

Turismo sustentável: enfoque no artesanato local na cidade de Santo Antônio do Pinhal, SP

Rosangela Sant'Ana (r.santana@directnet.com.br)*

Fábio Ricci (fabioricci@uol.com.br)**

Resumo

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

Palavras-chave: Artesanato; Turismo; sustentabilidade; Santo Antônio do Pinhal.

Abstract

This study it has as objective to analyze the perception of the proprietors eight ateliers and referring tourist system of the Santo Antônio do Pinhal City, São Paulo State. One is about applied, bibliographical nature, of survey and descriptive with quali-quantitative boarding. 12 craftsmen had been selected, for the first stage of the study, in virtue to possess the same philosophy of work, that is, to aim at the development of the sustainable tourism. In accordance with the gotten results, perceived that referring to some variable the perception of the craftsman makes correlation with the one of the tourists, but, many times not. Therefore, he understands yourself, as to the literature, that to develop the local tourism are necessary strategies, partnerships in productive arrangements e, mainly, support of the public power. In such a way.

Key-words: Art; Turism; sustainability; Santo Antônio do Pinhal.



Introdução

O turismo é uma atividade que ultrapassa os setores convencionais da economia, requerendo dados de natureza econômica, social, cultural e ambiental.

Os dados econômicos brasileiros mostram uma forte relação entre o ambiente econômico e o crescimento do turismo em todo o mundo. O crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) potencializa o crescimento turístico, tanto no sentido positivo quanto negativo, no período entre 1975 e 2000, o turismo cresceu a um ritmo médio de 4,4% anual, enquanto o crescimento econômico mundial médio, medido pelo PIB, foi de 3,5% ao ano (Ministério do Turismo, 2006).

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

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

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

na 16ª edição, realizada em novembro de 2005, a Feira recebeu cerca de 140 mil pessoas, movimentando mais de 26 milhões de reais. Entretanto, a respeito do escoamento da produção artesanal, os produtores encontram dificuldades em estabelecer uma logística de transportes para seu artesanato.

Nesse sentido, as feiras e as exposições surgem como oportunidades de geração de negócios, pois é a partir destes eventos que são realizados novos contatos, facilitando o acesso a locais mais distantes. Este estudo teve por objetivo analisar a percepção de proprietários de oito ateliês e de turistas referente ao sistema turístico do município de Santo Antônio do Pinhal, estado de São Paulo. Como complemento, pudemos caracterizar os ateliês, avaliar o artesanato local produzido e identificar o perfil dos turistas.

O turismo no município de Santo Antônio do Pinhal, no Cone Leste Paulista, se desenvolveu em consequência da sua localização na Serra da Mantiqueira, da beleza natural, do clima, da qualidade das águas e do aspecto pitoresco de cidade interiorana. A pesquisa foi realizada nessa estância climática por oferecer uma variedade de atrações turísticas, como o artesanato local. Foram realizadas pesquisas em dois tipos de amostragem não probabilística: 26 turistas em baixa temporada e 34 em alta temporada de inverno, visitantes deste local para a coleta dos dados da pesquisa.

As perguntas foram destinadas aos 12 artesãos – seis mulheres e seis homens – e foram respondidas por meio de dois formulários compostos por questões semi-abertas: um com vinte questões direcionadas aos proprietários dos ateliês, e outro com 17, aos turistas que já visitaram estes locais.

A análise foi feita de acordo com as questões formuladas nas seguintes hipóteses: o município de Santo Antônio do Pinhal não oferece infra-estrutura adequada aos turistas; o turista não reconhece o artesanato como um dos principais atrativos turísticos de Santo Antônio do

* Mestre em Desenvolvimento Urbano e Regional, Endereço: Avenida Heitor Villa Lobos, nº 299 – Vila Ema – São José dos Campos – SP, Cep: 12243-260.

** Doutor em História Econômica e Professor do Programa de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté. Endereço: Rua Visconde do Rio Branco, nº 210 – Centro – Taubaté – SP, Cep: 12020-040.

Pinhal; o turista considera os ateliês agradáveis e originais; a divulgação e a localização dos ateliês exercem influência na visão dos turistas; os artesãos não possuem uma real concepção sobre o perfil do turista de Santo Antônio do Pinhal e por fim, se os artesãos procuram uma prática de turismo sustentável no município.

