



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

VANESSA FREIRE PAIVA

**ORIGEM E SIGNIFICADO DO ARTESANATO COMO SUVENIR TURÍSTICO: UM
ESTUDO DE CASO NO CENTRO DE ARTESANATO DA PRAIA DOS ARTISTAS
EM NATAL – RN**

Natal
2012

VANESSA FREIRE PAIVA

**ORIGEM E SIGNIFICADO DO ARTESANATO COMO SUVENIR TURÍSTICO: UM
ESTUDO DE CASO NO CENTRO DE ARTESANATO DA PRAIA DOS ARTISTAS
EM NATAL – RN**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Coordenação do curso de graduação em Turismo da
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como
requisito parcial para a obtenção do título de
Bacharel em Turismo.

Orientadora: Maria Valéria Pereira de Araújo, Dra.

Natal
2012

Catálogo da Publicação na Fonte.
UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Paiva, Vanessa Freire.

Origem e significado do artesanato como souvenir turístico: um estudo de caso no centro de artesanato da praia dos artistas em Natal - RN/ Vanessa Freire Paiva. - Natal, RN, 2012.

71f.

Orientador: Profa. Dra. Maria Valéria Pereira de Araújo.

Monografia (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Turismo.

1. Turismo - Monografia. 2. Artesanato - Atividade turística - Monografia. 3. Souvenir - Produtos artesanais - Monografia. I. Araújo, Maria Valéria Pereira de. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.48

VANESSA FREIRE PAIVA

**ORIGEM E SIGNIFICADO DO ARTESANATO COMO SUVENIR TURÍSTICO: UM
ESTUDO DE CASO NO CENTRO DE ARTESANATO DA PRAIA DOS ARTISTAS
EM NATAL – RN**

Trabalho de Graduação apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Turismo, sob a orientação da Prof.^a Dra. Maria Valéria Pereira de Araújo, aprovado em ____ de _____ de ____.

BANCA EXAMINADORA:

Maria Valéria Pereira de Araújo, Dra.
Orientadora
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Lissa Valéria Fernandes Ferreira, D. Sc.
Examinadora
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Sinthya Pinheiro Costa, Msc.
Examinadora
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

À minha mãe, Maria da Luz Freire Paiva, por todo o apoio e carinho durante esta caminhada.

Ao meu avô, João Freire Peixoto (*in memorian*), um grande exemplo de homem cuja sabedoria e ensinamentos resistem até hoje dentro de mim.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, por todas as oportunidades em minha vida e por que Ele tem sido minha fortaleza e com quem eu pude contar durante toda a realização deste trabalho.

À toda a minha família pela paciência e pela compreensão em meio às minhas ausências nas situações em que tive que abrir mão dos momentos familiares em prol deste projeto e por estar sempre ao meu lado, e às pessoas que se tornaram minha família de coração.

À todos os colegas que me acompanharam nesta caminhada, que compartilharam comigo a mesma situação e que souberam me compreender nos momentos em que eu não pude comparecer a encontros e participar de maneira atuante na elaboração das demais atividades acadêmicas, especialmente aos amigos Ana Luíza Cavalcanti, Juliana Nascimento, João Luis Correia, Rafael Lima e Thalles Berg de Lima.

À Diego Leandro e José Adilson Felix pela disponibilidade e ajuda dedicados a este trabalho.

Aos participantes desta pesquisa: vendedores, proprietários e artesãos do Centro de Artesanato da Praia dos Artistas, pela qual sem eles não seria possível tornar este trabalho realidade e que foram muito atenciosos e disponíveis no momento da pesquisa.

À Prof^a Dr^a Maria Valéria Pereira de Araújo, que mostrou sempre muita disponibilidade para me atender e esclarecer minhas dúvidas, que contribui de maneira significativa para a realização e conclusão desse trabalho.

"Reconhecimento é questão de sorte. É questão das pessoas gostarem das coisas que você está gostando de fazer. Se existir esta alquimia, tudo certo. Caso contrário, o reconhecimento não se dá. Mas no fundo, o essencial é a gente gostar das coisas que faz."

Roberto Torero

RESUMO

O turismo vai muito além das viagens, para sua plena realização como atividade precisa da interligação de uma variedade enorme de setores que possam oferecer ao turista uma experiência satisfatória na localidade receptora. Para marcar essas experiências vivenciadas no destino, os turistas procuram formas de recordação da viagem através da compra de produtos que caracterizem a região, papel esse desenvolvido pelo artesanato local. Nesse sentido, o presente estudo objetivou estudar a origem e significado do artesanato como souvenir turístico na cidade de Natal – RN. Para chegar aos resultados, neste estudo foi utilizada a pesquisa de abordagem qualitativa e a realização de entrevistas com 23 varejistas do Centro de Artesanato da Praia dos Artistas. Para a análise dos dados foi empregada a análise de conteúdo que permite analisar a fala dos entrevistados de forma mais aprofundada. A análise dos dados apontou que os produtos comercializados nas lojas de artesanato em Natal, originam-se de contextos culturais e estados diferentes e que acaba interferindo na valorização do artesão e do artesanato local. Além disso, há a inserção de produtos industrializados que estão se misturando e sendo comercializados junto com o artesanato, perdendo o significado que este possui para turistas e comerciantes como algo que é feito manualmente. Desta forma, o artesanato local vem perdendo cada vez mais espaço para produtos de contextos culturais e regiões diferentes, desvalorizando os artesãos locais e interferindo no significado do artesanato para turistas e varejistas.

Palavras-chave: Turismo. Artesanato. Origem e significado. Souvenir.

ABSTRACT

Tourism goes beyond trips, for its full realization as activity needs the interconnection with a variety of other sectors in order to provide the tourist with a satisfactory experience in visited place. In order to make such experience meaningful, tourists seek forms of remembrance of the trip and purchase products that make them remember the place they visited, this paper is developed by local handicraft. In this sense, this study aimed at investigating the origins and meaning of the local handicraft as a touristic souvenir in the city of Natal – RN. To do so, we carried out a qualitative research and interviewed twenty-three retailers from Centro de Artesanato da Praia dos Artistas. For the data analysis was employed content analysis allows you to analyze the speech of respondents in more depth. The data analysis indicated that the products sold in handicraft stores in Natal stem from cultural contexts and different states and that ends up interfering in appreciation of craftsman and local handicraft. Moreover, there is the inclusion of industrial products that are being marketed and mingling with handicraft, losing the meaning that this has for tourists and traders as something that is done manually. Thus, local handicraft is losing more and more space for products of different regions and cultural contexts, devaluing local craftsman and interfering with the meaning of handicrafts for tourists and retailers.

Keywords: Tourism. Handicraft. Origin and meaning. Souvenir.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 01 - Perfil predominante dos entrevistados.....	29
QUADRO 02 - Origem dos produtos comercializados nas lojas de artesanato.....	30
QUADRO 03 - Participação do varejista no processo de compra das peças artesanais.....	33
QUADRO 04 - Tipos de produtos que são comercializados nas lojas de artesanato.....	36
QUADRO 05 - Modificação temporal nos produtos comercializados.....	41
QUADRO 06 - Identificação de elementos da cultura popular do estado nas peças comercializadas.....	46
QUADRO 07 Tradições culturais representadas nas peças artesanais produzidas no estado do RN.....	50
QUADRO 08 - Identificação das peças artesanais que mais representam e o que representam da cultura potiguar.....	54
QUADRO 09 - Significado do artesanato para o varejista.....	61
QUADRO 10 -Percepção do varejista sobre o significado do artesanato para o turista.....	65
QUADRO 11 - Visão do varejista sobre a comercialização de produtos que não são originários do Rio Grande do Norte.....	70

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 PROBLEMA	11
1.2 JUSTIFICATIVA	12
1.3 OBJETIVOS	13
1.3.1 Objetivo geral	13
1.3.2 Objetivos específicos	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1 A ATIVIDADE TURÍSTICA E OS CENTROS DE ARTESANATO NAS LOCALIDADES RECEPTORAS COMO FORMA DE SATISFAZER O CONSUMIDOR- TURISTA	14
2.2 SUVENIRES - COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ARTESANAIS NOS DESTINOS TURÍSTICOS	16
2.2.1 Suvenir: valores, costumes e significados	20
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	23
3.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO	23
3.2 UNIVERSO DA PESQUISA	23
3.3 INSTRUMENTO DA PESQUISA	24
3.4 COLETA DE DADOS	25
3.5 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS	25
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	27
4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS	27
4.2 PRODUTOS ARTESANAIS ORIGINÁRIOS DA CULTURA POPULAR	27
4.3 VALORES E COSTUMES VINCULADOS AO ARTESANATO	37
4.4 SIGNIFICADO DO PRODUTO ARTESANAL COMERCIALIZADO	52
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64
REFERÊNCIAS	66
APÊNDICE A	69
APÊNDICE B.....	70

1 INTRODUÇÃO

1.1 PROBLEMA

A Revolução Industrial no século XVIII permitiu muitas modificações na sociedade e na forma como esta vivia. Foi a partir deste acontecimento que se passou a dar mais atenção aos trabalhadores e a reduzir o horário de trabalho diante da percepção da necessidade do tempo livre para aumentar a qualidade de vida do trabalhador e, sobretudo, seu desempenho na empresa. Essas modificações viabilizaram o desenvolvimento do turismo como possibilidade de promover lazer e descanso.

De acordo com Dias e Aguiar, foi a partir da Revolução Industrial que modificações importantes no modo de trabalho ocorreram e que, posteriormente, contribuíram para o desenvolvimento do turismo quanto atividade:

[...] Com o passar do tempo houve uma evolução nas condições de trabalho, e passou-se a jornadas menores, com a existência de um tempo livre que servia basicamente para reposição da força física do trabalhador. Criaram-se jornadas que previam horas de tempo livre, fins de semana de descanso e férias anuais. O ócio passou a ser valorizado como benefício para aumentar a eficácia e a eficiência do trabalhador. (DIAS e AGUIAR, 2002, p. 45).

A partir de então, a atividade turística tem participado da vida de milhões de pessoas que viajam por motivos diversos, entre eles o lazer, mas para que a atividade possa se concretizar é preciso escolher o local da viagem, de modo que, ao comprar um pacote turístico ou ao elaborar o próprio roteiro, o consumidor que até então se encaixava como turista potencial adquira algo que não pode experimentar de imediato. É por isso que atender as expectativas desse cliente é tão difícil, pois tudo o que ele espera é algo fruto de simples pesquisas realizadas por diversas vias, através da propaganda boca-a-boca e da sua imaginação.

É na prática que a atividade torna-se concreta e para que tal atividade ocorra de forma mais palpável é que o viajante procura as conhecidas “recordações” ou “lembrancinhas”, algo que o permita recordar da viagem em momentos posteriores.

Uma pesquisa encomendada pelo Ministério do Turismo (MTur) ao Instituto Vox Populi no ano de 2009, realizada com turistas brasileiros reais e potenciais maiores de 18 anos, das classes A, B, C e D apontou que o Rio Grande do Norte é o 11º colocado na relação dos destinos turísticos brasileiros e 4º colocado entre os estados do Nordeste escolhidos pelos

clientes reais como último destino visitado, entendendo-se como turistas reais aqueles que já realizaram e/ou realizam viagens turísticas, ficando atrás apenas dos estados da Bahia (11,6%), Ceará (7,8%) e Pernambuco (5,9%). Já em relação aos gastos médios da viagem houve uma diminuição entre os anos de 2007 e 2009; os gastos com o item presente que em 2007 era de 338,7 reais em média caiu para 251,24 reais em média, ou seja, houve uma redução significativa com gastos relativos a compra das “lembrancinhas”.

Sobre isto, constata-se que atualmente é bastante comum, na maioria dos centros que comercializam artigos voltados para o turista, a semelhança que os produtos revendidos possuem independentemente da região em que se encontram. Em uma pesquisa a respeito dos souvenirs comercializados no Rio de Janeiro foi possível identificar que, em alguns casos, a adesão de produtos de diferentes origens transcende a questão da distância, de forma que

[...] Em alguns souvenirs, o estranhamento da cidade e seus habitantes é radicalizado a ponto de abarcar referentes de um outro continente: em plena Zona Sul carioca é possível adquirir a máscara de um leão, com sua imponência dourada e longuíssima juba de corda, e uma variada estirpe de “nativos da África”. (FREIRE-MEDEIROS e CASTRO, 2007, p. 42)

Essa semelhança de produtos evidencia que tais regiões nem sempre empreendem as próprias criações, como tem sido observado em alguns estudos sobre o assunto, onde produtos que caracterizam outras regiões podem ser encontrados em lojas que deveriam incentivar a venda de produtos fabricados na própria localidade como forma de impulsionar a economia e o artesanato local.

Diante desse contexto, o presente estudo tem o intuito de responder a seguinte questão de pesquisa: Qual a origem e significado dos produtos artesanais comercializados em lojas de artesanato de acordo com a percepção de varejistas natalenses?

1.2 JUSTIFICATIVA

A atividade turística tem surgido nos últimos tempos como uma nova prática econômica que é proporcionada pelo desejo de pessoas em viajar, porém quando essas viagens acontecem outro fator além do simples fato de conhecer novos lugares toma espaço: o consumo na região de destino. É dessa forma que os centros turísticos têm se organizado para criar ambientes e elementos que atendam ao desejo do viajante em adquirir produtos originados das práticas culturais locais e que caracterize, de fato, a particularidade cultural que a localidade possui.

A prática do turismo está associada diretamente ao consumo de serviços e produtos nos destinos receptores, fazendo com que muitos residentes destes locais passem a investir nessa atividade como fonte de renda primária ou secundária. É dessa forma que surgem os centros de comercialização dos produtos artesanais onde diversos produtos – supostamente fabricados nas próprias localidades – são comercializados como forma de dar solidez a viagem, já que as experiências, apesar de enriquecedoras para a vida humana, são intangíveis e precisam de meios mais concretos capazes de materializá-las, disseminando assim essas experiências vividas com outras pessoas que não compartilharam da mesma viagem.

Este estudo se torna relevante à medida que busca contribuir e atender a uma necessidade gerada por discentes e docentes do curso de turismo no que diz respeito aos questionamentos sobre a origem dos produtos que são comercializados nos diversos centros de artesanato de Natal. Esta pesquisa tem o intuito de colaborar com a ampliação de referências sobre o tema a fim de ampliar os conhecimentos dos interessados na área e servir como consulta para estudos posteriores permitindo que novas pesquisas possam surgir, além de possibilitar, através dos resultados da pesquisa, que as discussões e dúvidas a respeito do tema possam ter um maior embasamento tendo como apoio os dados futuramente obtidos.

Logo, esta pesquisa se justifica devido a falta de investigações relativas aos artigos comercializados nos centros de artesanatos na cidade de Natal, no que diz respeito a originalidade e representatividade de tais produtos. Para tanto, nesta pesquisa será utilizado o termo souvenir para referir-se tanto ao artesanato quanto aos demais produtos que são comercializados nas lojas de artesanato e que serão abordados nesta pesquisa.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Estudar a origem e o significado do artesanato como souvenir turístico na percepção de varejistas natalenses.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Traçar o perfil dos varejistas;
- b) Identificar os produtos artesanais originários da cultura popular;
- c) Analisar os valores e costumes vinculados ao artesanato;
- d) Entender o significado do produto artesanal comercializado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A ATIVIDADE TURÍSTICA E OS CENTROS DE ARTESANATO NAS LOCALIDADES RECEPTORAS COMO FORMA DE SATISFAZER O CONSUMIDOR-TURISTA

Em meio ao crescimento da atividade turística, as localidades devem estar cada vez mais preparadas para recepcionar a demanda que surge nos locais onde o turismo se caracteriza como atividade econômica.

Os locais não são mais simples cenários para as atividades comerciais. Em vez disso, cada comunidade tem de se transformar em uma vendedora de bens e serviços, uma promotora de seus produtos e do valor de seu local. Os locais são, na verdade, produtos cujos valores e identidades devem ser planejados e promovidos. Aqueles que não conseguem fazer uma boa promoção de si mesmos correm o risco da estagnação econômica e do declínio (KOTLER, HAIDER e REIN, 1994 *apud* DIAS e CASSAR, 2005, p. 15).

A evidência de que a atividade do turismo tem tomado grande parte das localidades está no aumento das viagens turísticas e no empenho da comunidade em acompanhar e participar desse crescimento, seja como simples receptor, seja como comerciante de produtos voltados a esse público, seja ainda no envolvimento com outras áreas que abranjam a atividade, sendo que “nenhuma localidade deverá, nesse século, ficar fora da exploração pelo turismo, tal a perspectiva de crescimento da demanda” (DIAS e CASSAR, 2005, p. 13).

Dados do Anuário Estatístico do Turismo – 2011 e 2012 mostram que no Brasil, apesar das oscilações no número de turistas que chegam ao país desde 2005, o ano de 2010 mostrou um crescimento significativo comparado com o ano de 2009 que apresentou o menor número de chegadas em comparação com os quatro anos anteriores. Em 2009, o número de turistas que visitaram o Brasil foi de 4.802.217 visitantes, entretanto em 2010 esse número aumentou para 5.161.379 turistas visitando o país. Dados mais recentes mostram que em 2011 esse número continuou crescendo alcançando a marca de 5.433.354 pessoas, o que mostra que o turismo no Brasil voltou a crescer.

Para atender a essa demanda de turistas que procuram levar um pouco da localidade para as cidades de procedência, através da compra de produtos que caracterizem estes locais, surge os centros de artesanato que são espaços físicos aonde uma variedade de produtos fabricados artesanalmente são comercializados para fins turísticos e também para a própria

comunidade, se constituindo em um elemento fundamental para a comercialização desses artigos. Dessa forma,

o ponto de venda é um fator de grande importância, já que o consumidor pode se sentir atraído pelo produto, pode ser capaz de pagar o preço pedido ou estar disposto a fazê-lo, mas, se não tiver acesso a ele, nenhuma venda resultará daí. Os consumidores são influenciados pelos intermediários da cadeia de distribuição. É muitas vezes o varejista que exerce a influência mais poderosa sobre o consumidor em suas decisões de compra (SWARBROOKE e HORNER, 2002, p. 246)

Essa influência citada por Swarbrooke e Horner que o varejista exerce sobre o consumidor deve vir acompanhada com a preocupação em satisfazer o desejo do cliente através da oferta de produtos de qualidade que só serão assim considerados se o comprador, através de tais produtos, tiver suas necessidades atendidas (SWARBROOKE e HORNER, 2002, p. 306). As feiras de souvenir podem, então, se constituir como uma forma de satisfazer o cliente que busca novas e diferentes experiências, já que elas podem

[...] reunir diversos aspectos da dinâmica cultural do espaço visitado, oportunizando ao turista aprender sobre a cultura, entreter-se, admirar objetos produzidos pela comunidade e consumi-los como lembranças da cidade, bem como evadir-se do seu cotidiano [...] (HORODYSKI, PEDRON e GÂNDARA, 2011, p. 17)

Atualmente com a rápida mudança nos padrões de comportamento do consumidor, é necessário que o setor de serviços, em geral, esteja preocupado em satisfazer o cliente em suas necessidades. Essa preocupação em satisfazer o consumidor-turista deve ser necessária por três razões: 1) o cliente satisfeito gera informações positivas a cerca de produtos e serviços experimentados para parentes e amigos, conseguindo novos clientes; 2) Satisfazer o cliente em sua primeira experiência permite a possibilidade deste retornar a utilizar os mesmos serviços e reduz os gastos com marketing; e 3) clientes insatisfeitos podem gerar queixas e gastos sendo também ruim para a imagem da empresa (SWARBROOKE e HORNER, 2002, p. 308).

Essa mudança no padrão do turista que começa a querer produtos mais específicos, diferenciados, que fujam da padronização e que tenham qualidade exige que os fornecedores se adéquem ao novo mercado através da criação de artigos que atendam a cada consumidor individualmente, aonde os produtos originados da fabricação em massa passa a ter uma importância menor em comparação aos produtos exóticos (DIAS e CASSAR, 2005, p. 34).

Essa modificação por parte do fornecedor garante sua permanência no mercado competitivo, já que é este o cenário do comércio atual. “Assim, deixando de lado a ideia de clientes com necessidades e desejos padronizados, uma nova geração de produtos visa com

ênfase maior atender às necessidades mais e mais particulares de cada um dos consumidores” (DIAS e CASSAR, 2005, p. 158).

