tem encomenda, mas sempre que posso estou fazendo algo novo (R.S.).

Um entrevistado sintetiza a questão da tradição em relação ao tempo e a criação atual que caracteriza Tiradentes:

O presente faz parte da tradição. Não é só o passado. O nosso trabalho mudou ao longo do tempo. Cada dia muda. É um trabalho de inspiração. Cor, forma,... Quando eu estava em Bichinhos meu trabalho era influenciado. As cores que você vê, o ritmo de vida,... Tiradentes tem um astral mais livre, mais porra louca. Não tem condição de trabalhar com arte sem ser influenciado (...) Não pode só produzir em série, tem que desenvolver a criatividade, pensar (M.M).

Interessante observar que esse artista está falando justamente da consciência ou do maior preparo para preservar o espaço da criação, que segundo ele seria maior, a princípio, quanto maior o grau de instrução.

A questão da cópia, principalmente a mal feita ou da não produção local, vendida enquanto tal, foi colocada como motivo de declínio de artesanatos que já foram característicos de Tiradentes. Algumas falas retratam isso:

Artesanato típico de Tiradentes? Teve uma época que foi a prata, mas saturou. Todo mundo começou a fazer e perdeu a qualidade. É uma preocupação grande que isso ocorra com o nosso negócio também. Se você deixa em uma loja, vai ser copiado de forma inferior, vendido por um preço inferior. A chapa enferruja se não for tratada. Começam as reclamações. É um dos motivos pelos quais não participo de associação e de feiras. Só vendo aqui. O que faço hoje é muito melhor, fui me aprimorando. Agora imagina quem muda o que está fazendo de acordo com o que vê vendendo. Porque tem muita gente que é assim. Vê o vizinho vender mais e muda de técnica. Como vai aprimorar? (R.S.).

Alguns colocam a imitação como inevitável “pois tem demanda para isso. Há encomendas, se você não fizer, outros fazem.” (V.R.). “O povo copia qualquer novidade, por isso não dá para ficar limitada. Tem que inovar sempre.” (S.T.).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

A história da prata passou pela “importação” de artefatos que não eram de Tiradentes ou de prata, vendidos enquanto tal, visando apenas o lucro imediato. Isso levou ao descrédito desse artesanato na cidade. Um entrevistado comenta: “Meu marido era ourives da época em que a prata era o auge em Tiradentes, trabalhava na fábrica de jóias, mas a bijuteria acabou com a prata original de Tiradentes.” (N.J.). Já para outro entrevistado:

A prata em Tiradentes ficou desacreditada. Tinha uma mulher com uma loja na praça que ia em São Paulo, trazia Regina (*aço inoxidável*) e vendia como prata de lei. Ficou rica, mas acabou com o nome da prata da cidade.” (A.P.)

Há também aqueles que encenam o “fazer” para o turista ver, como o caso de um artesão que deixou gradativamente de fazer partes do seu artesanato, embora mantendo as aparências, por vezes:

Havia um senhor que fazia oratórios. Um dia, pediu para que pintássemos seus oratórios. Depois de um tempo, mandou-nos em outro lugar buscar os oratórios. Quando dizíamos que não era ele que fazia, o povo falava ‘o que é isso? Vocês devem estar loucos! Vimos ele fazendo’ (R.S.).

Uma reação à cópia foi o isolamento, o que, paradoxalmente, pode até piorar a questão da cópia mal feita. Assim, enquanto um artesão coloca que é “difícil você entrar no concorrente para aprender” (A.A.), outro argumenta: “não ensino, por causa da cópia mal feita.” (R.S.)

Além do que é vendido nas lojas e é comprado fora, alguns entrevistados comentaram sobre caminhões que vendem móveis sem pagar qualquer imposto e ficam na entrada da cidade. Essa seria uma forma ilegal, de escoamento de renda do município e ainda propiciaria a desvalorização desse tipo de artesanato. Falou-se ainda da questão da falta de critério e variação no estabelecimento dos preços dos produtos:

Estanho é uma coisa que para o leigo é quase uma jóia. Se der um desconto muito grande, parece mentira. Há pouco, quis comprar uns copos [...] Entrei numa loja que vendia o copo por R\$71,00. Falei que seriam 200 copos, baixaram imediatamente para R\$52,00 e falaram que negociavam mais. Achei um absurdo! Quanto vale realmente? Em outra loja, o mesmo copo custava R\$59,00, baixaram para R\$40,00 e também falaram que negociavam. Como em segundos uma coisa pode custar menos 30% com possibilidade de redução ainda maior? (N.B.).

Conclusões

A percepção explicitada por artistas e artesãos dos impactos positivos e negativos do turismo em Tiradentes não difere muito das mais comuns entre a população

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

local em cidades eminentemente turísticas (VIEIRA FILHO, 2005): o turismo traz renda e trabalho e propicia o intercâmbio cultural, mais alegria e movimento na cidade e o aumento da auto-estima, tornando a cidade e seu povo (re)conhecidos. Em contrapartida, alguns danos ambientais acontecem, bem como mudanças de comportamentos, incluindo o uso de drogas, roubos e muita agitação.

Em relação à arte e ao artesanato de Tiradentes, percebeu-se que alguns artesanatos e ofícios mais antigos na cidade foram praticamente extintos, como o da prata e, conseqüentemente, a ourivessaria. Outros podem estar se degradando, como o estanho. E esse processo, impulsionado pelo mercado turístico, provavelmente continuará acontecendo se não for compreendido e houver mudança de atitudes dos atores envolvidos.