Os dados foram coletados entre o final do mês de junho, durante o mês de julho e início de agosto de 2006, em função do calendário da pesquisa. Primeiramente, a pesquisadora abordou os artesãos, explicando-lhes os objetivos e a importância do estudo; cada um, ao aceitar participar, assinou um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, para a execução da pesquisa. Foram utilizados dois tipos de amostragem não probabilística: 26 turistas em baixa temporada e 34 em alta temporada de inverno, totalizando sessenta sujeitos da pesquisa.

Desenvolvimento – turismo e hospitalidade

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

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

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

Hospitalidade refere-se ao bom tratamento dado ao cliente, receber bem envolvendo

um bom relacionamento interpessoal. A hospedagem é um componente necessário ao desenvolvimento do turismo, dentro de qualquer destinação que busque servir os visitantes, outros que não viajantes de um dia (Camargo, 2004).

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

Desenvolvimento econômico

Para muitos países considerados emergentes, como é o caso do Brasil, o turismo tornou-se um grande trunfo para o processo de desenvolvimento. Como tal, a maioria dos indicadores do desenvolvimento focaliza as mudanças no Produto Interno Bruto (PIB), no Produto Nacional Bruto (PNB) ou nas rendas *per capita* (Lickorish e Jenkins, 2000).

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

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

Diante de um mercado competitivo, Sancho (2001) enfatiza que há a necessidade de desenvolver os produtos turísticos, segundo um plano elaborado que englobe cinco etapas, que são: análise de desenvolvimentos turísticos anteriores, avaliação da posição turística atual, formulação da política turística, definição da estratégia de desenvolvimento e a elaboração de programas operacionais.

Artesanato como produto turístico

Dentre as atividades turísticas de Santo Antônio do Pinhal está o artesanato. Conforme dados extra-oficiais da Prefeitura Municipal, há mais de cem artesãos na cidade, produzindo desde velas até móveis entalhados. Muitos deles fazem desta atividade um meio de sobrevivência. Segundo Cascudo (2001), o artesanato, quando explorado comercialmente, vira fonte de renda e acaba contribuindo para o desenvolvimento econômico do município. Freitas (2006) aponta que o grau de escolaridade dos artesãos é, geralmente, a formação básica.

Até os anos de 1960, o turismo ganhava força na preocupação básica com a ampliação da demanda turística. Esse panorama alterou-se a partir do momento em que a conscientização e a preservação do meio ambiente invadiram a esfera da gestão do turismo, tornando-se um elemento de conflito entre a promoção e a preservação, pois a ampliação da demanda pode causar danos ao meio ambiente, prejudicando a própria atividade turística. Nesse contexto, formou-se a base de um turismo sustentável, em que há interação entre o meio urbano, o meio ambiente e a formação de profissionais (Ruschmann, 1997).

Desenvolvimento turístico sustentável

O desenvolvimento sustentável é um projeto social e político que aponta para o ordenamento ecológico e a descentralização territorial da produção, assim como para a

diversificação dos tipos de desenvolvimento e dos modos de vida das populações que habitam o planeta (LEFF, 2001, p. 57).

Em busca de um turismo sustentável e baseado em alguns preceitos de Swarbrooke (2000b), o aumento da reciclagem de resíduos e produtos diversos pode ser utilizado no fomento do turismo, como o artesanato, reduzindo o desperdício e, além disso, há a preocupação da preservação geral, como a água e a energia.

Swarbrooke (2003) acredita que é preciso começar a ver o turismo sustentável como parte de um sistema mais amplo de desenvolvimento sustentável, um sistema aberto no qual cada elemento afeta os demais, esses elementos são: agricultura, sociedades/comunidades, meio ambiente e recursos naturais, artesanato, preservação ambiental e sistemas econômicos, onde uma mudança em qualquer um desses elementos suscitará uma reação em cadeia nos demais elementos do sistema (Swarbrooke, 2003). É de fácil entendimento de que o turismo sustentável é uma ferramenta poderosa no auxílio à realização do desenvolvimento sustentável, agindo como catalisador para o desenvolvimento de pequenos negócios e fornecendo mercado para a produção agrícola e artesanal.

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

Ruschmann (1997) acredita que, o planejamento deve contabilizar todas as possíveis formas de impactos, prevendo, se possível, a que nível para que as conseqüências não sejam profundas, fazendo surgir programas que minimizem os efeitos. Muitas vezes, devido à mercantilização da cultura, a arte local é induzida a mudanças para agradar os turistas

e vender mais. A cultura torna-se uma mercadoria, além de poder ser descaracterizada em função de um processo de assimilação de parcelas das culturas dos turistas.