Os centros turísticos constituem em um conjunto de produtos e serviços que são ofertados aos turistas com a finalidade de atender as mais diferentes demandas. Dessa forma, “a genealogia do lugar turístico está na “concepção e na colocação de produtos turísticos, e não mais, diretamente, nas práticas turísticas em si” (KNAFOU, 2001, p. 70, *apud* OLIVEIRA, 2009, p. 20), pois “[...] Muitas vezes, o turista interpreta a cultura de um lugar a partir da representação que a própria comunidade tem de seu espaço de vida, ao elaborar uma peça de souvenir e expô-la em uma feira” (HORODYSKI, PEDRON e GÂNDARA, 2011, p. 13)

É nas lojas de artesanato que os turistas encontram uma forma de materializar suas viagens adquirindo produtos que caracterizem o lugar turístico e que, de alguma forma, torne a viagem uma experiência autêntica, diferente, capaz de atingir suas necessidades que estão ligadas também ao status gerados por ela (SWARBROOKE e HORNER, 2002, p. 306), ou seja, “[...] a produção de artigos elaborados como lembranças dos locais visitados pode ser entendida como um desdobramento do turismo, capaz de gerar trabalhos e divisas em um determinado espaço e contribuir com as experiências turísticas” (HORODYSKI, PEDRON e GÂNDARA, 2011, p. 10).

Desse modo,

a demanda pelo exótico encontra, nas lojas de *souvenires*, em diferentes partes do mundo, possibilidade de plena realização. [...] elementos culturais e eventos históricos são recombinaados em arranjos improváveis e transformados em mercadorias turísticas" (FREIRE-MEDEIROS e CASTRO, 2007, p. 40)

Portanto, os produtos comercializados nas lojas de artesanato encontram receptividade dos turistas que podem se deparar os mais diversos produtos, de localidades diferentes encontrando formas de tornar as experiências palpáveis e guardar elementos da cultura do local visitado.

2.2 SUVENIRES - COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ARTESANAIS NOS DESTINOS TURÍSTICOS

É no contato entre turistas e comunidade local que se forma a relação capaz de divulgar e propagar as mais diferentes culturas e a unicidade de cada comunidade, que no

momento em que se insere na atividade turística busca resgatar elementos históricos e culturais até então esquecidos ou pouco valorizados.

"Toda e qualquer sociedade apresenta elementos de cultura material e não-material. A **cultura material** se refere aos aspectos físicos ou tecnológicos de nossas vidas diárias, inclusive a comida, casas, fábricas, vestuários, transportes, e matérias-primas" (DIAS e AGUIAR, 2002, p. 130, grifo do autor). É na cultura material que podem ser encaixados os produtos ofertados aos turistas, que estreitam as relações entre residentes e visitantes em um processo de trocas culturais e materiais.

Algumas vezes de modo casual, outras por escolha, e muitas vezes por exigência da sociedade em que vivemos, nós, humanos passamos por diferentes fatos e circunstâncias que, de uma forma ou de outra, nos transformam, ainda que levemente; de acordo com nossa experiência social e cultural, variam desde aspectos emocionais ou estéticos até gostos, motivações e expectativas (SANTANA, 2009, p. 75).

A cultura que modifica de região para região tem a capacidade de promover trocas culturais e modificar a realidade dos visitantes, mesmo que seja por um curto período de tempo. Segundo Oliveira (2009, p. 30), a natureza e a cultura sempre foram os dois elementos mais procurados por quem viaja na procura do autêntico que pode ser encontrado nesses componentes junto com as experiências fornecidas pelo contato com o outro, nas relações sociais, no desejo de conhecer a realidade do próximo que muitas vezes difere da própria realidade do turista, enquanto que, para o nativo, os bens culturais e naturais têm o papel de resgatar o contexto histórico pelo qual aquela sociedade se originou e que resulta no resgate da identidade local. É nessa procura que turistas e moradores estabelecem relação e a busca por interesses em comum, ainda que possuam objetivos diferentes.

[...] Dentro da comercialização de elementos culturais das localidades receptoras de turistas, pode-se enquadrar o comércio de suvenires, na medida em que esses objetos, mesmo quando não se constituem em produtos materiais do engenho popular, isto é, em artesanato, são fabricados para representar os mais variados componentes (personalidades, monumentos, paisagens, etc.) das culturas de um destino turístico. Em grande parte, as críticas ao comércio de suvenires giram em torno de sua inautenticidade e efemeridade (MACHADO e SIQUEIRA, 2008, p. 4).

Freire-Medeiros e Castro (2007, p. 35) definem o souvenir como

[...] um componente essencial e um significativo eloquente da experiência de viagem no mundo contemporâneo.(...) Funcionam, a um só tempo, como testemunho da viagem empreendida, como recurso de memória e como suportes da dádiva quando passam das mãos do turista para as de seus familiares e amigos na volta ao lar.

Machado e Siqueira (2008, p. 5) trazem uma definição de que "os suvenires, em particular, remetem às experiências e narrativas turísticas. Funcionam como elementos que

ajudam a montar o mosaico da vida, recordando as histórias que a compõem. É uma forma de se concretizar as memórias", e na qual a cultura está intimamente relacionada, já que "[...] a cultura, como abstração, reflete um modelo ideal, construído pelos cientistas sociais, que inclui, em sua diversidade, os padrões de comportamento, os utensílios, os símbolos e significados dados tanto àqueles quanto às relações sociais" (SANTANA, 2009, p. 72), de modo que, a cultura acaba se transformando em matéria capaz de representar os antepassados de toda uma sociedade. É nesse contexto que

[...] passado, presente e futuro se encontram na cultura material produzida no hoje, na produção artesanal de [...] suvenires (na venda de artesanato). Elementos que, de uma maneira ou outra, são elaborados com a intenção de tornar presente o passado ausente (SILVA, 2009, p. 78)

De acordo com Dias Filho e Oliveira (2008, p. 2) *apud* Silva (2009, p. 80):

Ao produzir o artesanato o artesão está, mesmo inconscientemente, rememorando sua prática material mediante a recriação simbólica de suas relações sociais. Já o consumidor, quando compra uma peça de artesanato, interage com o tempo e o lugar, porque a fruição estética e o uso prático dele permitem-lhe vivenciar a lógica cultural de uma localidade cujos costumes, muitas vezes, se distinguem dos seus e por causa disso reinventa o objeto dando-lhes novas conotações (resignificação).

Todavia, se por um lado o turista é um dos responsáveis por incentivar nas comunidades turísticas o resgate cultural, por outro eles acabam se constituindo em

[...] agentes de uma modernização cujos impactos têm produzido efeitos de desagregação social e vulgarização cultural, ameaçando a própria autenticidade e identidade do lugar, que é o que está na origem da *turistificação* dos lugares, e é o 'recurso' turístico mais valioso (OLIVEIRA, 2009, p. 23).

Swanson (2004 *apud* Horodyski, Pedron e Gândara, 2011, p. 11) apresenta três categorias relativas ao souvenir capazes de facilitar o entendimento sobre estes, são eles:

- Produtos locais e colecionáveis: livros, objetos de arte, artesanato, alimentos locais, coleções, antiguidades, etc.
- Produtos com marca local: brinquedos, canecas, adesivos, camisetas, postais, folhetos, etc.
- Produtos ligados a vestuário: roupas, vestuário artístico, peças autênticas, joias, biojoias, bijuterias, acessórios, etc. (SWANSON, 2004 *apud* HORODYSKI, PEDRON E GÂNDARA, 2011, p. 11).

Apresenta ainda características correspondentes ao souvenir e que podem ser utilizadas na hora da compra e na escolha de determinado produto, aspectos determinantes como:

- Cuidado e viagens: objetos considerados limpos, fáceis de cuidar e de transportar, utilitários, interessantes para presentear, fabricação local.
- Estética: cores, design, utilidades, adorno.
- Exclusividade: produzido por artesãos conhecidos, artigos com edição limitada, artesanato considerado de alta qualidade, ideia inteligente para produção (SWANSON, 2004 *apud* HORODYSKI, PEDRON E GÂNDARA, 2011, p. 11).

É válido destacar também que a compra de produtos artesanais, em geral, possui um caráter de status, tendo em vista que

o souvenir pode representar simbolicamente a cultura do outro, comprovando entre os pares, que a viagem foi de fato, realizada. Trazer um souvenir e guardá-lo consigo proporciona sensações memoráveis a medida em que proporciona a materialização dessa lembrança (REIS, 2008 *apud* HORODYSKI, PEDRON e GÂNDARA, 2011, p. 11, grifo nosso).

Machado e Siqueira (2008, p. 6), reforçam a ideia de que uma das principais motivações para a compra desse tipo de produto seria o fato de se tratar de objetos materiais que comprovam a visita à determinada localidade, ainda que os produtos não sejam adquiridos com o intuito de presentear outras pessoas:

[...] Os souvenirs seriam presentes que os habitantes das localidades turísticas oferecem como algo de si aos turistas e que estes, por sua vez, oferecem aos íntimos que não partiram de viagem como uma forma de reafirmar vínculos. [...] apesar de os souvenirs serem adquiridos através de uma troca comercial, não deixam de representar aquilo que os “anfitriões” escolheram para identificar a si mesmos e ser levado pelo turista [...]. Não obstante, nem sempre o turista compra souvenir para dar de presente a alguém. Ele pode adquiri-lo motivado pelo desejo (consciente ou não) de provar ao grupo ao qual pertence que esteve em determinado lugar (MACHADO e SIQUEIRA, 2008, p. 6).

Para reafirmar ainda mais essa ideia, para Swanson (2004 *apud* Horodyski, Pedron e Gândara, 2011, p. 10), o souvenir é uma forma de tornar palpáveis as experiências vividas e uma prova concreta de que se visitou determinada localidade, além de se constituir em um elemento capaz de prorrogar as experiências vividas durante a viagem.

Portanto, é nessa procura da autenticidade que, mesmo com objetivos diferentes, artesãos, comunidade local e turistas se encontram aonde "a regra é proporcionar ao cliente uma experiência satisfatória, a *experiência do “autêntico”* na natureza, na cultura, no povo ou uma combinação destas" (SANTANA, 2009, p. 86). Porém, em localidades turísticas distintas, "[...] os objetos, não por acaso, se repetem com pouquíssimas variações nas diferentes lojas. São objetos que os turistas não podem deixar de comprar, por mais “óbvios”, “anacrônicos” ou “deslocados” que sejam" (FREIRE-MEDEIROS e CASTRO, 2007, p. 49), pelo simples fato de servir como "representação" da localidade turística.

Entretanto, além da importância que o artesanato tem para turistas e artesãos, é preciso compreender também tal importância para os comerciantes e de que forma o artesanato contribui para estreitar as relações entre turistas e comunidade local, contribuindo para o resgate dos hábitos culturais e valorização da cultura da própria comunidade.

2.2.1 Suvenir: valores, costumes e significados

Como visto nos tópicos anteriores o suvenir deve estar dotado de significados que representem a cultura da localidade onde é comercializado para que a experiência do turista possa ser a mais autêntica possível, de forma que, somente com o conhecimento da cultura é possível perceber o significado de um símbolo (LARAIA, 1993 *apud* MACHADO e SIQUEIRA, 2008, p. 6).

Assim sendo, “o significado refere-se às representações que o sujeito tem de sua atividade, assim como o valor que lhe atribui” (TOLFO e PICCININI, 2007, p. 39). Ou seja, o significado de cada elemento está diretamente relacionado com o contexto em que o sujeito vive e com a relação e importância que o componente tem para ele.

Silva, Gobbi e Simão (2005, p. 72) citam Alencar (2002) afirmando que “o significado não existe no vácuo, mas sim para um indivíduo específico ou grupo de indivíduos em um dado contexto. Quando se considera outro indivíduo e outro contexto, o mesmo objeto poderá ter diferente significado”, reafirmando que os significados que cada indivíduo carrega de determinados objetos são produzidos a partir do contato com o grupo e nem sempre objetos iguais possuem significados semelhantes e que o significado que determinado produto possui para um indivíduo pode não ser o mesmo com o passar do tempo (TOLFO e PICCININI, 2007, p. 44).

Todas as localidades passam por modificações resultantes do tempo e que podem contribuir para o enfraquecimento de alguns costumes e práticas culturais que resultam na modificação do significado que tais práticas possuem para a própria comunidade, de modo que para que uma localidade ou determinados produtos estejam dotados de significados para os turistas é necessário inserir em cada produto elementos culturais locais que caracterizem o destino visitado e que, muitas vezes, ficam perdidos no tempo (FREIRE-MEDEIROS e CASTRO, 2007, p. 37). Desta forma, a identidade cultural de cada localidade, repleta de valores e costumes próprios encontra imortalidade através do

[...] artesanato, que se constitui como um patrimônio cultural imaterial, por meio de suas peças, artefatos e artigos de decoração, carregadas de simbologia e identidade, traduzidas através das formas e estilos diversos se manifestando como uma das formas artísticas mais importantes desse patrimônio, onde cada peça possui uma expressão própria de sentimentos e valores (LOPES, COSTA e ARAÚJO, p. 5)

É nessa imortalidade gerada através do artesanato que o turista encontra motivos para levar consigo recordações da viagem; por outro lado, o artesão cria nele mesmo o desejo de confeccionar objetos e dispor a venda para esses clientes. Ambos os interesses acabam

contribuindo involuntariamente para a necessidade de representar nos produtos fabricados momentos culturais passados. Segundo Lopes, Costa e Araújo (p. 9):

A intenção de promover o modo de vida dos artesãos e da localidade em que vivem também é associada aos modos de vida antigos, ao resgate de uma época em que a produção era bem artesanal, no sentido próprio da palavra, e os modos de vida eram mais rudimentares. Ao configurar a rotina da sua comunidade, o artesanato é capaz de atribuir novos valores que vão dos materiais aos imateriais, tornando-se um poderoso símbolo e paralelamente um patrimônio que também é tangível.

De acordo com Dias e Aguiar (2002, p. 130) “cada cultura e cada sociedade tem a sua integridade própria, o seu próprio sistema de valores e seus costumes”. Dessa forma, para que o artesanato possa representar a cultura da localidade, é preciso voltar ao passado e redescobrir a origem dos produtos comercializados e as tradições existentes na comunidade local onde o artesão, por sua vez, através da fabricação da peça artesanal, tentará materializar os costumes de outrora e que mais tarde, será repassada ao turista, ou seja,

A forma pela qual os artesãos criam e confeccionam as peças artesanais, os materiais e técnicas utilizados por eles retratam as particularidades e características mais marcantes do grupo social, das tradições advindas de um conjunto cultural próprio e singular. (LOPES, COSTA e ARAÚJO, p. 9)

Entretanto, se por um lado o artesanato representa o lugar onde este é fabricado, por outro, pode representar a imagem que o turista tem sobre aquele local onde o significado que ele possui pode ser diferente para o artesão e para o turista, e variando ainda de artesão para artesão e de turista para turista (HORODYSKI, PEDRON e GÂNDARA, 2011, p. 11). É a imagem construída no imaginário de cada pessoa que dá identidade aos locais (DIAS e CASSAR, 2005, p. 165).

Além disso, o valor simbólico que cada objeto representante da localidade possui para o turista é superior ao valor material que este poderia pagar pelo produto, tendo em vista a importância e significado que cada produto abrange, ou seja, “por trás da escolha do turista – que jamais é tão racional como podemos imaginar – estão valores coincidente com aquilo que os objetos comprados buscam simbolizar” (MACHADO e SIQUERIA, 2008, p. 11).

Assim sendo, “o artesanato é uma manifestação da cultura popular. É a arte de expressar, num processo dinâmico e manual, o trabalho, as crenças, as festas, os costumes, isto é, a cultura própria de cada local, utilizando a matéria prima da região” (NUNES, 2003, *apud* LOPES, COSTA e ARAÚJO, p. 6). Portanto, a cultura de cada local utiliza-se do artesanato como forma de ultrapassar as barreiras geográficas e culturais, concretizando a viagem e as experiências vivenciadas em um local, muitas vezes, totalmente desconhecido e

contrário ao local de origem fazendo com que as experiências sejam mais enriquecedoras através do contato com novas culturas e pessoas diferentes.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

A presente pesquisa, quanto à modalidade, tratou-se em um momento inicial de uma pesquisa bibliográfica, através da leitura e seleção das principais obras e autores que estudam o tema em questão e, em um momento posterior, de um estudo de caso realizado no Centro de Artesanato localizado na Praia dos Artistas. O estudo de caso “é o estudo profundo e exaustivo de determinados objetos ou situações [...]. O estudo de caso pode envolver exame de registros, observação de ocorrências de fatos, entrevistas estruturadas e não-estruturadas ou qualquer outra técnica de pesquisa” (DENCKER, 1998, p. 155)

Quanto a forma de abordagem, trata-se de uma pesquisa qualitativa que busca a compreensão dos fatos de acordo com a realidade tal como ela é e que não podem ser quantificados (FONSECA, 2002). De acordo com Rodrigues (2006, p. 90) “[...] É utilizada para investigar problemas que os procedimentos estatísticos não podem alcançar ou representar, em virtude de sua complexidade”.

Segundo os objetivos, o estudo trata-se de uma pesquisa exploratória-descritiva. A pesquisa exploratória se caracteriza pela necessidade de ir a campo em um momento inicial para conhecer de forma mais aprofundada as características de uma variável que não é muito conhecida ou estudada (GIL, 1999 *apud* RAUPP e BEUREN, 2006), enquanto que a pesquisa descritiva é aquela “[...] usada para descrever características de um determinado grupo e estudos de opinião, de motivações, de mercado e socioeconômicos” (RODRIGUES, 2006, p. 90).

3.2 UNIVERSO DA PESQUISA

A definição de quem serão os sujeitos da pesquisa se dá de acordo com a finalidade do estudo ou o tema de investigação que deseja se estudar, de forma que tais sujeitos contribuirão de maneira fundamental para os resultados a serem obtidos. Os sujeitos deste estudo foram definidos a partir da relação que estes possuem com o tema abordado de modo que foram definidos para a investigação os varejistas que trabalham no Centro de Artesanato, localizado na Praia dos Artistas. Este grupo foi escolhido pelo contato que possuem com os clientes e

produtores, caracterizando-se como intermediários entre artesãos e consumidores. Já a definição do local onde a pesquisa foi realizada foi feita de acordo com a acessibilidade do pesquisador até o local.

Segundo Dencker (1998, p. 109) em casos de pesquisa que envolva a opinião de grupos não é preciso investigar toda a população que compõe o determinado grupo de forma que a amostragem pode ser determinada pelo pesquisador sem que isso comprometa a qualidade da pesquisa.

Quanto à amostragem, neste estudo foi utilizada a amostragem não probabilística cuja “possibilidade de escolher determinado elemento do universo é desconhecida” (DENCKER, 1998, p. 214). A amostra utilizada foi a amostragem de conveniência onde “os elementos são escolhidos de acordo com a conveniência do pesquisador” (DENCKER, 1998, p.214).

Na presente pesquisa foram entrevistados 23 pessoas, escolhidas por questões de disponibilidade no momento da entrevista, dentre os quais estão grupos diferentes de participantes: artesão, vendedores e proprietários.

3.3 INSTRUMENTO DA PESQUISA

Dencker (1998, p. 110) apresenta que “[...] os instrumentos constituem uma lista de indagações formuladas pelo pesquisador para o levantamento das informações desejadas”. O instrumento de coleta de dados utilizado nesta pesquisa foi a entrevista fundamentada em um roteiro contendo 10 pontos que nortearam todo o processo de entrevista, feito pelo próprio pesquisador e que dá maior suporte ao processo de entrevista e garante um direcionamento na formulação das questões ao entrevistado.

Antes da realização da entrevista foi feito um pré-teste onde 2 pessoas foram entrevistadas com o intuito de testar a qualidade do roteiro elaborado. Esse pré-teste foi realizado com os vendedores de artesanato em lojas localizadas no Terminal Rodoviário de Natal e que atende ao objetivo da pesquisa, já que nesse local os produtos comercializados são direcionados ao turista que visita a cidade, permitindo analisar a qualidade do roteiro elaborado, de forma que este pré-teste identificou algumas falhas no roteiro como, por exemplo, a falta de compreensão em alguns questionamentos e que contribuiu, de forma significativa permitindo modificá-lo de maneira adequada.

Seguinte a este passo, realizou-se o ajuste do roteiro de entrevista que foi finalizado contendo 10 questões norteadoras para a realização da entrevista, além de perguntas simples para traçar o perfil dos varejistas do Centro de Artesanato da Praia dos Artistas.

3.4 COLETA DE DADOS

A coleta de dados é o processo que permite alcançar resultados ainda desconhecidos e que responderão se as hipóteses indicadas inicialmente no estudo correspondem ou não a realidade investigada. Na presente pesquisa o processo de coleta de dados foi realizado diretamente no campo de trabalho dos sujeitos pesquisados.

Segundo Dencker (1998, p. 165) “a coleta de dados é a fase do método de pesquisa que tem por objetivo obter informações sobre a realidade”.