Esses artefatos não produzidos em Tiradentes não passavam por mudanças tecnológicas ou outras, “inventadas” e significadas localmente, além de levar ao escoamento da renda gerada pelo turismo através de sua venda.

Por motivos que precisam ser mais profundamente pesquisados, os ourives de Tiradentes não souberam lidar com a importação de artefatos que acabaram por desvalorizar o produto local e não encontraram alternativas que não o abandono da atividade e a busca de uma nova. Apenas uma ourivessaria permanece na cidade. Pode-se afirmar em relação à prata que Tiradentes perdeu uma tradição por praticamente não produzir mais este artesanato.

O estanho vem sendo produzido na cidade há algumas décadas, trazido por um estrangeiro. Isso não significa que não pudesse tornar-se tradição tiradentina, assumindo características próprias na e da cidade. Entretanto, parece que pouco foi renovado no período e entrou em uma concorrência de preço, o que está levando à sua desvalorização. Nesse caso, a conservação de formas tradicionais, literalmente, está levando à sua degeneração, como diz Dias (2003).

O artesanato e a arte de Tiradentes hoje se concentram na movelaria e em outros artefatos de madeira, metal e papel machê pintados, numa mistura do que foi trazido pelos “de fora” e o que foi sendo inventado na cidade, com influências tanto dos “de fora”, quanto dos “nativos”.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

Entretanto, boa parte do que é vendido para turistas em Tiradentes não é de lá. Há o artesanato trazido pelos lojistas. Há ainda venda ilegal em caminhões na entrada da cidade e aqueles que encenam uma produção local para “encantar”/enganar o turista.

A preocupação com a cópia, vista como inevitável e levando à desvalorização do artesanato, foi freqüente entre artistas e artesãos durante as entrevistas. A principal reação a isso atualmente tem sido o isolamento de alguns, incluindo a não participação na Associação dos Artesãos, que de alguma forma limita o trabalho de criação e paralelamente propicia a cópia, na visão dos entrevistados.

Entretanto, como visto, isolar-se não impede a cópia e ainda propicia a cópia mal feita, que leva ao descrédito e à desvalorização do artesanato mais uma vez. Se a demanda de artesanato é maior que a oferta e o isolamento não impede a cópia, não seria mais indicado a educação, a capacitação, como inclusive sugerido por vários artesãos? Educar para o aprendizado técnico de artes e ofícios, resgatando, revitalizando e iniciando tradições; educar para despertar para as características ou diferenciais do artesanato em Tiradentes; educar para o desenvolvimento do potencial criativo e ainda para as questões relativas ao turismo, envolvendo preservação do meio-ambiente e comercialização. Assim, semelhante ao argumentado por Cohen (1988) e Grünwald (2001), o turismo em Tiradentes seria criativo de cultura, desenvolvido pelos nativos e residentes da forma que lhes é própria ou com características influenciadas pela cidade.

Referências bibliográficas

COLI, Jorge. *O que é arte?* São Paulo: Brasiliense, 1981.

COHEN, E. “Authenticity and commodization in tourism”. *Annals of Tourism Research*, vol. 15, 1988.

CONY, C. Heitor. A pergunta da serpente. *Revista Florense*. São Paulo, n. 6, p.62-63, 2005.

DIAS, Reinaldo. *Sociologia do Turismo*. São Paulo: Atlas, 2003.

ESTRADA, Maria Helena. Artesanato Brasil com Design. *Revista Arc Design*. São Paulo, n. 35, p.28-31, mar-abr. 2004.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL
Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental
Caxias do Sul/ RS, 7 e 8 de julho de 2006

FROTA, Lélia Coelho. *Tiradentes: retrato de uma cidade*. Rio de Janeiro: Campos Gerais: Fundação Rodrigo Mello Franco de Andrade, 1993.

GOLDENBERG, Mirian. *A arte de pesquisas: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*. Rio de Janeiro: Record, 1999.

GRÜNEWALD, R. Turismo e o “resgate” da cultura Pataxó. In: BANDUCCI JUNIOR, Álvaro (org.) *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: Papirus, 2001.

GUIA 4 RODAS BRASIL 2005. São Paulo: Abril, 2005.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. Impactos socioeconômicos do turismo. *Revista de Administração*. São Paulo v. 33, n.4, p.30-44, out-dez. 1998.

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MITCHELL, Ross E; REID, Donald G. Community integration. Island Tourism in Peru. *Annals of Tourism Research*. v. 28, n. 1, p. 113-139, 2001.

SAINT-HILAIRE, Alberto de. *Viagem pelo distrito dos diamantes e litoral do Brasil*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1974.

SANTOS, José Luiz dos. *O que é cultura?* São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTOS FILHO, Olinto Rodrigues. *Guia da Cidade de Tiradentes, antiga Vila de São José Del Rei*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial, 1979

VIEIRA FILHO, Nelson Antônio Quadros. *Novas reflexões sobre o velho tema dos impactos sócio-culturais do turismo à luz de um estudo antropológico em Lavras Novas, Ouro Preto (MG)*. In: ANAIS DO II SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, Balneário Camboriú, Santa Catarina, abril de 2005.