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

Sistema turístico

O sistema turístico deve procurar garantir a qualidade de seus serviços, de sua cidade e suas atrações aos visitantes, e deixar um questionamento ao cliente no final da visita se ele foi bem atendido. Para garantir a satisfação do turista, é preciso manter a qualidade em cada uma das *interfaces* do sistema turístico com o cliente (Petrocchi, 1998). Nesse sentido, é preciso montar um sistema turístico abrangente e integrado em todos os seus subsistemas, que são eles: sistemas de promoção e informação, sistemas viário e de comunicações, sistema de hospedagem, sistema do meio ambiente, sistema de equipamentos e sistema de formação profissional.

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

O maior problema da ausência do planejamento em localidades turísticas reside no seu crescimento descontrolado, que gera a descaracterização e a perda da originalidade

das destinações que motiva o fluxo dos turistas, e o empreendimento de ações isoladas, esporádicas, eleitoreiras e desvinculadas de uma visão ampla do fenômeno turístico (Ruschmann, 1997).

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

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

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

Arranjo produtivo local

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

Os arranjos produtivos, que são conceituados como um fenômeno vinculado às economias de aglomeração, associados à proximidade física das empresas fortemente ligadas entre si por

fluxos de bens e serviços, variam de tamanho, amplitude e estágio de desenvolvimento, fortalecidos pela política governamental, federal ou estadual, visando o desenvolvimento regional e gerando emprego e renda.

Política de arranjos regionais

O BNDES (2006) procura desenvolver uma política de desenvolvimento regional, considerando a instituição de arranjo produtivo local para composição de uma atividade nacional de atendimento aos municípios e micro-regiões em processo de desenvolvimento.

A Política Nacional de Desenvolvimento Regional (PNDR), implementada pelo Ministério da Integração, adotou critérios para classificação de micro-regiões, segundo orientação territorial e formulação de estratégias de atuação próprias, utilizando-se de duas dimensões para avaliar o grau de desenvolvimento econômico de micro-regiões brasileiras.

Resultados e discussão

Os resultados coletados são expostos mediante análise da questão problema. Segundo a coleta de dados, foi revelada uma distribuição de artesãos por parcerias locais em busca do desenvolvimento turístico sustentável e apoiada por 92%.

Observa-se que a distribuição de artesãos por parcerias locais está em conformidade com os princípios do turismo sustentável ressaltado por Swarbrooke (2000b) e Rushmann (1997), devendo haver uma parceria entre os atores

envolvidos no processo: artesãos, turistas, sociedade, órgãos públicos, instituições privadas e organizações não-governamentais (ONGs).

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

Em relação à variável “número de turistas que o município recebe por dia” em baixa e alta temporada, a coleta aponta que, na alta temporada, a Olaria Paulista, localizada no Shopping de Santo Antônio do Pinhal, apresenta maior número de turistas (30), seguida pela Serra Rústica (20) e pela Prata D’Lua (20). Já, na baixa temporada, a Serra Rústica recebe mais turistas (15) que os demais ateliês, seguida da Olaria Paulistana (5) e da Prata D’Lua (5). Os três estabelecimentos têm maior frequência de turistas, tanto em baixa como em alta temporada, por estarem localizados no centro da cidade, embora este fator seja indicado pelos artesãos como de pouca importância para sua visitação.

Estes dados estão correlacionados   variável infra-estrutura observada como precária pelos proprietários de ateliês. Segundo Angel (1981), a demanda de visitantes é influenciada pelo sistema turístico adequado e eficiente, o que não ocorre em Santo Antônio do Pinhal.

Com rela o às técnicas utilizadas pelos artesãos, cada um deles tem seu diferencial, demonstrado a seguir no quadro 1.

Quadro 1 – Distribui o de ateliês segundo as técnicas utilizadas pelos artesãos

ATELIÊ	PRODUTO	TÉCNICAS
Jardins de Barro	Cerâmica	Modelagem em torno e queima da cerâmica em forno elétrico.
Morito Móveis	Móveis, cadeiras e mesas.	Marchetaria com madeiras, sem pregos e colas, elaborada de acordo com a anatomia humana.
Feitiço das Rosas	Flores e arranjos	Esqueletiza�o (retirada da clorofila da folha de plantas em soda cáustica), clareamento em cloro e tingimento de folhas.
Ophicina das Artes	Velas	Parafina e reaproveitamento de elementos naturais (sementes, flores, madeiras, conchas, bambu e essência). Mistura cores e perfumes, resultando em combina�es inusitadas.