A forma de coleta de dados se deu através da técnica de entrevista que permite uma maior abrangência nas respostas, da mesma forma que possibilita o possível surgimento de novas variáveis que não foram consideradas. Na coleta de dados foi utilizada a entrevista estruturada individual também conhecida como conversa dirigida.

De acordo com Rodrigues (2006, p. 92) a entrevista trata-se de uma técnica desenvolvida a partir de uma "conversa orientada" que possibilitará a coleta de informações e através da qual os entrevistados "respondem a perguntas idênticas, recebem as mesmas explicações, e as conversas desenrolam-se em condições tão idênticas quanto possível. Chega-se assim a uma espécie de questionário apresentado oralmente" (FONSECA, 2002).

A coleta de dados ocorreu entre os dias 7 e 12 de novembro de 2012 e foi realizada no Mercado Municipal de Artesanato, mais popularmente conhecido como Centro de Artesanato e que está localizado na Avenida Presidente Café Filho, Praia dos Artistas, onde foram entrevistadas 23 pessoas, dentre os quais estão artesãos, vendedores, gerentes e proprietários das lojas de artesanato.

3.5 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

Minayo (2001 *apud* Fonseca, 2002) conceitua a pesquisa qualitativa como aquela que "não se baseia no critério numérico para garantir sua representatividade. A amostra adequada

é a que possibilita abranger a totalidade do problema investigado em suas múltiplas abordagens".

Dessa forma, não é possível definir meios estatísticos capazes de analisar os dados levantados na pesquisa qualitativa, ficando a cargo do pesquisador encontrar a melhor maneira de analisá-los considerando todos os aspectos encontrados durante a pesquisa. Richardson (1999 *apud* Raupp e Beuren, 2006) destaca que na análise da pesquisa qualitativa não é empregado nenhum meio estatístico já que o objetivo não é quantificar os dados obtidos e sim investigar e interpretar com maior profundidade o problema em questão.

Na presente pesquisa foi utilizado o método de análise de dados conhecido como análise de conteúdo através da transcrição total da fala dos entrevistados. A análise de conteúdo pode ser definida “como um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens” (BARDIN, 1994 *apud* SILVA, GOBBI e SIMÃO, 2005, p. 73). Ainda segundo os mesmos autores “o método da análise de conteúdo aparece como uma ferramenta para a compreensão da construção de significado que os atores sociais exteriorizam no discurso” (SILVA, GOBBI e SIMÃO, 2005, p. 74). Desta forma, a análise de conteúdo pode ser utilizada nas pesquisas qualitativas tendo em vista que busca compreender os significados da fala dos entrevistados, possibilitando uma interpretação mais aprofundada e complexa.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

No trabalho de campo foram realizadas entrevistas com 23 varejistas do Centro de Artesanato da Praia dos Artistas com idades entre 16 e 58 anos, onde foi possível detectar o perfil predominante dos varejistas apresentados no quadro 01.

Quadro 01: Perfil predominante dos entrevistados

Faixa etária (anos)	Entre 16 e 29
Escolaridade	2º grau completo ou incompleto
Estado Civil	Solteiro
Tempo de trabalho com artesanato	Entre 6 meses e 5 anos
Função	Vendedor

Fonte: dados da pesquisa, 2012

No que diz respeito à faixa etária, a maior parte dos entrevistados apresentam entre 16 e 29 anos de idade, representando quase metade dos entrevistados. Em relação ao nível de escolaridade, há predominância de pessoas que possuem o 2º grau completo ou incompleto. Quanto ao estado civil, mais da metade declaram serem solteiros. Em relação ao tempo de trabalho com artesanato quase metade dos pesquisados revelaram trabalhar entre 6 meses e 5 anos, neste caso 31 anos foi o tempo máximo de trabalho com o artesanato apontado pela pesquisa. Dos 23 entrevistados, mais da metade são vendedores e uma minoria formada por artesãos. Outro fator considerável e apontado através da observação e do contato entre o pesquisador e os varejistas é que, no que diz respeito ao gênero dos pesquisados, há predominância do gênero feminino no trabalho com o artesanato local.

4.2 PRODUTOS ARTESANAIS ORIGINÁRIOS DA CULTURA POPULAR

Como já foi citado anteriormente, há uma grande dúvida sobre a origem dos produtos comercializados para turistas, se eles realmente são fabricados e representam a região onde são vendidos. Desta forma, neste tópico serão apresentados os quadros 02, 03 e 04 que dizem respeito, respectivamente, à origem destes produtos comercializados no Centro de Artesanato, que tipos de produtos são esses e como se dá a participação do entrevistado no processo de compra das peças artesanais.

O quadro abaixo refere-se à origem dos produtos que são comercializados nas lojas de artesanato em Natal – RN. Apresentam-se abaixo as respostas dos 23 participantes, de forma que, por questões de ética não serão revelados os nomes dos entrevistados que nesta pesquisa receberam a denominação de Sujeito (S), numerados de 1 a 23 e que não seguem respectivamente a ordem das entrevistas realizadas em campo, bem como demais informações que possam revelar os personagens das entrevistas.

Quadro 02: Origem dos produtos comercializados nas lojas de artesanato

SUJEITO	RESPOSTA	CATEGORIAS
S1	Então, alguns vêm da...é...bom, o que a gente mais vende são os lampiões, é os que tem mais história, na realidade, que é...acho que todo mundo conhece a história de Lampião, é um dos mais vendidos, e segundo são as bonecas também de, é... de Aldino, né? que são...é, assinadas por ele também, que já é bem conhecidas. O restante é artesanato daqui mesmo, cultura daqui, toalhas, cangas pintadas a mão que a gente pinta aqui na loja mesmo. A gente daqui que pinta elas, também.	- Produção Local (S1, S4, S5, S6, S7, S8, S12, S13, S15, S17, S18, S19, S20, S23) - Produção externa (S2, S4, S5, S6, S7, S8, S10, S11, S12, S16, S17, S18, S19, S20, S23) - Origem desconhecida (S3, S14, S21, S22)
S2	Eu vendo capim dourado, só que o capim dourado ele não vem...ele não é daqui de Natal, ele vem do Tocantins, como a gente tem loja no Tocantins aí vem mais barato pra gente.	
S3	Sei não.	
S4	Esses daqui eu conheço pouco, mas que eu, eu trabalhava com peça, com aqueles... suvenirs, aí... vem de todos os lugares, hum... fornecedores diferentes, vem um bocado de, a maioria é de... como é o nome? Tem uns de Fortaleza e tem uns de Caruaru, que vem de lá. Tem, vários aqui de Natal, muitos fornecedor daqui mesmo que mora aqui em Natal. e do interior também. Você sabe dizer quais? ah não. Do interior não sei dizer quais não.	
S5	E agora você me pegou (risos). Assim, são todos artesanais, a gente procura é... fazer com que, seja aqui da terra pra que, quando o turista venha leve uma lembrança de Natal, principalmente sobre o Lampião, o trio sanfoneiro...muitas coisas assim, o caju, sobre lembranças do caju... que lembre Natal. Os produtos? Alguns vem de fora que os fornecedores vêm de ...Fortaleza, da Paraíba, mas alguns são daqui também. Você sabe dizer de onde é? Não!	
S6	É...artesões que... fornecem aqui pra gente. Mas você sabe dizer de onde eles vêm? Esses produtos? Macaíba... São Gonçalo. Vem, do Ceará, Recife. Tem Natal.	
S7	Quer saber de onde vem? Olhe, vem de Fortaleza, Rio Grande do Norte, Fortaleza e Pernambuco.	
S8	Comercializados aqui na loja? No caso, é... Ó, eu tenho uns... que vêm de Fortaleza, têm outros que vêm de... Caruaru, têm outros que é daqui de Natal mesmo, sabe? mas a maioria é de fora.	

S9 ¹	Não.	
S10	A gente trabalha com algodão natural, esse algodão ele é desenvolvido pela EMBRAPA, é um algodão que não tem química. Eles desenvolvem natural, aí eu trabalho com bolsa, chapéu... Vem de... porque assim é da Paraíba, esse algodão vem da Paraíba	
S11	Ceará... Pernambuco...	
S12	Eles vêm aqui, eu recebo de, na verdade de... três... estados aqui do Nordeste: Tacaratu (Pernambuco), São Bento da Paraíba, na Paraíba e... jardim de Seridó que é aqui no Rio Grande do Norte.	
S13	Sim, a maioria vem daqui mesmo de Natal, vem do estado e do interior.	
S14	É, Aí teria que ser com a parte de compras, aí não cabe a mim.	
S15	São só artesanatos em geral, é...daqui mesmo da região.	
S16	É...Mulher é o seguinte: esses jogos, o trabalho de tear a mão. Esses trabalhos vêm de Maceió, Tacaratu, um interior próximo de Maceió, certo?	
S17a ²	Como assim? De onde eles vêm? Ah. Porque quem traz é o dono de, da loja aí a gente não sabe de onde é não. Uns vêm de Fortaleza, outros vêm de Pernambuco... vêm de vários estados... Caicó...	
S18	Bom, a maior parte desses produtos eles advém de...resgates em culturas, exemplo: cabaças, nós trabalhamos com a rotação de cultura de cana de açúcar, então nós vamos aos canaviais e resgatamos, as...cabaças antes que passem os tratores pra... fazer forragem de cama, pra...plantio de cana. É, garrafas, nós reciclamos. Todo nosso material é em cima de desenvolvimento sustentável: couro, é...caranguejos...nós utilizamos os machos pra fazer organizadores, pra fazer...é...como é que chama?...é...petisqueira, cinzeiro...é...nós utilizamos sempre material sustentável, biodegradável, sempre de acordo com a, com a...preservação da natureza. De preferência aqui do estado, por causa do custo e por causa da valorização do artesanato aqui. Pronto, de outros estados, é claro, a gente sempre fica mais na região Nordeste porque nós temos um contato e um acesso melhor, exemplo: Pernambuco, Recife, entendeu? Fortaleza... Diversos artesãos vêm aqui, nós hospedamos eles, nós facilitamos hospedagem, nós facilitamos transporte, é...nós facilitamos todo o trânsito deles pra que a cadeia produtiva saia de, em vez de, ao invés de um estado, ela se transforme em uns dois ou três estados ao mesmo tempo, entendeu? Ah...trabalhamos com Mossoró, trabalhamos com...quase todos o...os interiores, Martins...a maioria deles, a maioria, sinceramente, a maioria deles.	

¹ Não quis falar sobre o tema em questão.

² Para fins de esclarecimento, quando o texto fizer referência ao sujeito 17 (S17), serão utilizados dois tipos de especificação: S17a e S17b, tendo em vista que a entrevista realizada com o Sujeito principal (S17a) teve diversas participações de um outro varejista (S17b) e que não podem ser desconsideradas.

S19	Bom eles todos são fornecidos a maioria tudo aqui no Rio Grande do Norte mesmo, é mais fornecedor daqui da região. Dos outros estados têm é...é...Fortaleza...a maioria mais, mesmo é daqui mesmo.	
S20	Bom a... a dona da loja ela viaja, procura... é.... artesanatos, feito por... por artesãos não renomados, mas... que tenha... como é que se, como é que eu posso dizer a você?... que tenha ideias boas, que eles produzam o sentimento dele na arte, aí se ela se identificar ela compra, traz pra loja, na maioria das vezes os produtos são regionais, são do Rio Grande do Norte, ela... procura... ela procura trazer os artesões daqui praqui. É basicamente isso. Tem de Caicó, tem Mossoró... eu acho que... por aí, aqui de Natal. Ela viaja muito pra Bahia, acho que... os que vêm de fora ela traz mais de lá.	
S21	Mulher... agora tú me pegou. É que, é a dona que pega tudo. Ela...fornecedor é com ela e tudo. A gente só vende, a gente não recebe, né? mas a origem deles são basicamente são todos daqui , bem nosso, bem do Nordeste, né? Tudo daqui.	
S22	Não, aí fica com o fornecedor, com a dona da loja, ela não passa pra gente. Mas você sabe dizer se têm produtos daqui que são trazidos de outros estados? Não, eu creio que não, só daqui mesmo da região mesmo, do Nordeste.	
S23	Da onde vem, você quer saber? Olha, alguns, algumas coisas vêm aqui de Natal mesmo, entendeu? como porta-retrato, bauzinho, alguns bonecos, outros vêm é...de João Pessoa, outros vêm de Pernambuco, são produto regional daqui... do nosso estado.	

Fonte: dados da pesquisa, 2012

O quadro 02 aborda a origem dos produtos comercializados nas lojas de artesanato. Assim como apontou a pesquisa de Freire-Medeiros e Castro (2007, p. 38) sobre a inautenticidade de produtos comercializados nas lojas do Rio de Janeiro, que muitas vezes advêm de outras regiões e culturas diferentes, os dados coletados no Centro de Artesanato da Praia dos Artistas indicam que também os produtos comercializados em Natal não são fabricados somente aqui no estado, advindos também de outras regiões do país, principalmente da região nordeste pela facilidade de locomoção e entrega dos produtos.

Os resultados obtidos através da pesquisa ainda apontam que, na maioria das vezes, são os fornecedores que se deslocam até os compradores, ou seja, os produtos que têm origem fora de Natal e do estado são trazidos diretamente pelos fornecedores até o local onde os artigos são comercializados e que, desta forma, não há o contato direto com o artesão no seu local de trabalho. Daí a dificuldade em se compreender de que forma são realizadas as trocas simbólicas comentadas por Machado e Siqueira (2008, p. 14) em que vendedores e turistas trocam opiniões, conhecimento e histórias a cerca dos produtos comercializados, já que além de não serem fabricados na própria localidade os comerciantes não interagem diretamente

com o fabricante, interferindo no conhecimento aprofundado que este deveria ter sobre cada souvenir comercializado como forma de transmitir tais conhecimentos ao turista.

Portanto, os principais emissores de produtos para as lojas de artesanato em Natal são, respectivamente, de acordo com a pesquisa, os estados de Pernambuco, Ceará, Paraíba e também os estados da Bahia, Alagoas (Maceió) e Tocantins. Porém mesmo com a presença muito forte de produtos originados de fora do estado, na cidade de Natal, bem como em outros municípios do estado também são fabricados alguns souvenirs que são comercializados no Centro de Artesanato, como é o exemplo de Caicó e Mossoró.

Desta forma, é preciso completar que os produtos vendidos no Centro de Artesanato em questão, mesmo que sejam comercializados para os turistas como se fossem fabricação local, em grande parte são trazidos de fora do estado. Tudo isso implica na desvalorização de artesãos e da cultura local, tendo em vista que atualmente é comum encontrar semelhanças em diversos produtos mesmo que vendidos em cidades diferentes, de forma que as tradições peculiares de cada localidade e que deveriam encontrar no artesanato uma forma de representação vão sendo esquecidas para dar espaço a produtos muito generalizados, que ao invés de caracterizar determinada localidade, acabam representando diversas localidades ao mesmo tempo.

O quadro 03 aponta os resultados sobre a participação do varejista no processo de compra das peças artesanais, de que forma se dá a interação entre vendedores e artesãos no momento da compra da mercadoria.

Quadro 03: Participação do varejista no processo de compra das peças artesanais

SUJEITO	RESPOSTA	CATEGORIAS
S1	Minha participação? Às vezes eu opino, é...quando for escolher algum produto, na maioria das vezes é o...o dono mesmo que escolhe. Você vai até o local? Não. Eles vêm até nós.	- Compra da mercadoria (S5, S7, S8, S11, S13, S16, S23)
S2	Compra? É porque vêm os fornecedores e quem trata disso é a gerente da loja, só quem compra é ela. Mas vocês dão palpite, alguma coisa assim? Com certeza. Quer dizer que eles vêm até aqui, né? É. Ele vem até aqui e o capim não vem totalmente pronto, a gente mesmo faz alguns peças, monta...Forma um design diferente...das peças.	- Influencia na decisão de compra (S1, S2, S15, S17)
S3	Sinceramente, nenhuma, porque quem faz as compras é a dona.	- Falta de participação (S3, S4, S6, S9, S10, S14, S19, S20, S21, S22)
S4	Aqui num... não participo aqui.	- Fomenta parceria com artesão (S18)
S5	A minha participação é direta né? porque é eu que compro, como a dona não fica na loja então quem compra é a gente, a gente vê as mercadorias, vê o que sai o que não sair a gente já não compra, o que	- Não sabe explicar

	tem mais a ver com o artesanato mesmo. Mas vocês vão até o local? Não. Os fornecedores que procuram a gente.	(S12)
S6	É minha vó que... a patroa.	
S7	Sou eu que faço as compras.	
S8	Assim, quem faz as compras sou eu.	
S9	Não, não, não. eu... quem compra os produtos da loja é a... proprietária. Ou o fornecedor vem aqui, ou ela viaja em busca dos produtos. Porque a viagem é ...Nordeste, nível Nordeste, entendeu? a origem deles é toda... Nordeste. Artesanato nordestino mesmo.	
S10	Assim, Não sou eu que compro, no caso como eu sou só vendedora.	
S11	Eu que escolho, eu que compro.	
S12	Participo, mas num...não sei.	
S13	Se eu compro? Compro, compro algumas peças, mas todas artesanais.	
S14	Não tenho participação nenhuma.	
S15	A minha participação só é escolher a melhor mercadoria... Mas você vai até o vendedor, local onde vende? Isso.	
S16	Compro, é assim, os fornecedores a gente telefona, eles visita a gente e a gente compra já direto a ele.	
S17a	Só escolhe. Não, os vendedor vem até aqui.	
S18	Pronto, o processo de compra aqui ele é assim, nós, nós fomentamos parcerias, tá? não adianta vender e comprar, o que adianta é o artesão entender que por trás do artesão tem a família dele, tem a mãe, tem a vó, tem o filho...então a gente fomenta com que seja uma parceria pra que ele venha e tenha uma loja, porque muitas vezes quando você procura um mecanismo oficial, quando você procura o organismo público, você tem que se cadastrar, você tem o quimec, você tem...diversos vetores buscando...com que você acabe fugindo de tudo isso, você acaba tendo que pagar pra trabalhar, e aqui não, aqui a gente pega, coloca o produto dele, em parceria, em consignação, ele vende, vem em busca do dinheiro e acabou a conversa. A parte fiscal toda é, é responsabilidade nossa, entendeu?. Você vai até os lugares onde produz esse artesanato? Ah, com certeza. Nós vamos, visitamos, o carinho de você chegar e...e vê a forma dele trabalhar, é... o carinho dele te receber, ver...tá entendendo? Eles têm o maior prazer em te mostrar, coisa que o me, o organismo oficial não faz, não tem chance, num...se distancia, entendeu?	
S19	Não, não sou eu que faço compra.	
S20	Eu não tenho.	
S21	Não, assim, né? porque como a gente fica na parte de vendas, então essa parte é tratada mais com o lojista.	

S22	Mulher... eu num, eu num compro.	
S23	Não, eles vêm até aqui. Eles vêm deixa o carro aí na frente, a gente vai lá e escolhe, compra aos fornecedores.	

Fonte: dados da pesquisa, 2012

O quadro 03 aborda a participação do varejista na hora da compra, ou seja, a maior parte dos varejistas não atuam diretamente na compra e escolha dos produtos indo até o local onde os mesmos são produzidos porque esta função na maioria das vezes é de responsabilidade do proprietário da loja, no entanto aqueles que participam do processo de compra souberam explicar melhor a origem de tais produtos questionada e apresentada no quadro 02.

Outro fator também considerável no processo de compra e apontado pelos lojistas é que a compra se dá diretamente com o fornecedor e acontece quando este vem até o local onde os produtos são comercializados. Há um contato anterior através de telefonemas onde são explicados os produtos que se deseja adquirir e posteriormente, o fornecedor vem entregá-los não necessitando que o proprietário ou outra pessoa responsável precise comparecer onde os suvenires são fabricados.

Neste caso, um ponto negativo seria a falta de conhecimento por parte de quem comercializa os produtos artesanais sobre a produção, que processos são realizados na fabricação dos produtos, quais matérias primas são utilizadas e que histórias, sentimentos e inspirações são responsáveis pela criação de determinada peça artesanal, o que só seria possível através do relacionamento com o artesão no momento da fabricação dos produtos e que poderiam ser, posteriormente, utilizados na realização das vendas. Porém a própria indefinição de onde esses produtos são fabricados, a dificuldade de viajar até os locais tendo em vista que são os fornecedores que vêm até o Centro de Artesanato e que as cidades onde as peças são produzidas não são todos no próprio estado dificultam a locomoção e o interesse de vendedores e proprietários em saber como são feitas as peças, cabendo ao vendedor, em muitos casos, somente escolher que produtos devem ser adquiridos ficando a cargo do proprietário a decisão final.

Entretanto, apesar de em muitos casos existir apenas a preocupação em adquirir e comercializar determinados produtos, o entrevistado S18 aponta que, neste caso, há uma preocupação em estabelecer um relacionamento com o fabricante que vá além do interesse

econômico e mercadológico dos comerciantes, enfatizando a importância das relações mais intensas entre os artesãos e varejistas onde o souvenir desenvolve o papel de intermediador nesta relação pelo próprio valor que possui para ambos os lados.

O quadro 04 refere-se ao questionamento sobre os tipos de produtos que são comercializados nas lojas de artesanato, a fim de identificar os principais produtos vendidos em tais lojas.

Para a categorização dos resultados abaixo apresentados serão utilizadas as três categorias do souvenir elaboradas por Swanson (2004 *apud* Horodyski, Pedron e Gândara, 2011, p. 11):

produtos locais e colecionáveis (livros, objetos de arte, artesanato, alimentos locais, coleções antiguidades, etc.; produtos com marca local (brinquedos, canecas, adesivos, camisetas, postais, folhetos, etc.; e produtos ligados a vestuário (roupas, vestuário artístico, peças autênticas, joias, biojoias, bijuterias, acessórios, etc.).

Neste caso, na presente pesquisa foram utilizadas essas categorias para facilitar a categorização tendo em vista que foram citados produtos diversificados, como mostra o quadro a seguir:

Quadro 04: Tipos de produtos que são comercializados nas lojas de artesanato

SUJEITO	RESPOSTA	CATEGORIAS
S1	Os mais vendidos? Os mais vendidos são cangas, e...as bonecas mesmo, bonecas de barro, cerâmicas e os abajures também, luminárias.	- Produtos locais e colecionáveis (S1, S3, S5, S6, S7, S9, S12, S13, S14, S15, S16, S17, S18, S19, S20, S21, S22, S23) - Produtos com marca local (S2, S3, S5, S6, S9, S10, S12, S13, S19, S23) - Produtos ligados a vestuário (S1, S2, S3, S5, S6, S9, S10, S11, S12, S13, S15, S16, S17, S19) - não especificados (S4, S8)
S2	O tipo de produto? Como eu já falei o capim dourado a gente usa ele como bol, pra é...ele é feito bolsas, tiaras, relógios, até marcador de página e muita bijuteria.	
S3	Acabei de falar (risos), sobre as bolsas, né? que é, é tudo feito em tear, as roupas feitas no algodão natural, trabalhamos também com chapéis, é...o que mais?...produtos das palhas de buriti que tem muitas, você tá vendo essas bolsas aqui, essas coisas de miudagens, o que mais? É, esses porta- cerveja que é tudo feito nisso e... madeiras, alguns, algumas coisas feitas também de coco, como você tá vendo ali tem aqueles, né? aqueles enfeites ali que é tudo feito do coco. É moça o que eu tenho que te falar é sobre isso.	
S4	Algodão natural...que já nasce colorido, que se chama algodão ecológico, a maioria vem da Paraíba.	
S5	Tem de tudo um pouco, porque aqui tem de tudo um pouco, a gente procura atender todos, de criança, adolescente, adulto, idoso, a gente procura ter lembranças pra todas as idades para que quando ele venha, já faça, né? a compra completa. Você poderia citar os mais vendidos? Mais vendidos? É...Bolsas... bolsas com chapéu, isopor de ...botar cerveja, galinhas ... pintadinhas, de botar na, na gela, é, produtos de cozinha é mais vendido, e pra enfeitar casa...	

S6	É... bonecas é, conhecidas como namoradeiras, feitas de cerâmica, baús de palha, bolsas de palhas, é... canecas, pentes, peões, brinquedos, artesanais, tudo.	
S7	Os bordados... que vêm de fortaleza, que são os bordados, tem as fibra de coco que vem de Pernambuco e aqui do Rio Grande do Norte, o bordado de Caicó.	
S8	Igual a feira de Caruaru, aqui vende de tudo.	
S9	Artesanato mesmo, é... são produtos... feitos... de forma... artesanal. Bolsa de palha, é a madeira ...entalhada, isso aqui é enta, madeira entalhada... cerâmica... é, o que é feito a mão...fantoques...	
S10	A gente trabalha aqui com bolsas... de palha, palha de milho, palha de trigo, algas marinhas, trabalhamos com chapéus também, de palha, todos em palha, águas marinha e panamá, que é uma palha que vem do Equador, e camisetas... e acessórios: brincos, pulseiras, colares de madre pérola.	
S11	Eu vendo...masculino e feminino, adulto e criança, certo? A roupa, o acessório e o calçado.	
S12	Olha, porque assim, a gente trabalha mais com peças de tear, a gente tem alguns artesanato, algumas coisas além do tear, mas é muito pouco, a gente é puxado mais na área do tear mesmo. redes, mantas, bolsas, jogo americano, são produtos de casa... assim, tem alguns como eu já falei, tem, temos camisetas, temos bolsas artesanais mas é mais puxado pra área do tear, o tear artesanal também porque a gente só trabalha com, trabalha com essas peças manuais, é... feitas no tear, não é nenhuma feita em máquina não, só a colação.	
S13	A gente vende a luminária... luminária de Catemba de coco, tá ali ó, aí é feita mesmo, a criação é aqui mesmo de Natal, o criador é que fez o trabalho da luminária, que é a catemba de coco com o bambu, tem também, é muito conhecido a...a... o trabalho de areia, areia colorida. são feitos também aqui, tem até uma pessoa que trabalha fazendo aqui mesmo no Centro de artesanato, é! temos essas coisas aqui em pedras, bambu, tem também a peça rupestre, escavação rupestre, são quadros, são vasos, telhas, são essas coisas, bonecas, bolsas, tem essas coisas.	
S14	Vários tipos, têm madeira, têm cerâmica, cordas, pedras, resinas... é um mix bem variado.	
S15	Artesanato, moda praia e...tear.	
S16	É...O meu produto eu vendo bem...eu vendo bem o trabalho de bolsas, todos os meus artigos: Jogos americano, as bolsas... variedades sempre tô vendendo... tem bem saída.	
S17a	Eu vendo de tudo, bordado, canga, protetor, tudo (risos) de tudo um pouco... havaiana...	
S18	Pronto. Olha, aqui nós trabalhamos com artesanato... simples, tá? pra um custo acessível, nós trabalhamos com quadros pintados mesmo de, de, de, de, de culturas, nós trabalhamos com naïfe, trabalhamos com bizantino, tá?, nós trabalhamos com entalhes, né? nós temos artesãos que volta e meia eles trazem o trabalho deles, caravelas, é... talhas pintadas, esculturas em cedro... trabalhamos com todo o tipo de produto, porque o que que a gente entendeu? Se fosse só comercializar, sem	

	buscar identidade, sem ter uma história pra contar da peça, a pessoa compra uma peça e dá a uma pessoa uma outra peça, agora a história implícita eles aqui leva de graça, nós temos, na maioria das peças aqui elas têm história pra contar. Bacana é isso, entendeu?	
S19	Bom, o que sai mesmo é chapéu de palha, é...buriti, imã de geladeira, muitos é, variedades de chaveiro, tanto de madeira...tem uma variedade. Esses bauzinhos de palha, de buriti, também sai muito, bolsa...Em geral sai bastante coisa, pente de madeira, abridor, apito, esses lápis de cor que são muito vendidos... argila também.	
S20	É... o arte, o artesanato daqui é com cabaça, e... biscuit, tem entalhamento da madeira, pau-brasil, buriti... é basicamente isso, cerâmica...	
S21	É, nós trabalhamos mais com, como é artesanato, né? Com produtos assim... trabalhados a mão, né? Com jogos, é bem diversificado o pro, os produtos.	
S22	Os principais aqui são as dondocas que o turista eles gostam bastante que são as bonequinhas, as dondocas, que são as bonequinhas, os bordados também, muita gente se encanta pelos bordados daqui, que em noutros lugares não tem, também tem um pouco dos santos também... e, só.	
S23	É... tem as garrafinhas de areia, né? que é o meu produto, que eu fabrico, aí tem... as bonecas de barro e cerâmica que é um produto bem vendável, temos também trabalho em MDF, como porta-retrato, bauzinho... chaveiros diversos também, bolsinhas, bonecas de sisal...outros aí.	

Fonte: dados da pesquisa, 2012

O quadro 04, referente aos produtos comercializados nas lojas de artesanato em Natal – RN, revela que enquanto em algumas lojas há uma variedade enorme de produtos comercializados, mesmo que não possuam uma ligação direta entre si e com o destino turístico onde são comercializados, em outras há uma conexão entre os produtos que são vendidos produzidos a partir de uma única matéria prima, como é o caso de lojas que comercializam apenas produtos feitos do capim dourado ou do algodão natural.

São produtos os mais diversos possíveis que nem sempre estão relacionados com a história e cultura do estado e que não representam um significado em si sobre o modo de viver potiguar, mas que encontram lugar nas lojas de artesanato e aceitação dos turistas ou por que estes acreditam que representam o lugar, ou porque precisam de um objeto para materializar a viagem. Dos produtos mais citados encontram-se os mais variados tipos de bolsas, produtos feitos com palha, em tamanhos diferentes, outros feitos com cerâmica, bonecas de barro (dondocas ou namoradeiras) que possuem uma história intrínseca mas que não representam o estado do Rio Grande do Norte, madeira entalhada, bordados, produtos feitos de tear, camisetas, luminárias e as tradicionais garrafinhas de areia, entre outros:

“Tem de tudo um pouco (...), a gente procura ter lembranças pra todas as idades para que quando ele (turista) venha, já faça, né? a compra completa” (S5).

É possível encontrar elementos inusitados que não possuem relação com o destino onde são comercializados, a exemplo de enfeites de pinguins e até tucanos (Apêndice B, figuras 01, 02 e 03). Em contrapartida, ainda é possível encontrar suvenires que trazem o Rio Grande do Norte como destaque, mas que causam incerteza sobre a procedência deles como produtos originários do estado, já que, em alguns casos, mesmo produtos que possuem o “selo Natal” podem ser facilmente encomendados em outros estados e vendidos como se fossem produzidos e representassem a cultura local (ver Apêndice B, figura 08).

4.3 VALORES E COSTUMES VINCULADOS AO ARTESANATO

Este tópico apresenta, respectivamente, o quadro 05 a respeito das modificações nos produtos comercializados antigamente com os que são comercializados atualmente, o quadro 06 sobre a identificação de elementos da cultura popular do estado nas peças comercializadas nas lojas, o quadro 07 em que foi questionado se as peças artesanais produzidas no Rio Grande do Norte retratam as tradições culturais do estado e, por último, o quadro 08 em que o objetivo era identificar as peças artesanais que mais representam a cultura da região e o que elas representam da cultura potiguar.

Quadro 05: Modificação temporal nos produtos comercializados

SUJEITO	RESPOSTA	CATEGORIAS
S1	Eu, eu nos dois anos eu não consigo identificar não, acho que ainda continua o mesmo, o mesmo processo. É tanto que as coisas vendidas continuam as mesmas é, toalhas de renda, essas coisas.	- Acabamento (S2, S3, S8, S9, S10, S11, S17, S18, S20, S22) - Inserção de novos produtos (S4, S6, S8, S9, S12, S19) - Não houve modificação (S1, S5, S7, S13, S14, S15) - Mudança sem definição (S23).
S2	Sim, sim, sim, sim. É, Algumas peças, principalmente da minha loja a gente num, antes só fabricava só o capim, não tinha ideia nenhuma, hoje a gente já comercializa com strass, com pedras, já mistura ele com outros produtos e ficou bem legal, ficou bem bonito.	
S3	Eu acho que deve ter muito tipo de...é, de diferença, só que eu não sei te falar porque é como eu te falei, eu tô a pouco tempo nessa área, mas pelos comentários que eu escuto têm coisas, umas mudada pra melhor, e outras... pra pior. Assim...muitas coisas vai sendo modificada com o decorrer do tempo, né? umas ficando mais modernas aí vai esquecendo aquela parte mais antiga e tal, mas...pronto, para aqui porque o resto eu não sei te explicar.	
S4	Porque...assim, consigo porque a maioria, tem pessoas do artesanato mesmo que tão misturando, tipo... compra peças assim... vai no alecrim – mais fácil – e compra peças que né? já vem, não é feita a mão e num sei que, aí tem uma misturada danada, antigamente não você não via essas coisas, só via mesmo o artesanato feito a mão.	

S5	Tem, porque às vezes eles deixam de levar uma coisa que é daqui... porque tipo, exemplo, não tá no preço que eles querem e levam uma coisa que tem na cidade onde eles moram mas eles vem pra cá comprar, eu não en, eu fico sem entender na verdade, porque se a pessoa vem prum lugar tem que levar o que tem de lá né? não o que tem no seu, na sua cidade, assim eu num tinha nem saído de lá. E em relação aos produtos que vende aqui, houve alguma modificação na forma de fazer ou nos produtos que eram vendidos antigamente e que não são mais hoje? Não. nenhuma.	
S6	Alguns, só... o kit isopors que são feitos, que tão fazendo agora com palha sabe? ao redor. Antigamente não vendia isso. A gente só vende agora.	
S7	Não, não acho que houve não, porque os produtos que eu vendia há oito anos atrás eu continuo vendendo...as mesmas coisa.	
S8	Olha... assim, porque tem gente aqui com 18 anos, 16 anos eu só faço 5 anos que tô aqui né? é, pra mim, desde o início que eu tô aqui é... tem quase as mesmas coisas mas vem coisa bem diferente também, entendeu? tem fornecedor que traz coisas diferentes porque o pessoal, tem gente que viaja quase todo ano e quando chega aqui quase as mesmas coisas, aí fala “ah é a mesma coisa eu já num sei nem mais o que que eu vou levar, porque eu já levei de tudo” né? mas sempre aparece fornecedores com coisas diferentes. Olhe, Podia até ter só que eu não tinha, né? entendeu? Pronto, é...esse daqui, porque eu só tinha o pequenininho e já era outro fornecedor, no caso que é o trio nordestino, entendeu? Esse aqui já, olhe a diferença, Lampião... esse aqui eu não tinha, esse aqui já o que eu trabalho com ele desde o início, aí você vê a diferença, assim... no acabamento, entendeu? Então tem muitas coisas...esse aqui eu trabalho desde o início, esse aqui, esse aqui... esses aqui... esse aqui, entendeu? Tem muita coisa que eu trabalho desde o início e eu também tenho aqui.	
S9	Hoje, é claro que tem melhorado muito, é diferente alguma coisa muda porque, os tempos vão mudando e a ideia é vender... então tem que aprimorar... tem que diversificar...	
S10	Pouquíssimas, as modificação são melhoras, né? às vezes...antigamente era um trabalho mais simples hoje já tá mais elaborado, é...por aí.	
S11	Olhe, os fornecedores têm procurado melhorar, né? porque a concorrência é grande e desleal. A pessoa é, é, desenvolve uma peça, tem todo o trabalho, aí vai alguém e copia. Então assim, hoje eles tão patenteando, hoje eles tão fazendo alguma coisa pra... ter esse diferencial. Eu tenho roupa que muita gente copia... do fabricante que eu vendo. Então você olha assim, você vê o mesmo modelo, o mesmo tom, você vai diferenciar com a etiqueta, que o da gente é aprovado pela EMBRAPA, ela tem a etiqueta e os outros, e o acabamento. Tem gente que faz de qualquer jeito e a pessoa que faz, desenvolve a peça, ela faz um acabamento tanto externo quanto interno que fique bonito.	
S12	Antigamente a gente trabalhava com muita... coisa natural, a palha, o chapéu a gente trabalhava muito com o chapéu de palha... que era palha de burit,i tinha outras palhas e eram produtos que você sabia que eram bem regionais mesmo. hoje em dia tá vindo muita coisa de fora... inclusive da China, como por exemplo...não, inclusive a gente tem na loja também, que são esses chapéus assim. Aí o quê que acontece? os chapéus de palha, que são originais, que são produtos bonitos, que são produtos bons... o preço realmente, o preço é mais alto, aí você chega num... num... por exemplo esse chapéu aqui são geralmente de palha de	

	buriti... ele é vendido mais ou menos de 20 a 25 reais o mais simples, desses daqui você consegue, tem deles que você consegue a vender de 10, 15 reais, então você vê, você pega mais em conta, então assim... nos prejudicou duma certa forma, porque o turista vê, mesmo ele sabendo essa aqui é todo industrializado, mas às vezes ele quer o preço, ele quer ver ...o mais barato, então assim acaba... de uma certa forma, vai acabando um pouquinho com a, com a nossa cultura né? porque... consequentemente se a gente não tá vendendo mais produtos daqui, consequentemente as pessoas que fazem, que vivem daquilo vão deixar de produzir, vão procurar outras áreas porque... não vai ter como.	
S13	Diferente? Não vejo não, pra mim é a mesma coisa. Não vejo nada de diferente não.	
S14	Não. Não.	
S15	Alguma modificação? Não. Não teve nenhuma.	
S16 ³	É porque assim, antigamente nem todo o produto era muito conhecido, agora ele está mais conhecido, com a frequência do turista vindo diretamente na loja comprar. Então ele já, já tá mais divulgado, ele...agora... tá mais conhecido do que antes, na minha opinião.	
S17	Eu acho que eles só vêm primorando mesmo mas... a matéria sempre é a mesma. É, madeira, essas coisas assim mas... muda só as peças, mas a ma...o produto mesmo é, em si é o mesmo, né?	
S18	Ah...sem dúvida nenhuma. O marketing digital, a rede social, ele abriu um am, ela ampliou um campo muito, muito...rápido, sabe? pra você trabalhar. É óbvio que têm dois lados, né? Toda faca tem dois gumes. Se você trabalhar bem, você vai aparecer de uma forma muito rápido, você tá vendo aí a loja cheia a 8 hora da manhã. Se você trabalhar mal, você vai...cair, tá entendendo? feito uma âncora de navio porque é muito rápido a resposta. Várias vezes eu me vejo lidando com pessoas, as, as, as televisões vêm aqui fazer entrevistas, é, pelas redes sociais eu respondo, comercializo, é, eles contam pra mim como chegaram o produto, eu me preocupo de saber como o produto chegou lá no destino final. Através de e-mail, através do (...), tá entendendo? através do (...), através de todos os dispositivos que eu tenho, eu uso todos os dispositivos, eu vou a casa dele através do google mapa, entendeu? Tem que ser usado. Em relação ao acabamento, ou material usado nas peças produzidas aqui no estado ou vindas de fora, houve alguma modificação? Houve. Houve a melhoria, houve a preocupação em não destruir uma coisa que pode servir pra fazer isso aqui, né? Eu tenho, eu tenho parceria com os canaviais, eu tenho parceria, é...com os produtores das garrafinhas, porque o mar de garrafa que vai ficar nas ruas por ocasião da copa do mundo, entupindo bueiro, criando campo de dengue, eu vou e recolho antes e faço arte, fazendo arte com ele, vou fazendo arte ali. A AMBEV não se preocupa, o poder público não se preocupa, mas a (...) se preocupa...pode apostar.	
S19	Algumas coisas, porque tem que mudar, né? A pessoa tem que mudar. Não pode você passar a vida inteira fazendo sempre a mesma coisa. Mudar é legal, ter alguma mudança assim. É... deixa eu ver como é que eu falo pra você...muitas coisas assim, que não tinha e que apareceu, assim, novidades entendeu? outras coisas, num vou te, é, falar uma coisa específica, mas o que mudou mudou.	

³ A resposta não correspondeu ao questionamento feito (não categorizado)

S20	Sempre há uma modificação, tanto porque... eles não são feito a fôrma, eles são feito, feitos a mão, quanto mais o artesão vai fazendo ele vai se aperfeiçoando, então sempre há uma mudança. Que tipos de mudanças você notou? eu acho que... nos detalhes, tipo: ele vai fazendo o olho, o olho muda, vai fazendo o formato da peça, a peça muda, ela sempre vai melhorando.	
S21	Não, porque faz pouco tempo que eu trabalho então eu não saberia te dar essa infor...é...dizer, sobre essa diferença.	
S22	Tem, porque tem muita gente que acha que... quan, quan, o tempo vai passando aí, antes era mais trabalhado, era uma coisa mais antiga, aí quanto mais o tempo vai passando, mais vai ficando moderno, o que era de barro bem, bem acabamento já tá mais colorido, então tem gente que gosta mais da época antiga, a...a forma original, o barro... a cor dela só o barro mesmo, já... quanto o tempo vai passando aí vai mais colorino, tem poucas as peças de barro mesmo que é feita, tem mais de cerâmica...	
S23	Olha, eu acho pra mim é a mesma coisa, pra mim já faz algum tempo que eu trabalho nisso aqui, só mudou alguns produtos, né? mas o...a procura é a mesma, mesma coisa.	