Recanto Terra Forte	Móveis, luminárias e utensílios	Reciclagem (madeira, metais, ferro, vidros, plásticos, fibras e sementes). Transformação de lixo em arte funcional.
Prata D’Lua	Jóias	Confecção com prata, cobre, sementes, couro, madeiras, frutas, pedras semi-preciosas e sintéticas.
Olaria Paulistana	Cerâmica queimada	Pintura feita pelo turista e queimada em forno de alto grau.
Serra Rústica	Móveis, baús, mesas e luminárias	Marchetaria em madeiras de reflorestamento e reaproveitadas da construção, transformadas em móveis.

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

Referente à produção mensal de artesanato, o ateliê que mais produz é a Ophicina das Artes, como mostrado no quadro 2 abaixo.

Quadro 2 – Distribuição dos ateliês segundo a produção mensal de artesanato

ATELIER	PRODUTO	PEÇAS/PRODUÇÃO/MÊS
Ophicina das Artes	Velas	1.000
Olaria Paulistana	Cerâmica	400
Feitiço das Rosas	Flores recicladas	300
Prata D’Lua	Jóias em prata	200
Recanto Terra Forte	Móveis reciclados	150
Jardins de Barro	Cerâmica	100
Morito Móveis	Móveis em madeira	20
Serra Rústica	Móveis em madeira	04

Em relação ao meio ambiente, os proprietários de ateliês que demonstraram preocupação utilizaram estratégias próprias, descritas a seguir. A Ophicina das Artes que, além da parafina, trabalha com recursos naturais e materiais reciclados, pois as velas são artesanais e muitas vezes ornamentadas com folhas, lascas de frutas, sementes e flores. Os artesãos deste recinto acreditam que não produzem poluição ou resíduos, uma vez que reaproveitam as sobras de parafina.

Na Olaria Paulistana, a artesã tenta reduzir ao máximo o descarte de argila e tinta a óleo no esgoto municipal, reaproveitando as matérias-primas; já o Feitiço das Rosas trabalha com recursos naturais, utilizando folhas residuais de podas de árvores, folhas secas e flores descartadas pelas floriculturas da cidade. A grande preocupação da proprietária deste

ateliê é referente à soda cáustica e ao cloro, duas substâncias químicas necessárias para o processo de produção de suas rosas.

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

O Recanto Terra Forte tem à frente um artesão que lidera o grupo e promove, em seu estabelecimento, a conscientização ecológica dos turistas. Em seu processo artesanal utiliza recursos naturais, como resíduos de madeira da Serra da Mantiqueira. O artesão aproveita,

ao máximo, materiais recicláveis, visando um equilíbrio do meio ambiente.

No ateliê Jardins de Barro, utiliza-se como matéria-prima resíduos reciclados de argila para não sujar o leito dos rios. A pequena produção, com a utilização desta matéria-prima, é considerada ecologicamente correta.

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

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

Baseando-se em Ruschmann (1997), Irving (2002), Leff (2001), Sansolo (2002) e Sachs (2000), pode-se afirmar que os artesãos buscam a integração sócio-econômico-cultural por meio de um grupo heterogêneo de produção artesanal reunindo-se, freqüentemente, uma vez ao mês para trocar idéias, adquirir novos conhecimentos e aprender um com outro mediante *benchmarking*. O objetivo do grupo é promover artesanato cultural com qualidade e bom atendimento; entretanto, não conta com o apoio da Prefeitura Municipal de Santo Antônio do Pinhal. De modo geral, os artesãos

reivindicam que a Prefeitura instale uma sinalização para que o turista, ao chegar à cidade, saiba como ir até o destino.

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

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

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

Enquanto na alta temporada houve predominância pelo guia turístico, resultado este que faz correlação com o apontado pelos artesãos, entretanto confrontando o perfil da pesquisa de 2004 de Oliveira (2005a), que indicou a internet como forma de optar pelo município. Muitos turistas têm o hábito de visitar o município com uma certa freqüência (62%) em baixa temporada.