Fonte: dados da pesquisa, 2012

O quadro 05, “se houve alguma modificação nos produtos comercializados hoje em dia em comparação com os de antigamente”, apresenta que as modificações acontecem, mas que nem sempre são muito significativas, de modo que, muitos varejistas não conseguem perceber modificação alguma, mas que elas são necessárias como forma de valorizar o artesanato diante dos turistas, desde que continuem caracterizando a região se já possuem essa finalidade:

“Sempre há uma modificação, tanto porque... eles não são feito a fôrma, eles são feito, feitos a mão, quanto mais o artesão vai fazendo ele vai se aperfeiçoando {...}” (S20)

“{...} antigamente era um trabalho mais simples hoje já tá mais elaborado {...}” (S10).

Essa modificação no artesanato também pode ser resultado da competitividade nos mercados atuais em que produtos industrializados já são comercializados em mercados de artesanato, onde o fazer manual deveria ser o principal requisito para a comercialização de uma peça, além disso, o turista sempre procura produtos diferenciados de forma que é preciso haver modificação nos produtos comercializados.

“{...}tem gente que viaja quase todo ano e quando chega aqui quase as mesmas coisas, aí fala “ah é a mesma coisa eu já num sei nem mais o que que eu vou levar, porque eu já levei de tudo” né? mas sempre aparece fornecedores com coisas diferentes{...}” (S8)

Outro fator positivo identificado neste quadro a respeito das modificações nas peças artesanais é que alguns artesãos têm procurado utilizar matéria prima reciclada, o que contribui de forma significativa para a limpeza do meio ambiente e a utilização de produtos da própria região, valorizando a matéria prima local, a exemplo das cabaças e quengas de coco, como ilustrado nas figuras 05 e 06 (Apêndice B).

Ainda assim, as modificações são muito pequenas tendo em vista que nas lojas pouco há diferenciação dos produtos e muita repetição. Se isso por um lado aumenta a competitividade entre as lojas, por outro mostra que não há uma diversificação de produtos e opções para os turistas que acabam encontrando as mesmas peças.

O quadro 06 procura identificar elementos da cultura popular do estado nas peças comercializadas nas lojas de artesanato de acordo com a percepção dos varejistas do Centro de Artesanato estudado, como está apresentado abaixo:

Quadro 06: Identificação de elementos da cultura popular do estado nas peças comercializadas

SUJEITO	RESPOSTA	CATEGORIAS
S1	Tem como identificar. Assim olhando e ver: ah essa daqui é daqui? Tem, tem como sim. Tipo é...tanto nos chaveiros quanto nos porta-retratos, é...os traços têm uns que tem a entrada da cidade. Dá pra distinguir bastante, os que são daqui e os que... vem de outros lugares.	- Elementos arquitetônicos (S1) - Elementos históricos (S3, S5, S8, S11, S13, S22, S18, S20)
S2	Na minha loja não, porque eu não trabalho com produtos vindo daqui, entendeu? Mas, a gente só trabalha com capim mesmo, capim dourado.	
S3	Consigo, nós temos algumas coisas aqui que é, com, sobre Maria Bonita e Lampião, né? temos nas roupas, temos aqui nesses, porta moeda de couro que vem com eles personalizado, que mais? Nossa, aqui tem tanta coisa estilo Nordeste que eu num sei nem falar, esse bichinhos aqui que é de, negócio cultural também que é os...os...Pastorinho? que chama, esses burrinho aqui mulher com...do Pastoril, deixa eu dizer do que mais... esses boneco de barro...essas camisa tudo estilo nordestino você tá vendo ó, algumas coisas aqui ó, aqui a praia que foi desenhada aqui na Praia dos Artistas, do Meio. Tudo aqui é estilo Nordeste, até nossas canecas são... personalizadas ó, oxente, é...Como posso te falar? Tudo isso, esses enfeites aqui de porta-madeira também, algumas coisa, barco, esses caju aqui é...do cajueiro, simbolizando o cajueiro, essas boneca aqui é tudo...estilo as nordestina...essas coisas.	- Danças (S3, S8, S11, S18) - Elementos naturais (S3, S5, S13) - Elementos linguísticos (S3) - Matéria prima (S4, S10, S12, S13, S23, S15, S14) - Produto local com maior qualidade (S7, S9) - Identificação no bordado (S17) - Personagem local (S6) - Não trabalha com artesanato local (S2)
S4	Não. Não, aqui, nessa daqui eu sei de onde vem né? mas assim se for outro tipo... é mais complicado, é porque é bem variado mesmo a gente tem hora que... que dá um nozinho na cabeça sabe amiga? Mas você consegue, nas peças que você vende aqui, identificar alguma coisa da cultura potiguar? Da cultura do estado? sim é porque assim, esse, tipo aqui, essa daqui o algodão natural ele é muito típico daqui, então aqui toda loja... é, vê né? na cultura daqui do Rio Grande do Norte, da Paraíba...	
S5	Consigo porque a gente procura mais, é, esses negócio de Maria bonita, Lampião já que, pra falar um pouco sobre a história do, de Natal. O caju	

	que é também um marco muito grande.	
S6	Sim. Tem o... como é? esqueci o nome do trabalho... como é o nome do bicho? o magaeiro, aquele boneco ali. Sim, o pescador.	
S7	O que é daqui eu sei, tudo o que é de Natal, do Rio Grande do Norte eu sei, o que vem de fora também. Aqui é mais bem feito.	
S8	A única coisa que eu tenho assim aqui só é, é... Lampião e Maria Bonita que o pessoal procura bastante, é o trio nordestino, não é? é...é o mais procurado, o pessoal chega aqui perguntando, num é? Assim...Pronto, só o que eu tenho esse: trio nordestino, Lampião e Maria Bonita, é...os retirantes, entendeu? a ciranda, então, são coisas que...	
S9	Fantoches... é... a parte de cerâmica... são todos feitos de forma artesanal, isso aqui ó... isso aqui é um produto artesanal, é feito a mão...esse, isso aqui, as areias... são realmente, assim, um trabalho lindíssimo, que, eu acho, na minha opinião, deveriam ser mais valorizado, tanto por quem faz... como pelo...o turista que vem comprar, porque existe, a desvalorização começa em quem está fazendo que ele barateia tanto, que o que ele cobra é só pra ele sobreviver, e muitas vezes só pra comprar ou repor as peças, refazer a mercadoria pra nunca faltar sempre que o lojista for lá... ele ter a mercadoria mas, nenhum é rico... porque eles, isso aqui ó... isso aqui é madeira entalhada, é feito a mão e são produtos, que ao meu ver são baratos, mas o turista que vem de fora, ele não sabe fazer e quer levar a preço de banana, de presente, entendeu? É isso que eu acho assim muito errado... que as pessoas não valorizam, o trabalho artesanal, do nordestino.	
S10	É...No caso, da cultura do RN você tá querendo saber? Eu acho que... as bolsas de palha, né? que a palha é daqui, é coisa mais artesanal, assim, né? que é natural, com palhas até que cê tenha no seu quintal de coqueiro faz as bolsas também, é... por aí.	
S11	Eu vendo a cultura nordestina: forró, Lampião e Maria bonita e... a banda de pífano.	
S12	A gente tem a, as bolsas feitas de palha de buriti, né? que são peças de, é.. dessa palha de buriti que é pego no... até inclusive teve até uma matéria sobre... não sei qual foi o jornal que estava comentando que era, sobre a dificuldade de arrumar, de tirar essas palhas, colher essas palhas de buriti... que são, é... peça, são palhas e assim, se eu não me engano de um interior aqui do Rio Grande do Norte.	
S13	Cultura? Bom, a gente vende assim essas peças de porta caneta de caju, com a castanha natural quer dizer, né? do Cajueiro de Natal, né? O grande cajueiro. então muito típico de Natal, deixa eu ver, que é o caju, né? Trabalha também o que mais de Natal? temos as cabaças, peças feitas em cabaças, temos as galinhas, temos aqueles arranjos em cabaça, eu creio aqui, aí em natal tem bastante e no interior não tem a cabaça? Essa cabaça, que mais em artesanato? Digamos, e tem, aqui é muito regional, aqui o símbolo Lampião e Maria bonita, dizem que ele teve por aqui, né? aí ele é muito falado, muito, vendemos bastante, procuram muito ele, Lampião e Maria bonita.	
S14	Temos, na cerâmica que é feita de argila... mas a gente trabalha mais com produtos de fora mesmo, muito mesmo do estado da Paraíba.	
S15	Algodão natural.	

S16 ⁴	O significado das peças? Elementos da cultura, se há elementos da cultura do estado nas peças que você comercializa? Exatamente.	
S17	Alguma coisa sim... outras não. Mais bordado, que é mais popular mesmo.	
S18	Com certeza, com certeza. Nós trabalhamos com o trio nordestino em... biscoito, nós trabalhamos com o trio nordestino em cerâmica, nós trabalhamos com o trio nordestino é...em imã pra geladeira, nós trabalhamos com caju, Lampião Maria Bonita, nós trabalhamos com todo tipo de material de cultura do estado, afinal nós estamos aqui. Não tem como fugir.	
S19 ⁵	Não. Passe essa daí.	
S20	Sim, é... nossa loja tem muita peça de Lampião e Maria Bonita.	
S21 ⁶	Ah me pegou. Não sei, isso aí vai ficar...	
S22	Tem... o lam, o Lampião e Maria Bonita são os que mais destaca, são mais da região que o povo já vem já a procura disso.	
S23	Ah tá. É...daqui do Natal...do estado nós temos...olhe, por exemplo, essas bolsinhas aqui de do nosso estado, que mais? Essas bonecas também de sisal é do nosso estado, é...cerâmicas também, têm algumas cerâmicas que são do nosso estado, aqui de Ceará-mirim. acho que só esses produtos mesmo.	

Fonte: dados da pesquisa, 2012

No quadro 06 há certa confusão no pensamento dos varejistas, de forma que foi questionado se eles conseguiam identificar elementos da cultura popular do estado nas peças comercializadas, e a maior parte dos varejistas conseguem identificar elementos da cultura do estado. Isto não significa com relação ao produto em si, a forma como é feita, mas sim porque os produtos comercializados apresentam características físicas, imagens, semelhanças de locais ou momentos vivenciados pela população potiguar que são impressos nos objetos, já que se sabe, como apresentado acima, que boa parte dos produtos comercializados nas lojas de artesanato em Natal não são originários da cultura potiguar, mas que conseguem transmitir uma ideologia falsa, tanto para turistas como também para os próprios varejistas.

As características associadas com elementos da cultura popular do estado que permite identificar as peças como tipicamente potiguar e citadas pelos varejistas foram: Lampião e Maria Bonita, o modo de fazer dos produtos que aqui do estado são diferentes do modo de fazer de outras regiões, bem como a matéria prima utilizada na confecção das peças, os atrativos naturais como o maior cajueiro do mundo e o caju e o trio nordestino.

⁴ Não soube falar sobre o tema (não foi categorizado).

⁵ Não quis falar sobre o tema (não foi categorizado).

⁶ Não soube responder (não foi categorizado).

“O que é daqui eu sei, tudo o que é de Natal, do Rio Grande do Norte eu sei, o que vem de fora também. Aqui é mais bem feito”. (S7)

A maioria dos elementos citados acima como representantes da cultura popular do estado estão diretamente relacionados com a grande procura por parte dos turistas, a exemplo das peças que lembram a história de Lampião e Maria Bonita (Apêndice B, figura 07). Entretanto, pouco foi comentado a respeito de danças e da culinária local, por exemplo.

O quadro 07 apresentado a seguir refre-se as repsotas dos entrevistados cujo questionamento buscou identificar se as peças artesanais produzidas no estado retratam as tradições culturais da região.

Quadro 07: Tradições culturais representadas nas peças artesanais produzidas no estado do RN

SUJEITO	RESPOSTA	CATEGORIAS
S1	Sim. Acho que sim. Com certeza. Muito.	- Retratam a cultura da região (S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9, S11, S12, S13, S15, S16, S17, S18, S19, S20, S21, S22, S23) - Não retratam a cultura regional (S10, S13, S14, S15, S17, S18)
S2	Sim, é, algumas peças que o pessoal faz, é...não falando mais da minha loja, algumas peças de fora também, como o exemplo é o bordado. Eu acho muito bonito que o pessoal, vem as mulheres de lá do, do estado de Caicó que faz os bordados...Isso.	
S3	Retrata, mas eu não sei comentar... é como eu te falei, essas coisas que tem aqui tudo retratam.	
S4	Sim. Acho que sim. Retratam. a maioria da peças são né? o que os turistas mais gostam tipo assim da... são coisas que, que tem na cidade, tipo o Forte dos Reis Magos e bastante o pessoal daqui mesmo faz... então... é!	
S5	Retrata, procura sempre ter um pouco da história, os produzidos aqui eles procuram sempre ter uma história, pra que a gente possa contar quando for vender.	
S6	Sim, sim porque...geralmente é isso mesmo a cultura, folclore tem muita coisa que diz.	
S7	Assim, porque o que eu vendo muito aqui do Rio Grande do Norte é só os bordados de Caicó, e eu não conheço Caicó. Eu acho que sim, né? as rendeiras de lá, na beira de estrada, né?	
S8	Sim... só que... o pessoal que trabalha aqui às vezes quer entregar mais caro do que... o pessoal de fora né? Por isso que às vezes a gente prefere comprar fora do que comprar aos daqui.	
S9	Retratam o Nordeste... retratam. Daqui é mais os bordados... do que a cerâmica, a cerâmica é mais Pernambuco, Paraíba... mas que fala também, porque o cangaço ele teve... em todo o Nordeste então, mas aqui é mais a mulher rendeira... que, assim, é, é, os birros, a renda de bilros... isso aí fala muito do nordeste, daqui né? é primordial. Eles perguntam logo “é de Caicó?” É tanto que pra vender você tem que dizer: isso aqui é de Caicó, é das rendeiras de Caicó, mesmo que eles não saibam onde é Caicó nem quem é Caicó, entendeu? “quem é Caicó?” mas é de Caicó.	

S10	Não...ach... acho que não.(risos) Porque... eu acho assim que, vai mudando, né, as vezes assim... hoje em dia não tá tão norde, regional, assim, depende de cada material que a pessoa faz, que a pessoa vende, é bem variado, assim eu num acho que não, né?	
S11	Olhe, pelo menos eles tentam imitar, né? porque assim, o nordeste é muito forte Lampião e Maria bonita. Aí tem de louça, aí tem... na pintura, né? tem gente que pinta, assim... tem também as figuras rupestres que é do estado, né? e eu vendo bem... as figuras rupestres que vem... do lajedo de soledade do interior do rio grande do norte, né? Tem muita gente que não conhece, daqui de natal tem muita gente que não conhece, mas as pessoas que vem de fora conhecem essa história. Quais são os produtos que você vende que têm essas pinturas? Eu vendo camiseta, eu vendo camiseta, tanto camisa com manga, como regata, como masculino e feminino e é bem vendável, tem dias que a gente não tem uma peça aqui na loja. Eles são feitos aqui? Não. Nada! A única peça que eu vendo que é feita em Natal... são essas camisetas bordadas, e eu vendo nos tons do algodão: chocolate e bege, mas as outras, nenhuma, é feita aqui no Rio Grande do Norte.	
S12	Retratam. Eu não trabalho...(atendendo o cliente)	
S13	Poucas retratam. Todas não. Eu não vejo eles muito preocupados em retratar Natal. Não vejo eles. Eu vejo mais aquele negócio de vender, meu lado eu vejo isso, não vejo muito eles querendo ajudar natal Porque se tivessem eu creio que faziam mais festas, eu creio que fazia mais coisas festejas, a dança, as coisas, pra mostrar Natal mesmo, no meu ver eu vejo mais a comercialização, eu vejo isso.	
S14	Não. Porque não existe artesanato em Natal, no Rio Grande do Norte não existe artesanato, por isso que eu disse: por isso que ela pega em outros estados, aí sim, os pezão, as pedras... vêm de Minas... Lampião e Maria bonita... de cerâmica vem de, da...acho que é de Maceió, se não me falha a memória, outros vêm de Caruaru. Então aqui não tem artesanato.	
S15	Algumas... o caju, o maior cajueiro do mundo, é... Só o caju. Daqui da região mesmo e o... artesanato de cerâmica.	
S16	Com certeza. É, assim a respeito de representar, né? É, a cultura tá muito divulgada, então já como está divulgada representa... um produto do dia-a-dia que o turista conhece, compra e termina levando, porque ele já tá mais representado do que antes.	
S17	Algumas coisas só, acho que aqui só mesmo... a história de Lampião que é, resgatada. Luiz Gonzaga.	
S18	Cinquenta por cento sim, cinquenta por cento não por causa da globalização, não poderia ser diferente, foi assim em outras capitais, de cultura. E Natal com certeza, da, da forma como ela vem se colocando, ela vai se transformar em uma capital cultural não vai demorar muito, tá? Não é cultura em si pra ser vendida não. É o orgulho. Assim como foi no, no, no, na Europa, em Paris, na Itália, onde eles têm orgulho do que produzem, Natal, brevemente, vai estar tendo orgulho do que produz, tendo história pra contar, tendo alguém fomentando essa história, tendo alguém, tendo alguém resgatando essa história, entendeu? Aí você vai começar a se sentir orgulhosa: “ai meus Deus...” tá entendendo? “é produzido aqui na minha terra”, um produto com, com etiqueta, com rótulo nacional, tá entendendo? com rótulo local. É isso que tava faltando aqui e isso tá chegando através da união, da	

	cadeia produtiva, através da SETURDE vindo buscar, através do Governo do Estado vindo buscar, evitar aquela panelinha sabe? Porque aqui existe uma panelinha: a panelinha do Beco da Lama, a panelinha do Café São Luiz, a panelinha do Grande Ponto, a panelinha do Centro cul, de cul, do, do, do Artesanato. Aqui nessa rua tem três centro de artesanato... Lá em Ponta Negra tem mais cinco. Por quê? É rentável? Porque todo mundo com um pires na mão reclamando. Agora, se você agregar valor, se você criar, é...dispositivos pra que o turista se sinta, sabe? Ele pode pagar 100 reais por uma peça, agora ele vai levar 100 reais a peça e vai levar com 1000 reais a história que você tem pra contar e o valor agregado aquela peça ele vai levar sem chiar...e feliz da vida, que eu já fui turista aqui também, entendeu?	
S19	Sim. Porque é da região né? Da, da, da, da, da nossa cidade, entendeu?	
S20	Na minha loja ela retrata a parte da relígio, é... da religião, porque tem muitos santos aqui, que o povo são devotos, tanto do Nordeste como da capi, como da capital, é! e tem a rela, a..a visão muito do, dos cangaceiros, do Lampião e da Maria bonita.	
S21	Retratam sim, bastante.	
S22	Retrata, com certeza retrata. Como eu falei, o, o Lampião e a Maria Bonita eles não morreram aqui, mas só porque é... vende bastan, é...mas, como é que se diz? ele é mais conhecido aqui, até tem gente que diz assim “mas o Lampião e a Maria bonita passou aqui em Natal?” aí, porque nós sabemos que a história dele é mais lá em Mossoró, então, mesmo sendo, é, tendo Lampião e Maria bonita aqui, mesmo assim eles compram aqui em Natal.	
S23	Sim. Com certeza.	

Fonte: dados da pesquisa, 2012

O quadro 07 apresenta as respostas dos entrevistados referentes ao questionamento se eles achavam que as peças artesanais produzidas no estado retratam as tradições culturais da região. Nos resultados houve muita divergência de opiniões, tendo em vista a influência que produtos originários de outras culturas têm nas lojas de artesanato, de modo que, ao mesmo tempo em que há produtos que representam a cultura da região, há outros tantos vindos de fora e que também representam a mesma cultura. A presença de produtos vindos de fora está tão enraizada e presente que é difícil saber se os produtos vendidos aqui representam mesmo a cultura do estado ou são somente cópias de outras culturas e comercializadas aqui sem a autenticidade que deveria existir no artesanato.

“{...} não existe artesanato em Natal, no Rio Grande do Norte não existe artesanato, por isso que eu disse: por isso que ela (proprietária) pega em outros estados {...}”
(S14)

Nas peças que é possível identificar as tradições culturais está o fator de tais peças estarem ligadas a momentos históricos e características dos locais, a exemplo de Lampião e

Maria Bonita pelos elementos históricos que aconteceram em Mossoró e repercutiram por todos os outros lugares, as rendeiras de Caicó pelo bordado que produzem e a religiosidade do povo potiguar.

O quadro 08 refere-se ao questionamento onde foi perguntado se os varejistas conseguiam identificar as peças artesanais que mais representam a cultura da região e o que elas representam da cultura potiguar, cujas respostas apresentam-se a seguir:

Quadro 08: Identificação das peças artesanais que mais representam e o que representam da cultura potiguar

SUJEITO	RESPOSTA	CATEGORIAS
S1	Aí tem o Lampião que não é daqui, é pernambucano, mas ele representa bastante por... por histórias que, né? que contam que ele, sei lá, foi morto em algum lugar aqui do, do Rio Grande do Norte ele também é um, é um forte...E mais o quê? E as toalhas que são feitas em Caicó, né? as toalhas de renda, que são bordadas a mão lá em Caicó e que são bem...da nossa terra mesmo, acho que são as que mais representam. Mas entre o Lampião e as toalhas de renda, as coisas de renda eu acho que a, as rendas aqui ganham.	- Lampião/Bonecas de cerâmica – história (S1, S3, S5, S6, S8, S10, S11, S17, S18, S20, S21, S22) - Renda – fabricação manual (S1, S2, S9, S12)
S2	Algumas peças eu acho bonito é... a renascença que as senhoras mais antigas do estado elas fazem ainda até hoje velhinhas mesmo, bem... senhoras mesmo, elas fazem renascença, eu acho muito bonito, renda, nessa parte, nessa parte de novo de bordado o pessoal trabalha, faz muito isso. Renascença são fi, fios...O que é renascença? É uma renda, é, são, é um tipo de bordado, é, e muito caro porque ele, por ele ser feito à mão, pra você ter uma ideia uma blusinha é 600 reais porque ela é toda trabalhada à mão. Aqui tem desses produtos? Tem.	- Cajueiro/Garrafinhas de areia – natureza (S3, S5, S21, S23) - Boi Bumbá – folclore (S4, S6) - Peças de palha – matéria prima local (S5, S9, S10, S13, S16, S18, S20)
S3	O que mais representa? Isso aqui tudo num representa?! Esse bichinho do cajueiro, nós temos o cajueiro aqui, é... essas bolsas que têm Maria Bonita e Lampião também foi daqui... é, representa, tudo tá ligado.	- Imagens – religiosidade (S19)
S4	Agora... não! conseguir até eu consigo, agora... como eu disse a você, deu uma misturada muito, foi muito misturado né? mas...como da cultura potiguar não, não interessa se é só da capital não né? tem que ser... pronto, aí... o folclore, porque tem muitas peças do folclore, tem muitas peças daquele que tem aqui do, tem o boi-bumbá porque já tem apresentação aqui né? têm muitas dessas peças.	- Inexistência (S14, S15)
S5	Assim, mais, o que a gente tem mais a falar é sobre Lampião, Maria bonita, o caju, essas coisas, assim, essas peças de sisal que são feitas aqui... pra botar descanso de panela que elas fazem e vende aqui... muita coisa eles que... que produzem aqui. Eu acho assim que tudo tem... uma história né? a gente precisa, pra contar, precisa ter, saber né? então tem que ser daqui por isso que a maior dificuldade de vender as coisas de outro lugar é isso, mas a gente tem que sempre procurar saber a história tudo pra poder contar a história, nem que seja daqui mas tem que contar, porque senão eles não levam, tem uns que não levam, tem uns que nem quer saber mas tem uns que não levam, de jeito nenhum.	
S6	Tem Lampião e Maria bonita... tem... boi-bumbá, que é muito encanado já na cultura potiguar.	

S7 ⁷	Não sei.	
S8	Olha...eu, sinceramente, assim...porque eu não pego, as coisas que tem mais aqui, que o pessoal traz é como eu falei pra você, são essas: os artesãos de, de...trio nordestino, é...os retirante, a ciranda...Lampião e Maria Bonita, entendeu? eles são os mais...é, que representam aqui o, o artesanato, do Rio Grande do Norte. Mesmo não sendo fabricados aqui? É, agora eu acredito que tem umas, alguma coisa de São Gonçalo do Amarante que fabrica, né? agora eu não sei se fabrica isso aí, eu sei que lá tem fábrica que fabrica, agora eu nunca estive lá...e, também eu não sei se eles trazem pra cá... Você consegue identificar alguma diferença entre os produtos daqui, do Rio Grande do Norte, com os que são de fora, você vê alguma diferença? Olha, é...porque depende de cada artesão, né? que é como eu falei pra você os arte, tem artesão que é bem...aquela coisa, faz aquela coisa, procura fazer... é...acho que é com muito amor que eles fazem que as coisas são bem feitas, já tem outras não, a gente vê que são bem mal-acabadas, por exemplo, esse aqui é de fora, mas... esse aqui ainda não consegui vender nenhum desse daqui...já tem o São Francisco do tamanho desse aqui que eu não tenho nenhum, já saiu todos, que é bem vendável, eu tenho o São Francisco grande e tenho desse tamanho que é já bem...é mais bem acabado, então rapidinho...é vendável.	
S9	É como eu já lhe falei, daqui mesmo é mais a, a... as rendas, é, os produtos de palha... as bolsas de palha, é, carnaúba, mais a palha de carnaúba, produtos de palha daqui... aqueles coisinha de mesa, descanso de panela, porque são produtos que eles tiram da terra deles, do próprio quintal.	
S10	É...Eu acho que... tem muita coisa, mas...porque a gente vende de tudo, né? tem o capim-dourado, que é uma capim que tá sendo super vendido, que é um capim puro mesmo, né? super-regional, assim, e... tem outras coisas também, os chapéus de palha também como eu falei né? tem umas bonecas de cerâmica também... tem muita coisa. Não de todos porque como eu não vendo as bonecas não posso dizer delas, né? mas cada peça que a gente vende realmente representa alguma coisa né? Mas assim, as bonecas de cerâmica quem vende diz que representam... como elas são pretinhas representa... os negros de antigamente, né? Essas coisas, né? Como aqui eu vendo, eu não vendo muita coisa assim... de antigamente, né? Peças que contam uma história, porque o algodão natural é o que eu vendo, né? então ele é, ele é novo, não é uma coisa de antigamente que você pode contar aquela história, ele foi inovado agora, ele foi desenvolvido pela EMBRAPA, aí como eu trabalho mais com o algodão natural, é isso, né? e o capim-dourado também que não é muito antigo também, né? Que é também super conhecido, que é um capim que nasce natural, o dourado.	
S11	Olhe, a história de Lampião e Maria bonita. Tem chaveiro que o povo, né? Entendeu? Lampião só tem um olho, eles fazem também e o pessoal compra, essas bolsinhas ó, tem umas que tem a cara, a cara de Maria bonita. Eles, eles colocam assim... aí tem... cinzeiro, entendeu? Quem vende miudezas tem muita coisa... relacionada com a cultura.	
S12	Olha, tem, tem... eu não trabalho, eu acho que era justamente essa a respos, a pergunta que você tava fazendo antes de eu parar. Eu não trabalho muito com essas peças aqui mas eu acho muito bonito, eu acho muito... a cara do nosso estado ,assim, os bordados, que tem os bordados de Caicó que são... belíssimos assim, são peças muito bonitas	

⁷ O S7 não soube responder o questionamento (não foi categorizado)

	e que são conhecidas, assim, mundialmente, então assim, eu acho muito bonito. Infelizmente eu não trabalho, assim, com essas peças, mas são peças que são bem conhecidas, assim, quando você fala do Brasil, assim, pra algumas pessoas elas já tem mais ou menos uma ideia naquele produto.	
S13	Eu acho, eu admiro muito essa peça a luminária aí ela representa assim... eu vejo que eles usam muito o trabalho de Natal como os coqueirais de Natal é uma, como um trabalho artesanal que eu creio que se num... trabalhasse tanto com isso taria jogado, né? Poluindo a, o mar, poluindo né? então assim é como uma limpeza e como um artesanato muito bom de natal, que eles procuram muito, eu vejo isso aí, eu gosto muito desse trabalho, trabalho das luminárias, são o coco, a catemba do coqueiro e o bambu. eu vejo muito desse trabalho.	
S14	Aqui?! Não tem. Não tem. Nada é feito aqui. Há não ser essas peças aqui, a única coisa que é feita aqui praticamente, o resto tudo é de fora. é a proprietária que faz. A única coisa que tem... daqui mesmo é a proprietária que faz.	
S15	Não, porque a, porque pra falar a verdade a maioria são trazidas de fora, a gente que...enrola o cliente com, com um bom papo (risos). A verdade é essa. ele não percebe, porque pra isso tem um treinamento. Entendeu? (risos). Mas ele não percebe.	
S16	Da minha loja? Por exemplo, os jogos americanos. Esses jogos americanos eles são bem vendáveis. Como ele é uma peça, como ele é uma peça menor, prático de lavar, tá entendendo? pode lavar na máquina, pode lavar com uma escova. É uma peça muito importante porque ela é uma peça menor, tá entendendo? em vez da pessoa levar uma toalha grande termina levando uma peça dessa que ela tem mais utilidade, tá certo? Assim, é o que eu posso falar, o que eu sei, o que eu sinto.	
S17	S17 a: Acho que não. Que é mais da, da, da, da cultura mesmo é só a história de Lampião mesmo, que retrata mesmo bem... do começo ao fim, né? que é a história de Lampião e Maria Bonita, que tudo aqui tem Lampião e Maria Bonita a maioria das coi...peças. S17 b: É tanto que o pessoal diz que não é daqui, é de Pernambuco, né? Mas só que a origem, é mais falado aqui, a história é daqui. Vem, começando daqui vai, termina em Mossoró com, né? botando eles pra, pra correrem, aquela coisa toda. Acho que é mais Lampião e, e Gonzaga, mas Gonzaga, o pessoal fala muito pouco, mas Lampião é, é, o pesso, o turista já chega perguntando como é a história de,de, de Lampião e Maria Bonita.	
S18	Pronto, tranquilamente, por exemplo, quem chega aqui se depara com o maior cajueiro do mundo, correto? Vai até lá, visita, recebe diversas explicações e tal, mas, às vezes na mesma árvore ele vê o caju vermelho e amarelo aí leva uma sombra de dúvida. Isso eu tô dizendo o cajueiro que é em Pirangi, é Parnamirim, mas é uma das fontes daqui. Pronto, você vai a...Jenipabu, você também enfrenta diversas outras culturas agregada, você enfrenta o camelo, né? você enfrenta passeios de buggy que muitas vezes são inseguros, né? de acordo com a personalidade do turista, você vai ao Morro do Careca ou mesmo a orla aqui da Praia do Meio, você encontra diversas...diversos problemas colocados pelo poder público, pela omissão, é...pela não... valorização até mesmo da pessoa passear, existem pessoas com deficiência física, que querem andar no calçadão e ele tá deteriorado. Aqui no Centro de Artesanato a gente criou uma revista que...faz parte de um projeto da SETURDE chamado	

	res, é...Revitalização da Orla e nós criamos uma (...), através dos lojistas com recursos próprios, pagando anúncios, nós fizemos a (...) e aí dissemos nós vamos disseminar essa revista pela orla toda, resgatando, é...apresentando soluções porque eu não vou mostrar problema pra ninguém, não é minha, não é a minha, não me interessa tá mostrando buraco: “ah o cara caiu ali no buraco”...enxergasse. O negócio é não ter o buraco, entendeu? A gente trabalha a frente do nosso tempo, a (...) ela tem essa cara, tá entendendo? Somo nós que primeiro, é...ornamentamos pro Natal, somos nós quem participamos do (...), somos nós quem vamos levar cestas básicas pra o, pro (...), pro (...). Tudo isso nós fazemos sem tá na mídia, sabe? "dededede". Pera, ninguém tem nada com isso com a nossa vida, entende? A gente faz o que a gente tem a proposta com Deus de fazer. Deus disse: faça e eu te ajudarei, então a gente vai e a gente sente que ele tá aqui presente, fragmentado em nós, em cada um dos funcionários, desde a administradora, desde mim...do, do, do, do gerente, das funcionárias. Aqui ninguém se importa de fazer nada, o gerente vai varrer e a administradora também, vai lavar o chão e a funcionária vai ter que pagar conta, vai ter que entrar na, na mídia social, vai ter que trabalhar no computador, vai ter que atender o cliente da forma como ele “seja muito bem vinda”, sinceramente aqui não adianta, eu num tô nunca de olho na carteira do cliente, nunca, nenhum cliente chega aqui que a gente tá de olho na carteira dele, a gente, às vezes ele entra pra num comprar nada eu vou...pegar ele pelo pescoço lá fora, mas ele entra aqui, acaba levando 200, 300 reais, facilmente. Das peças que você vende aqui, quais são as peças que mais lembram o Rio Grande do Norte? Ah, que lembra o Rio Grande do Norte aqui, sem dúvida nenhuma, é o Lampião e a Maria Bonita, eles são, como eles são...peças de resistência mesmo, porque é uma coisa assim que aconteceu lá em Mossoró, porém as pessoas veem, entendem, elas...elas falam com paixão sobre isso, tá? Nós temos os dicionário de, de, de, de nordestês, né? da cultura daqui que o pessoal às vezes quer falar e fica sem entender, eu que pelo menos eu sou de fora...muitas vezes eu me enrolo também no linguajar. Agora a gente tem muita coisa que representa o Rio do Norte, tem o pezão, tá? tem as cabaças, as cabaças elas tão se transformando, Porto de Galinhas é a terra da, da, da, da cabacinha, mentira! Isso tá se transformando aqui, porque nós trabalhamos com o pessoal da melhor idade no design, então eles têm mais sensibilidade, eles têm mais alma, entendeu? Nós trabalhamos aqui com as pingas de terceira cabeça, tá? Os engenhos eles produzem pinga, produzem cachaça, essa cachaça vai pra onde? Vai pra população encher o, a cara de bebida e ficar pelo meio da rua, a gente pega, transforma em arte nas garrafinhas, entrega a garrafinha, entrega a pinga, explica, entendeu? Tudo isso nós fazemos durante o dia inteiro, todos os dias, você pode apostar. Então a gente se orgulha muito, a gente fica muito feliz quando alguém vem aqui que agradece, que elogia nosso trabalho, entendeu? A gente fica muito feliz, inclusive quando vem a imprensa, quando vem vocês, os estudantes, você tá começando agora, mas existe fóruns de turismo, existem diversos eventos em universidades que a gente vai constantemente, né? e quando a gente cita: “ah, eu cuido do marketing do Centro de Artesanato da Praia dos Artistas”, metade das pessoas se voltam pra olhar porque elas nos veem no (...), elas nos veem no (...), nos veem no (...), nos veem em diversos, em televisões e elas querem saber quem é que tá por trás, é um ser humano, é um coração...e é... um homem, uma mulher e muitas das vezes eles querem ver quem é, qual a diferença que tem, que todos somos iguais perante a Deus, agora têm pessoas que abdicam do direito de...da sua própria vida particular pra levar uma cadeia de turismo a fren, uma cadeia produtiva a frente e não fazer feio a outros estados que estão se colocando como capitais culturais. Natal, Rio Grande do Norte, ele tem uma cultura muito rica,	
--	--	--

	tá? em quase todos o sentidos: em matéria prima e em geografia, porque tá muito próximo do primeiro mundo, né? eles vêm aqui ver, então nós tamos sujeitos muito a elogios e críticas muito mais rápido do que qualquer outra capital que esteja mais distante disso, aí a gente sabe de...de dez, muito tempo atrás.	
S19	Não. Muita coisa pra comentar que eu nem sei mais. É que...assim, por exemplo, essas peças de madeira, imagem de madeira, entendeu? feitas, que representa santos, essas coisas.	
S20	Bom eu, particularmente, eu acho mais é, é... o Lampião e a Maria Bonita por, por eles, ter uma grande influência no nordeste. Eu acho que é o que representa bastante. Ah, tem também é... os entalhamentos da madeira do pau-brasil, que é uma madeira que... demora a crescer, mas ela tem... como é que se diz? Ela tem uma importância muito grande não só pro Nordeste mas também como pro Brasil, é uma forma de... reutilização da árvore, é uma forma que... porque as árvores daqui elas não são desmatadas, elas são plantadas, então é um incentivo para que os artesãos vão plan, vão plantando, vão crescendo e vão reutilizano. Você sabe dizer se são os próprios artesãos que plantam? São. Eles plantam no... tem uns que têm... um sitiozinho aí planta ou... na própria casa, eles plantam em casa.	
S21	Tem, tem é... os cajueiros, né? Essas coisas de, de postais sobre o caju, é... produtos da terra, então é isso aí, é basicamente isso, o que a gente trabalha mais daqui é isso, né? Tudo é daqui, tudo é, é... coisa de, de Lampião, é caju, é bem falando do Nordeste, é praia, é tudo... mas é isso aí. É isso!	
S22	Como eu disse: É o Lampião e Maria Bonita, como eles representa, porque ela foi uma mulher arretada, um homem bem brinca, brincalhã, bem briguento, e... eles dizem que os nordestino, eles tem isso entendeu? os nordestinos são mais a, a, alvoroçados, são mais brigão e as mulheres são mais aquelas que ela domina o homem e não que o homem é dominado pela mulher, aí já totalmente diferente então, o Lampião e Maria Bonita é o que mais representa o Rio Grande do Norte.	
S23	Por exem, aqui em Natal nós temos é... as garrafinhas de areia né? Que é feita das fa, as cores da falé, das falésia e tem também o caju, o caju é um produto daqui de Natal, por exem, porque tem também, nós temos também aqui o maior cajueiro, né? Que fica em Pirangi. Então representa bastante aqui Natal: o caju e as garrafinhas de areia.	

Fonte: dados da pesquisa, 2012

O quadro 08 apresenta o resultado da pesquisa em relação ao questionamento a cerca das peças que mais representam a cultura da região e o que elas representam do estado, de modo que, mais uma vez, foi enfatizada a grande influência de Lampião e Maria Bonita na formação histórica e cultural do estado; as rendas que representam o artesanato em si, a produção manual das peças que são bordadas; o cajueiro como representante da natureza potiguar; e os produtos que são feitos a partir de matéria prima que podem ser encontradas no estado e que representam que foram feitos aqui, utilizando-se de materiais potiguares e que, em muitos casos, são resultantes da própria natureza.

“{...} daqui mesmo é mais a, a... as rendas, é, os produtos de palha... as bolsas de palha, é, carnaúba, mais a palha de carnaúba, produtos de palha daqui... aqueles coisinha de mesa, descanso de panela, porque são produtos que eles tiram da terra deles, do próprio quintal” (S9).

“Tem, tem é... os cajueiros, né? Essas coisas de, de postais sobre o caju, é... produtos da terra {...}” (S21).

Dessa forma, os produtos apontados pelos varejistas como mais representantes da cultura local de fato se relacionam com o contexto da localidade, entretanto são esses mesmos elementos que aos poucos vão perdendo espaço para produtos mais fáceis de serem adquiridos e a um preço menor.

Por outro lado, é notável que há uma valorização exagerada dos produtos que lembram Lampião e Maria Bonita, tendo em vista que a única relação que eles possuem com o estado trata-se de um momento que, apesar de histórico, pouco retratam a cultura potiguar e que vão fazendo com que outros produtos mais autênticos percam espaço para dar lugar aos souvenirs que também podem ser encontrados em outros estados, mesmo que possuam histórias e significados diferentes e que nem sempre são passados aos turistas que adquirem tais produtos, identificando a representatividade e importância que cada peça possui para a comunidade.

4.4 SIGNIFICADO DO PRODUTO ARTESANAL COMERCIALIZADO

Neste tópico são apresentados os quadros 09, 10 e 11 que se referem, respectivamente, ao significado do artesanato para varejista, à percepção que este tem a respeito do significado do artesanato para o turista e à visão do varejista sobre a comercialização de produtos que não originários do Rio Grande do Norte nas lojas que vendem souvenirs.

Abaixo, no quadro 09, apresentam-se as respostas dos entrevistados a cerca do significado que o artesanato tem para eles como varejistas.