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

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

Conclusão

Para atender os objetivos do estudo, a pesquisa verificou, de acordo com as questões formuladas, que o grupo pesquisado, composto por 12 artesãos, que possui uma filosofia voltada para o desenvolvimento do turismo sustentável, produz artesanatos considerados pelos turistas como originais e com excelente qualidade. Porém, a maioria dos ateliês está localizada na zona rural do município, com difícil acessibilidade, tendo em vista as más condições das estradas. Outro fator negativo apontado pela pesquisa foi a inexistência de sinalização de indicação dos ateliês, seguindo-se a falta de divulgação do artesanato local como produto turístico e, como fator mais criticado por artesãos e turistas, sobressai o desinteresse e a falta de comprometimento do órgão público municipal.

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

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

Portanto, observou-se que a má conservação das estradas, a falta de sinalização de

indicação dos atrativos turísticos e a pouca divulgação do artesanato, exercem influência negativa na visitaçõ de turistas. Isso pode estar correlacionado com o fato de que os turistas não reconhecem o artesanato como um dos principais atrativos turísticos locais.

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

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

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

Não se trata de apenas divulgar o artesanato local, mas, sobretudo porque Santo Antônio do Pinhal está dentro de uma Área de Preservação Ambiental (APA), gerando respon-

sabilidades adicionais para turistas, artesãos, população e poder público municipal.

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

Referências bibliográficas

- ANGEL, M.N.B. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papyrus, 1981.
- BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social). *Clusters*. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br>>.
- CAMARGO, L.O.L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.
- CASCUDO, L.C. **Dicionário do folclore brasileiro**. São Paulo: Global, 2001.
- COOPER, C. et al. **Turismo, princípios e prática**. Tradução de Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- FREITAS, A.L.C. **Design e artesanato: uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto**. 140 f. 2006. Dissertação [mestrado] – Gestão pela Qualidade e Desenvolvimento de Produtos, Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte: UFMG, 2006.
- GAZETA MERCANTIL. Dados turísticos. Disponível em: <<http://www.gazetamercantil.com.br>>.
- GASTROGIVANNI, A.C. Existe uma geografia do turismo? In: GASTAL, S.; KRIPPENDORF, J. **Turismo: investigação e crítica**. São Paulo: Contexto, 2002.
- IRVING, M.A. Participação – questão central na sustentabilidade de projetos de desenvolvimento. In: IRVING, M.A.; AZEVEDO, J. **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002.
- LEFF, E. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Tradução de Lúcia Mathilde Endlich Orth. Petrópolis: Vozes, 2001.
- LEMOS, C. **Notas preliminares do projeto arranjos locais e capacidade inovativa em contexto crescentemente globalizado**. IE/UFRJ, (mimeo) Rio de Janeiro, 1997.
- LICKORISH, L.J.; JENKINS, C.L. **Introdução ao turismo**. Tradução de Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. Crescimento do PIB. Disponível em: <institucional.turismo.gov.br/.../parser/ministerio/acoes/projeto.cfm?id=10D99A05-B3B9-F1F0-C0D73D17D50F7250>.
- OLIVEIRA, A.P. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. São Paulo: Atlas, 2005b.
- OLIVEIRA, A.H.M. **Avaliação da qualidade percebida pelo consumidor em pousadas de Santo Antônio do Pinhal**. 127 f. 2005. Dissertação (mestrado) – Gestão e Desenvolvimento Regional, Departamento de Economia, Contabilidade e Administração. Taubaté: Universidade de Taubaté, 2005a.
- PIVOTT, C. **O turismo e a produção social do espaço urbano: estudos sobre Campos do Jordão**. 336 f. 2006. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento da Universidade do Vale do Paraíba. São José dos Campos: Univap, 2006.
- PETROCCHI, M.C. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.
- RUSCHMANN, D.V.M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas: Papyrus, 1997.
- SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.
- SANCHO, A. **Introdução ao turismo**. Tradução de Dolores Martin Rodrigues Corner. São Paulo: Roca, 2001.

SANSOLO, D.G. Turismo – aproveitamento da biodiversidade para a sustentabilidade.

In: IRVING, M.A.; AZEVEDO, J. **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002.

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

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

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

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

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

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

Cronologia do processo editorial:

Recebimento do artigo:	15-mai-2007
Envio ao parecerista:	05-nov-2007
Recebimento do parecer:	02-dez-2007
Envio para revisão do autor:	03-dez-2007
Recebimento do artigo revisado:	22-dez-2007
Aceite:	07-jan-2008