Quadro 09: Significado do artesanato para o varejista

SUJEITO	RESPOSTA	CATEGORIAS
S1	Cultura. Origem...	- Cultura (S1, S3, S5, S7, S9, S13)
S2 ⁸	Significado do artesanato?... (risos) Sei lá. Sei não, pula essa questão aí. O significado do artesanato pra mim? Sei não.	- Fabricação manual (S8, S9, S10, S12, S14, S19, S22, S23)
S3	O artesanato, significado? Fora a questão do <i>Money</i> , do dinheiro, que rola muito dinheiro, é bom porque a gente tá mostrando nosso produto, do nosso estado pra quem vem de fora, né? coisa muito boa... e rica	- Originalidade (S6,

⁸ O S2 não soube responder ao questionamento feito (não categorizado)

	(risos). Pronto.	S11, S20, S22)
S4	Oxe, o artesanato é bom né porque é uma forma de atração, atrai o turismo né? atrai mais os turista pra cidade de Natal.	- Oportunidade (S3, S4, S16, S17, S18)
S5	O artesanato? É a cultura do, do local... de onde a gente mora, assim... de onde o turista vem pra que traga alguma coisa que seja daqui, né? porque... pra ele levar como lembrança de que veio praqui.	- Não tem significado (S15)
S6	É... pessoas artesãs que são muito artistas né? inteligentes pra fazer isso, artesanato.	
S7	Olha...Eu nem sei assim, sabe? pra comentar, né? eu, eu não faria, eu acho que a pessoa que faz ganha muito pouco, mas é, é uma coisa muito importante, né? é tipo assim: uma cultura do lugar.	
S8	O significado de uma peça artesanal? Ó, apesar de não sou eu, não sei fabricar, num... coisa, mas pra mim é bem interessante, é bem...importante, eu acho que a pessoa que faz um trabalho desse...entendeu? porque... têm pessoas aqui que chega que acha horrível: menina que coisa feia. Não, num vô levar um negócio não. Têm pessoas que chega aqui e que diz: que coisa linda, né? quer dizer isso tudo... e realmente tem muitas peças bonitas, têm muitos assim... artesãos que trabalha, parece que ele trabalha com muito amor, que as coisas são bem delicadas, bem feitas, sabe? Já têm outros que é mais...mas mesmo assim é bem vendável, todos eles.	
S9	É porque são produtos da terra... entendeu? São produtos feitos com a alma... e com a mão... ali tá... a alma deles, tá o, o meio de vidas deles, tá o sangue deles. Isso aqui ó, isso aqui é pura história do Nordeste, isso aqui é feito de barro... do barro que ele tira lá da porta dele, entendeu? Então...é, são trabalhos valiosíssi, isso aqui...isso é caranguejo... empalhado. Ele pegou o animal vivo, embalsamou, empalhou, pegou um coco lá no coqueiro dele e fez isso aqui. É criativo, isso é criatividade... o cara pegar um quenga de coco, partir no meio, fazer um cinzeiro e pegar o caranguejo que ele ia comer, empalhar e fazer isso aqui, né? então é por isso que eu digo: é alma deles em cada peça e por isso deveriam ser mais valorizado. Isso aqui ó... isso aqui muitas vezes é feito em fundo de quintal... e... e eles deveriam... e se eles encarecessem, se o produtor encarecer, ele não vende, porque o lojista não compra porque o turista não dá o dinheiro, não paga devidamente por aquela peça.	
S10	Uma peça artesanal para mim é uma peça que é feita a mão, que não tenha nenhuma coisa assim de fábrica, toda manual, é uma peça artesanal.	
S11	Olhe, antes... de eu trabalhar no artesanato, eu não valorizava nada, eu achava que artesanato era: chaveiro, porta-retrato, miúdeza... só que a gente quando entra no ramo, a gente vai ver que é diversificado. Tem to, vários tipos, né? tem coisas de cerâmica, tem roupa, tem bijouterias, tem miudeza, tem...capim-dourado, tem muita coisa. Tem gente que... faz suas artes, desenvolve caixas, personaliza, então assim, tem aquelas louças, né? muitos tipos de louças, então assim eu acho que é uma, tem uma riqueza muito grande o artesanato e muita gente não dá valor, principalmente do povo da terra, porque se fôssemos depender do povo da terra a gente não sobrevivia não. Graças a Deus que tem o turista, né?	
S12	Pra mim? Olha, diferente de muitas pessoas, principalmente pessoas que trabalham com artesanato... eu gosto de valorizar muito o, as mercadorias que eu trabalho, porque assim...por exemplo, as de buriti	

	né? que é tem aquela certa dificuldade daquelas pessoas que... vão lá, é...recolher essa palha pra fazer todo esse processo artesanal, então assim, eu gosto de valorizar muito as peças com as quais eu trabalho... então assim, eu go, eu gosto, já trabalho nessa área já há 15 anos e eu gosto de trabalhar é uma coisa que eu assim, eu poderia ter optado por outra área mas eu gosto dessa... da área de vendas, não só de atender o público como das mercadorias também, e desde que eu, que... eu trabalho nessa loja, a gente tem puxado mais pra essas mercadorias mesmo de tear.
S13	O que representa pra mim? Uma peça artesanal? Pra mim? Eu tenho muito o caju como... é, artesanal e como regional aqui da terra e que eu gosto muito desse trabalho. porque também faz parte de Natal, né? O grande cajueiro, né? Que a gente tem aqui, então eu gosto muito desse trabalho, vem com a castanha natural, então eu gosto.
S14	Tudo feito manualmente.
S15	Pra mim, assim...sinceramente...(risos) nada.
S16	Pra mim? Significa é...assim, uma coisa bem importante que é divulgada, que os turista gosta de vir, gosta de um produto e termina levando.
S17	(risos) S17b: Você diz assim, que o artesanato é bom porque, é diferente dos outros trabalhos que não exige muita, muita coisa... É porque o artesanato ele num, ele, assim, ele pega todo tipo de pessoa pra trabalhar, ele não exige idade, ele não exige escolaridade, ele não exige é, que você tenha cursos, que você tenha línguas, só exige que você saiba vender e tratar bem o cliente, não é como essas outras empresas que só pega se você for bonita, se você for nova, se você tiver o grau de escolaridade alto, se você tiver muito tempo de firma... e eles exigem isso. E aqui não, aqui é diferente, aqui é, basta você ser carismática, atender bem o cliente e...e saber um pouco de bordado, até o inglês a gente desenrola nem precisa falar inglês, porque o turista estrangeiro chega, pede um produto a gente já sabe mais ou menos o que é e desenrola se não souber falar alguns números a gente vai pra calculadora eles entendem. Em outro canto não, em outro canto não, você tinha que saber falar inglês pra poder ir trabalhar lá. S17a: Até pra pin, pra, pra ASG tem que ter o curso de inglês (risos)
S18	Ah o artesanato ele, além de ser um meio de sobrevivência, pra mim, na minha condição, que eu me tornei escritor aos... 17 anos, eu já tive várias...entradas pela cultura no Rio de Janeiro, eu tive casa de cultura, eu trabalhei com música, eu trabalhei pintando também...então ela tá no sangue. Agora tem um outro detalhe que me apaixona um pouco mais, assim como os super-heróis, né? geralmente eles têm... a obrigação, né? com grandes poderes vem grandes responsabilidades, como tá no homem aranha. se você tem a responsabilidade com alguém, isso vai ser pra sempre, você é responsável por aquilo que cativa, isso sempre foi um norte em minha vida, então você conquistou o artesão, ele tem orgulho de ver a peça dele exposta, nós trabalhamos é, com mídia eletrônica, nós temos redes sociais diversas, nós nos contactamos com ele aonde quer que esteja e os olhos do mundo tão voltado pra isso. Não adianta você pensar que tá vendendo prum turista, ele vai embora, chega lá, ele foi bem atendido, ele foi bem recebido, ele comprou um produto de qualidade, ele é o maior re, ele é o maior ampliador do teu...trabalho, do teu produto, do teu...

S19	É o trabalho, né? Numa peça assim que você vê assim, por exemplo, uma boneca de argila, aquilo ali é uma coisa muito bem feita, muito legal a pessoa fazer uma coisa daquela, né? Muito maravilhoso.	
S20	O que significa? É uma forma dos artesões... mostrar sua arte, mostrar o, o, se expressar nela, através do artesanato.	
S21	Ah é, signifi...é bem interessante, né? Eu gosto de trabalhar com isso aqui, porque a gente tem uma coisa que, são peças, têm peças que são bem minuciosas, pequenininhas, mas eu...eu gosto. É isso! Eu sei falar pouco.	
S22	Mulher o significado de artesanato pra mim... é... entendeu? É, como é que se diz? É aquilo que é trabalhado a mão, que vem de uma criatividade de cada pessoa então, eu acho que artesanato é isso, uma a pessoa ter a criatividade de, de... como é que se diz? de... desenvolver um trabalho que num foi copiado de outra pessoa, que foi dela mesmo, que ela mesmo produziu.	
S23	Olha o artesanato pra mim, o artesanato é uma coisa muito importante entendeu? trabalho manual, qualquer trabalho manual pra mim eu acho muito importante. O artesan, o artesão, ele trabalha com carinho, né? muito am, e...dedicação e é um trabalho bonito. Eu acho bonito o trabalho artesanal.	

Fonte: dados da pesquisa, 2012

Quanto à questão do significado do artesanato para os varejistas, exibido no quadro 09, os resultados demonstram que o artesanato está diretamente relacionado com questões como a criatividade e habilidade do artesão em confeccionar as peças, bem como só pode ser considerado artesanato as peças que possuem fabricação manual e o artesanato é uma forma de representar a cultura do local, pois é através dele que é possível transferir valores e práticas culturais para turistas e pessoas que receberão as peças, destacando sua importância para os varejistas e demais envolvidos com o comércio de suvenires.

Dessa forma, foi colocado pelos varejistas pesquisados a importância do artesanato como resgate da cultura local, se caracterizando como uma das mais importantes forma de promover e divulgar o patrimônio local e a cultura imaterial assim como afirmam Lopes, Costa e Araújo (p. 5) .

Entretanto, a própria inserção de produtos vindos de fora do estado interfere no significado que o artesanato tem para o varejista, tendo em vista que os resultados demonstram que para os varejistas artesanato significa peças feitas manualmente, mas que não se aplica na prática, já que os centros voltados para artesanato apresentam produtos de origem industrial que, muitas vezes, são mais baratos e produzidos de forma mais rápida capaz de atender a uma grande demanda, o que nem sempre é possível com os produtos que são feitos um por um, que requerem um tempo maior e custam mais caro pela complexidade de cada peça, mas que são únicas.

O quadro 10 aborda o significado que o artesanato tem para o turista considerando a visão que o varejista tem a respeito disso. O objetivo é entender que significados o artesanato produz e a diferença ou semelhança dos significados que este possui para turistas e varejistas.

Quadro 10: Percepção do varejista sobre o significado do artesanato para o turista

SUJEITO	RESPOSTA	CATEGORIAS
S1	História. O turista é...é história.	- História (S1, S9)
S2	O pessoal de fora vem justamente por isso, porque vê que o que a gente faz não é uma coisa de fábrica, é tudo feito à mão, a gente que faz, a gente que produz, ele acha bonito, eu acho.	- Trabalho manual (S2, S4, S9, S10, S12, S14, S19, S20, S23)
S3	O significado? Se não existisse o artesanato, os turista não ia gostar porque ele já vem já focalizando isso, de vir às compras, pegar coisas que mostre o país que eles tão visitando, o estado que ele tá visitando né? é um conjunto, tá ligado um no outro, né? é uma coisa que não ficaria... separado: o turismo com o artesanato.	- Simbolismo da localidade (S3, S5, S8, S11, S13, S15, S16, S17, S18) - Novidade/ encantamento (S6, S7, S19, S21, S22) - Insignificância (S8)
S4	Ah é uma opção pra eles. Até mesmo porque lá fora, lá onde eles moram, não lá fora que também deve ter cidades que tem o artesanato, mas é um negócio bem diferente e eles valorizam o trabalho manual, e a maioria do artesanato é trabalho, é feito a mão né? Eles valorizam muito.	
S5	A lembrança, do lugar onde ele passa. Ele quer sempre levar uma lembrança de onde ele passa.	
S6	Eu acho que é diferencial, porque lá onde eles moram geralmente não tem, artesanato, não tem coisas feitas de artesanato.	
S7	Novidade.	
S8	Vai depender muito do turista, que tem turista que num...num, num liga muito, tem uns que nem sabe o que é isso, já tem outros não, tem outros que é bem, acha interessante...é, faz questão de levar, procura saber o que é, né? o que, o que, o que, o que representa aqui o Rio Grande do Norte, Natal aí eles...levam.	
S9	Muitos ficam encantados... por exemplo, uma peça dessas... Sagrada família . É... Isso aqui... que é feito a mão, que é entalhado... isso aqui é um trabalho muito minucioso... dá muito trabalho... os bordados... eles ficam encantados... e. O que mais encanta eles é o Lampião e Maria Bonita... tudo que tem Lampião e Maria Bonita vai... Luiz Gonzaga... principalmente estrangeiro... o estrangeiro ele, ele absorve mais as informações do que os daqui. por ser uma cultura diferente, pelo rústico, sabe? Assim... o pessoal de São Paulo... se encanta, por ser rústico. Tipo assim, isso aqui: a rede, porque essa daqui é de boneca, né? é de brinquedo, mas a rede mesmo grande, eles são encantados, pra eles é levar uma cama... da melhor qualidade, só em armar assim duas coisas e ficar pendurado e se balançar, pra eles é...	

S10	Para o turista são peças que eles veem que é feita a mão também. Eles fazem aquela pergunta que eu falei, que eles ficam impressionados com as peças, principalmente em palha, né? que as vezes é palha simples que eles tem também um pé na casa deles, que eles dizem “nossa faz uma bolsa”, é por aí.	
S11	Olhe, todo o turista vem no centro de artesanato. Eles podem não ir noutro canto, mas aqui tem deles, sai do aeroporto, chega no hotel, deixa a bagagem e já vem. Pra gente a gente faz uma viagem, a gente vai comprar nos últimos dias, né?. Eles não, a maioria... “tá gostando da cidade?” “acabamos de chegar”. Isso até me, me causa espanto, entendeu? Porque... Os congressos - tem gente que deixa congresso e vem...logo pro artesanato.	
S12	Olha, Seria melhor perguntar pra eles, né? Mas assim, eles, por exemplo, com os produtos que eu, eu só posso responder pelos produtos que eu trabalho, principalmente redes, eu já trabalho com redes há mui, há um bom tempo e eu sei que eles valorizam muito. O problema não é o turista, é porque... as pessoas que trabalham nessa área, elas tem essa mania de, de, de... tipo assim, elas...de um mês tá fraco, porque quem trabalha com artesanato sabe, que a gente tem baixa e tem alta, então assim, tem que se acostumar com isso, aí o que que acontece, tem pessoas que trabalha com peça, aí quando chega na baixa não sabe trabalhar com o produto, não tem capital, então quebra, baixa o preço da mercadoria, fica, fica bem mais em con, mais barato, não tem tanto, não, o turista não vai dar muito valor então se ele chega na minha merca, na minha loja e pergunta, uma rede vamos supor, dessas as tradicionais que a gente vende por 55 reais e chega em outra loja e vê por 35 reais então ele vai querer lógico comprar e eu dou o maior apoio porque ele vai querer comprar, lógico, onde é mais barato, só que a gente acaba desvalorizando o nosso produto, porque depois de todos os processos que é feito e chegar até aqui e você vender praticamente pelo preço de custo, você tá... desvalorizando vai chegar o dia em que eles num... vai querer baixar, baixar, baixar então quando eles chega. Antigamente, eu trabalho já há quinze anos como eu falei, então antigamente o turista chegava e “quanto que é uma peça dessa?” “55 reais” ele tirava a carteira, pegava, pagava tranquilamente, não pedia desconto. só o que acontece alguns botavam um preço muito alto e o turista também começou a reparar isso e começava ah, vamos supor uma rede dessas, ele botava 70 reais e ia baixando, baixando, baixando... aí o turista ele... foi esperto, lógico também, então quando ele chega numa loja uma peça ele vai baixando, baixando, chega vamos supor a 50 reais quando chega numa loja que tem de 55 ele vai achar que também tem que baixar, baixar, baixar pra chegar num certo valor, então, é...é as próprias, próprias pessoas que trabalham com o artesanato é que deixam... vamos supor, que dá uma desvalorização no produto, porque se todo mundo soubesse trabalhar, mantesse aquele preço, todo mundo ia vender, ia ser bom pra todo mundo e o turista ele ia dar mais valor e ia segurar o preço também porque aí o turista ia realmente “ah é esse o preço mesmo”, porque lá fora não se tem muito isso que tem aqui no Brasil, porque aqui no Brasil tem o negócio de pechinchar, lá fora não tem muito isso, então assim, quando ele chega que, que... hoje ele pede desconto porque ele sabe, já se acostumou com o jeito da gente aqui mas lá no lugar deles eles não tem essa... essa disponibilidade de tá baixando o preço assim.	
S13	Eu vejo que ele, é como ele levando um pouco de Natal pra eles, é como uma cultura que eles vêm pegar de Natal pra levar pra eles, então eu vejo como ele quer levar um pouco de natal “ah eu trouxe isso de Natal”, “isso aqui tem a ver com Natal”, eu vejo isso que eles querem e	

	uma alegria muito grande, tanto que eles dizem “isso é mesmo de Natal?” “É feito em Natal”, entende? Eu vejo que eles querem levar uma cultura nossa pra onde eles veio, de onde eles são pra falar ali é de natal, isso aqui significa Natal, isso aqui é de Natal, entendeu? um símbolo de Natal. Eu vejo isso mesmo.
S14	Porque quando eles vêm, eles já vêm...já sabem que aquilo ali é feito artesanalmente né? Eles já, já buscam, já encontram em outros estados.
S15	O turista? Uma coisa bem signa, bem significativa da região, que seja criada aqui, por exemplo, isso aqui não é, isso aqui a central dela é na Paraíba, não é no Rio Grande do Norte, entendeu? Então...que é o algodão natural.
S16	Para o turista? Mulher, o artesanato para o turista... é uma peça que representa, aqui em Natal, que a, os turistas gosta de comprar, assim ele vem, olha um jogo americano diz que é muito arrumadinho, eles gostam das coisas que assim, da região, que eles gostam de comprar.
S17	S17a: É uma forma de cultura mesmo do Nordeste mesmo, eu acho que... pra levar assim tem que ser artesanato mesmo, pra ficar bem registrado o Nordeste. S17b: É, tanto que quando vem outro produto eles não levam, eles levam só os artesanato mesmo. Coisa grande por exemplo, eles não podem levar, então tem que ser só o artesanato mesmo.
S18	É, uma forma dele presentear alguém com carinho, uma forma dele presentear alguém com verdade, com conhecimento de causa, tá entendendo? Eu não vendo simplesmente a peça, eu disse a você: eu coloco a história implícita e além de tudo eu fico desafiando ele, a ouvir, a entender, a sentir. E quando ele sente a peça...um outro exemplo que eu vou te dar em <i>off</i> , aquela galinha, se você comprar só a galinha, você vai pegar uma galinha, vai botar três pintinhos dentro, vai entregar ao cliente, embrulhar e vai receber o dinheiro. Antes disso, eu vou explicar a ele que a galinha tem a mesma representatividade pro Nordeste, pra Natal que o elefante pra Índia, e vou dizer a ele que se ele colocar... as três galinhas... por baixo dessa, pedir saúde, paz, prosperidade, colheita farta, e conforme as coisas for acontecendo, ele for tirando e colocando, respeitando o ciclo de germinação da cultura, muitas coisas ele pode conseguir, e a gente tem que acreditar em alguma coisa, não é verdade? Já mudou, já agregou valor, não foi isso?
S19	É o turista fica encantado, né? Tem muita coisa maravilhosa que eles veem aqui no Rio Grande do Norte, é, principalmente coisa em artesanato, são muito apaixonado por essas peças.
S20	Assim... é uma forma deles poderem... poderem... ter alguma coisa que, não seja produzido lá fora como, tipo... roupas, roupas vem de fora, é uma coisa feita na... indústria, dentro de uma fábrica, artesanato não, eles são feito a mão, tem todo um detalhe, entendeu? tem todo um cuidado pra peça ficar... perfeita, ou quase perfeita.
S21	Ah, tem um significado imenso. Eles vêm já, eles já vem procurar os produtos aqui, se eles tão passeando, né? Eles já vêm procurar um produto, né? diversificado, diferente do que ele não tem, do que eles não têm, então eles...eles consideram bem importante, pra eles é muito importante.
S22	O significado de uma peça pra o turista? Ah... mulher, eu acho assim que eles, eles... eles compra, têm muitos que se admira com a boneca

	pronto, a dondoca, tem a dondoca e tem a namorada, eles se encantam porque a namorada é uma que fica na janela, aí a gente tem que explicar porque é uma mocinha ou uma mulher que fica lá solteira olhando o namorado passar, então pra eles é... é... como é que se diz? eu não sei nem explicar, a verdade. Mulher... me pegou essa.	
S23	Olha o turista ele dá muito valor a nossa arte, nosso trabalho, nosso artesanato aqui do Nordeste, eles dão muito valor, é uma coisa simples e que eles acham, às vezes, às vezes tem coisa que até você... estranha assim “vixe, o turista gostar disso?” mas ele dão valor, muito valor mesmo.	

Fonte: dados da pesquisa, 2012

O quadro 10 aponta qual o significado do artesanato para o turista de acordo com a visão que o varejista tem sobre isto. É possível concluir que o artesanato – da mesma forma que foi citado anteriormente pelos varejistas – significa produtos que são comercializados manualmente, que são produtos únicos mesmo que ainda parecidos, além disso, ele representa as características do local visitado, servindo como lembrança daquele local em momentos posteriores à viagem, contribuindo para tornar mais duradouras as experiências vividas no local (SWANSON, 2004 *apud* HORODYSKI, PEDRON e GÂNDARA, 2011, p. 10).

“É, uma forma dele presentear alguém com carinho, uma forma dele presentear alguém com verdade, com conhecimento de causa {...}” (S18)

Para o turista há certo encantamento em relação aos produtos artesanais, que não foi possível identificar, talvez porque não exista em outros países, talvez porque haja uma diferença considerável entre os produtos, ou ainda porque o turista vê no artesanato aspectos culturais que nem sempre são os mesmos para eles e que, talvez, permita-o conhecer melhor o local que visita.

Outro ponto também comentado na pesquisa e que não pode deixar de ser observado é a ligação entre artesanato e história. O artesanato permite contar fatos da história do local em peças quase sempre pequenas e resistentes, o que contribui para a compra do produto por parte do turista, enquanto que as peças recebem deles a receptividade de qual precisam para manter-se como produto turístico.

“Olha o turista ele dá muito valor a nossa arte, nosso trabalho, nosso artesanato aqui do Nordeste, eles dão muito valor, é uma coisa simples e que eles acham, às vezes, às vezes tem coisa que até você... estranha assim “vixe, o turista gostar disso?” mas ele dão valor, muito valor mesmo” (S23)

“{...} Eu não vendo simplesmente a peça, eu disse a você: eu coloco a história implícita e além de tudo eu fico desafiando ele, a ouvir, a entender, a sentir. E quando ele sente a peça...{...}” (S18)

Na procura em levar algum elemento que represente o local visitado, o turista acaba adquirindo produtos que às vezes não identifica o destino e, sem saber, acaba contribuindo para a valorização de artesãos e culturas externas e, conseqüentemente, desvalorizando os próprios artesãos da terra. Mas ainda que haja muitos produtos desvinculados com o contexto das cidades, o souvenir surge como a principal forma de recordação da viagem e de significados intrínsecos tanto para turistas quanto para a comunidade que ainda passam desconhecidos, resta saber se o significado que o artesanato possui para o turista é resultado de interferências do significado que ele possui para varejistas ou vice-e-versa (TOLFO e PICCININI, 2007, p. 44), tendo em vista que em ambos os lados a importância do fazer manual é o que ainda caracteriza o artesanato.

O quadro 11 aponta as repostas dos entrevistados referente a comercialização de produtos que não são originários do estado nas lojas de artesanato que eles trabalham, a fim de identificar o que eles pensam a respeito disso e de que forma o artesanato de outros lugares vem se inserindo no contexto local.

Quadro 11: Visão do varejista sobre a comercialização de produtos que não são originários do Rio Grande do Norte

SUJEITO	RESPOSTA	CATEGORIAS
S1	Bom, como aqui não tem muito...sei lá, acho normal. É tudo cultura, né? mostra nossa cultura e a cultura do outro até pra, assim, comparar uma com a outra, mas...	- São favoráveis (S1, S2, S4, S5, S7, S8, S9, S10, S11, S12, S14, S15, S17, S18, S19, S20, S21, S22, S23) - Desvalorização da cultura local (S6, S13, S16, S20)
S2	Bem, o...o...o pessoal aceita, como não é de Natal o pessoal aceita muito, a procura é muito grande, todo mundo gosta e fica besta porque o capim dourado ele é natural mesmo, ele nasce, ele nasce dourado e...não é tingido, não é pintado, aí o pessoal gosta muito.	
S3 ⁹	Como eu vejo? Eu num sei nem te falar porque aqui tudo que tem aqui nessa loja é...é simbolizando aqui, o estado.	
S4	Oie, porque assim, dependendo, a maioria não, tem algumas coisas que não é do Rio Grande do Norte. Eu vejo que cai muito bem (risos). Os turista gosta.	
S5	É boa também. Por quê? aí eu num, não sei informar mas até as bonecas que não são daqui eles levam muito, assim acho que é uma peça que todos gostam por isso vende também. Você acha que é algo positivo ou negativo? Positivo. positivo, que sai muito também.	
S6	Eu vejo... que não era pra ter, porque... já tá dizendo artesanato aí tem muita gente que tá botando brinquedo assim da, da, feito na china, brinquedo eletrônico.	
S7	Normal.	

⁹ O entrevistado não soube responder ao questionamento, porque não se aplicava ao caso (não categorizado).

S8	Olha...é o tipo da coisa, assim, porque vem, mesmo vindo de fora é bem vendável, tem muita mercadoria... que é bem vendável como saída de praia, camisetas, entendeu? tem muita coisa, essas lembrancinhas aqui que nada disso é daqui são bem vendáveis...entendeu? essas daqui que são porta-lápis, de caju, de coquinho, entendeu? Então nada disso é feito aqui em Natal, mas...que vende bastante.	
S9	É, tem que diversificar... porque como são pessoas do mundo inteiro, que visita o artesanato, então a informação tem que ser do Brasil e como o Nordeste ele grita então você vai encontrar mais peças do nordeste, que caracterizam o Nordeste do que o Brasil, mas tem que diversificar até mesmo por causa do povo daqui... porque os daqui não vem aqui comprar artesanato, então...o próprio dono do produto passa a desvalorizar, né? mas o turista, pra eles isso aqui são, assim... eles tem prazer de levar, só que muitos não querem dar o valor devido... acham caro.	
S10	Como que eu vejo? Ahh...normal, a gente vende de tudo, né? assim, não é só os artesanais não, mas a gente... vende de tudo, eu vejo normal, como um produto normal para vender... que tenha saída, né?	
S11	Olhe, eu procuro vender coisas que o povo não tem... porque a briga é grande... é pelo preço, né? Cada um quer vender, cada um quer baixar, então assim, quando você diferencia, aí você pode trabalhar tranquila, você pode ter um rendimento melhor. O meu eu optei por isso, eu comecei como todo mundo começou vendendo caneca, vendendo chaveiro, vendendo camiseta...branca. Aí depois eu fui pedindo a Deus que me orientasse, mandasse coisas diferentes e foi acontecendo.	
S12	Não, eu não vejo problema não pelo seguinte, é... porque em todos os estados, principalmente do Nordeste vende-se peças de todos os estado do, do Nordeste. Então assim, eu acho que seria meio... eu não digo... egoí, um pouco de egoísmo se a gente fosse querer trabalhar só com o trabalho aqui do potiguar, do potiguar e não ia, tipo assim, porque a gente, a gente recebe turista que não vai pra todos os, as, as regiões e não vão pra todos os estados do Nordeste, às vezes vem um que vem pra Natal passa dez anos, vamos supor, pra ir em outro estado, então se a gente trabalhasse só comas coisas daqui, de... do Rio Grande do Norte então a gente não teria, não teria como... vamos dizer... atender o, o, o que o turista tão querendo porque ele não quer só coisas daqui, ele quer coisas também... de outros estados. Então eu acho que deve continuar assim, todos os estados trabalhando com todos os estados mesmo. Acho que é uma certa união assim.	
S13	É, Tem pessoas que dizem: “É original?” “É daqui da terra?” Aí a gente às vezes diz que é, mas não é, né? Aí mesmo assim eles ficam assim, leva, como essas peças aí em pedra não é de natal, né? não é do estado de natal, essas peças de pedra, então tem peças assim que eles perguntam, né? Nós então... algumas peças nós não vendemos aqui que não é regional. Eu vejo como algo negativo. Eu vejo assim que a cultura de Natal devia ser mais divulgada, entendeu? Deviam vender mais as coisas de natal, sabe? pinturas de Natal, Forte, esses pontos turísticos, natal é, porque eu vejo que até os índios indígenas né? Que eles foram os primeiros povos né? Eles não são comentados, eu andei observando, eles não são comentados no... no artesanatos. Eu não vejo isso. O povo diz: vocês não comentam muito sobre os indígenas? Eu andei observando isso, é como se eles tão acabando com estão fazendo isso mesmo e ninguém liga pra aquele povo então eu vejo muita coisa que devia ser mais trabalhado no artesanato e não são e muitos, muitos...é... como é que se diz, visitantes comentam isso.	

S14	Aqui num, praticamente no Rio Grande do Norte não existe artesanato, então... a gente tem que procurar... peças de outros estados. Mas você vê como algo positivo ou não? Positivo! Positivo.	
S15	Como é que eu vejo? Sem nenhuma mínima importância. O pessoal que vem de fora não dá valor, querem... produtos da região.	
S16	Não, já a respeito desse, dessa parte aí... eu num já não tenho mais nada, não tenho nada a declarar a respeito dessa pergunta, a respeito, sobre...a origem, sobre a origem dos produtos que não é da... da região. Mas como você vê essa questão de serem trazidos produtos de fora pra serem vendidos como se fossem daqui? Eu não acho uma coisa bem interessante, não... não é adequado, pros produtos da gente, porque assim, o artesanato ele é mais popular, é mais conhecido e é mais vendável, certo?	
S17	S17a: É comum porque todo mundo vende produtos de outros estado. São iguais, só muda só o nome da cidade. Mas você acha que é algo positivo ou negativo? Não, eu acho que todo mundo precisa, não só aqui no Rio Grande do Norte como nos outros cantos também, e infelizmente a maioria dos artesão é nos interior mesmo. S17b: Pernambuco já tá...Pernambuco já tá comercializando o bordado de, de Caicó também, então quer dizer não é só em Caicó mais, em Pernambuco também.	
S18	Vejo muito bem...desde que tenha história, desde que tenha qualidade...eu até posso te mostrar com um imã: eu pego um imã de geladeira, jogo pro alto... e se ele não quebrar... o cliente vai se sentir satisfeito. Geralmente eu faço assim, entendeu?	
S19	É... bordado de Caicó, por exemplo, eles não são daqui do estado.	
S20	Como eu vejo? Que eles vêm de fora? Eu num sei (risos) como eu vejo... sinceramente. Você acha que algo positivo, negativo? Acho que fica, na balança. Fica negativo porque é uma forma de ver que os artesões daqui não produzem muita coisa boa, mas também tem o lado positivo que o pessoal que vem de lá podem mostrar a arte deles aqui, entendeu? Acho que fica meio na balança.	
S21	São poucos os produtos, né? que, que não são do Rio Grande do Norte, mas tem que ter variedade, tem que ter, a gente precisa di, diversificar, ter produtos diferentes. Acho normal.	
S22	Como é que eu vejo? Mulher... mesmo sendo, mesmo que não seja ele, como é que se diz? o ponto turístico daqui mesmo, mas... as peças sempre vende, tanto bordado, porque bordado tem em todo canto, ma... tem no Rio de janeiro, tem em São Paulo, mas mesmo assim eles vêm e se ad, e gosta de comprar aqui, eu acho que é pelo preço, ele acha mais, é...acha barato aqui no Rio Grande do Norte e lá é mais caro. É, com certeza, é algo positivo, né? Porque pelo menos, significa que o RN tem pelo menos um valorzinho (risos).	
S23	Eles também são bem aceitos, também são bem aceitos eles. Você vê como algo positivo? É, é sim.	

Fonte: dados da pesquisa, 2012

O quadro 11 apresenta os resultados referentes a opinião dos varejistas em relação a comercialização de produtos que não são originários do Rio Grande do Norte. Os resultados indicam que há aceitação por parte de muitos varejistas porque consideram como algo normal, que não interfere na cultura local ou no significado que o artesanato originado de lugares diferentes passa ao turista, de forma que são aceitos produtos de outros estados, bem como a situação inversa também acontece.

Um dos motivos que contribuem para a aceitação de peças artesanais vindas de fora por parte dos varejistas está no fato destes alegarem que os produtos criados na própria localidade muitas vezes custam mais caro do que aqueles que vêm de fora e acabam perdendo espaço para mercadorias mais baratas, desvalorizando os produtos de fabricação local.

A inserção de produtos que não são da própria cidade ao invés de contribuir, acaba certas vezes atrapalhando a representatividade que deveria passar aos turistas. Mais do que vender produtos que apesar de não serem locais transmitem elementos da cultura local, a importância de valorizar o artesanato feito na própria localidade reside no fato de relacionar artesanato e valorização da própria cultura através do incentivo e contribuição para o crescimento dos artesãos da própria comunidade.

Todavia, isto não acontece em muitas regiões como pode ser comprovado na falta de singularidade dos produtos vendidos aos turistas que acabam por representar diversos elementos de diversas regiões de uma só vez. As culturas singulares acabam se perdendo em meio a tantos elementos de culturas externas, elementos que não possuem significado algum para a comunidade onde tais produtos são comercializados e revendidos revestidos de histórias e significados que são desconhecidos pelos próprios moradores.

Associado a questão anterior está o fato de que os turistas também aceitam os produtos vindos de fora e que são colocados à venda nos centros de artesanato e os varejistas denunciam que isso se dá porque em no Rio Grande do Norte não existe artesanato, que represente aspectos da cultura local, porém a dúvida é se o turista sabe que os produtos que eles adquirem nem sempre são produzidos no local e que, conseqüentemente, não representa de fato o fazer manual e a cultura intrínseca da localidade turística.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A denominação artesanato possui intrinsicamente o significado de peças feitas manualmente e que ganhou destaque e presença na atividade turística por oferecer ao turista um contato direto com a cultura local, sem necessariamente presenciar danças e apresentações culturais locais, proporcionando uma forma de aproximação que vai além das fronteiras territoriais e que ultrapassa barreiras culturais e temporais.

No entanto, o que se encontra hoje em dia nas lojas de artesanato, na verdade, descaracterizam a região pela venda de produtos que podem ser encontrados em todos os lugares e falta de originalidade que represente com fidelidade os hábitos culturais e históricos das comunidades turísticas, já que boa parte dos suvenires são comprados em outros estados e não valorizam o fazer local, como pode comprovar a presente pesquisa. Tudo isso resulta na aceitação de uma cultura que não é original do local com normalidade, tanto por parte de quem compra para revender, quanto por parte de quem compra como forma de lembrança da viagem talvez por desconhecimento.

Entretanto, alguns questionamentos surgem ao decorrer de tantas transcrições: Há realmente uma cultura potiguar? Onde ela está e por que não é retratada? Por que existe tanta demanda por produtos originários de fora do estado? E, o que faz o turista levar produtos que podem ser encontrados em regiões diferentes do país, mas com características entre si semelhantes?

Esses e outros questionamentos permanecem, porém o que pode concluir com base na análise dos dados é que há um desconhecimento generalizado sobre a cultura local, e que o Rio Grande do Norte não transmite através do artesanato o que de fato deveria transmitir: a singularidade do povo potiguar.

Além do mais o artesanato como produto feito de forma manual vem perdendo espaço para produtos industrializados e a um preço mais acessível, da mesma forma que não consegue transmitir aos próprios vendedores e a comunidade local o verdadeiro valor e importância dele como produto turístico, em que poderia estar repleto de significados que agregassem valor a experiência do turista através da autenticidade e elevação da cultura popular.

Portanto, a necessidade de valorizar os artesãos locais que produzam um artesanato verídico, representante das características de cada lugar, que transmita através das peças contextos históricos e culturais esquecidos no tempo faz-se necessária como forma de resgatar ou formar a singularidade das localidades e de evitar a generalização de culturas que se encontra tão presente nos destinos turísticos. Da mesma forma que o turista procura objetos que concretizem a viagem e que representem de fato o contexto que eles vivenciam em cada local, as regiões turísticas devem se preocupar em repassar toda a sua cultura através do artesanato, um artesanato que vá além de representar o lugar e acabe trazendo produtos de fora, mas um artesanato que represente o lugar e os artesãos locais como forma de inserir os próprios artesãos no contexto da autenticidade que tanto se procura, mas que já quase não existe.

REFERÊNCIAS

- BRASIL, Ministério do Turismo. **Estudos da competitividade do turismo brasileiro – Desenvolvimento Sustentável do Turismo**. Brasília, MTur, 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/DESENVOLVIMENTO_SUSTENTxVEL_DO_TURISMO.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2012.
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Hábitos de consumo do turismo do brasileiro**. Brasília, MTur, 2009. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/Noticias_download/Pesquisa_Hxbitos_2009_01_-_ultima_versxo_para_CD_xModo_de_Compatibilidadex.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2012.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. São Paulo: Futura, 1998.
- DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Maria Rodrigues de. **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições**. São Paulo: Alínea, 2002.
- _____; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da pesquisa científica**. Universidade Estadual do Ceará. 2002.
- FREIRE-MEDEIROS, Bianca; CASTRO, Celso. **A cidade e seus souvenirs: O Rio de Janeiro para o turista ter**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. v. 1, n. 1, p. 34-53, set. 2007. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/viewFile/78/77>>. Acesso em: 12 mar. 2012.
- HORODYSKI, Graziela Scalise; PEDRON, Maíra; GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. **A experiência turística no consumo de souvenirs: uma análise da Feira do Largo da Ordem, em Curitiba – PR**. REVISTA ELETRÔNICA DE TURISMO CULTURAL, vol. 5, p. 08-18, nº 1, 1º semestre de 2011. Disponível em: <<http://200.129.168.8/ojs/index.php/usp/article/view/81/80>>. Acesso em: 15 maio 2012.
- LOPES, Francysco Renato Antunes; COSTA, Jaciara Karolyne Bezerra da; ARAÚJO, José Luís Lopes. **O artesanato do bairro Poti Velho como patrimônio cultural e agente valorizador da cultura, identidade e turismo local em Teresina – PI**. Disponível em: <[http://www.ufpi.br/subsiteFiles/patrimoniocultural/arquivos/files/10pdf\(1\).pdf](http://www.ufpi.br/subsiteFiles/patrimoniocultural/arquivos/files/10pdf(1).pdf)>. Acesso em: 10 out. 2012.
- MACHADO, Paula de Souza; SIQUEIRA, Euler David de. **Turismo, consumo e cultura: significados e usos sociais do souvenir em Petrópolis – RJ**. Revista Contemporânea, nº 10, v. 1, 2008. Disponível em:

<http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_10/contemporanea_n10_edcompleta.pdf>. Acesso em: 08 mar. 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário estatístico de turismo – 2011**, vol. 38 - ano base 2010. Disponível em:

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/Anuxrio_Estatxstico_2011_-_Ano_base_2010_-_24-05-2011.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2012.

_____. **Anuário estatístico de turismo – 2012**, vol. 39 - ano base 2011. Disponível em:

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/Anuario_Estatistico_2012_-_Ano_base_2011_-_Final_Nov.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2012.

OLIVEIRA, Orlando José Ribeiro de. **Turismo, cultura e meio ambiente**: estudo de caso da Lagoa do Abaeté em Salvador - Bahia. 2009. 136 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) - Universidade de Brasília, Brasília, 2009. Disponível em: <http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/4199/1/2009_OrlandoJoseRibeirodeOliveira.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2012.

PAIVA, Ricardo Alexandre; VARGAS, Heliana Comin. **Os agentes produtores e consumidores do espaço turístico**. In: III Colóquio Internacional de comércio e cidade, 2010, São Paulo. III Colóquio Internacional de comércio e cidade. São Paulo : FAUUSP, 2010. Disponível em: <<http://www.arquitetura.ufc.br/novo/wp-content/uploads/2011/08/Os-agentes-produtores-e-consumidores-do-espaco-turistico-Ricardo-Paiva-III-Coloquio-Comercio-e-Cidade-Sao-Paulo-2010.pdf>>. Acesso em: 19 abr. 2012.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. **Metodologia de pesquisa aplicável às ciências sociais**. In: BEUREN, Ilse Maria (Org.). Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade. São Paulo: Atlas, 3.ed. 2006.

RODRIGUES, Auro de Jesus. **Metodologia científica**: completo e essencial para a vida universitária. São Paulo: Avercamp, 2006.

SANTANA, Agustín. **Antropologia do turismo**: analogias, encontros e relações/ tradução Eleonora Frenkel Barretto. – São Paulo: Aleph, 2009 – (Série turismo).

SILVA, Adriana Fraga da. **O passado-presente nas materialidades e nas representações da cultura material**: a produção de suvenires em Bom Jesus (RS). *Métis: história & cultura, América do Norte*, v. 8, nº 16, jul./dez. 2009. Disponível em: <<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/metis/article/view/952/661>>. Acesso em: 12 mar. 2012.

SILVA, Cristiane Rocha; GOBBI, Beatriz Christo; SIMÃO, Ana Adalgisa. **O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa**: descrição e aplicação do método. *Organizações rurais agroindustriais*. Lavras, v.7, n.1, p. 70 - 81, 2005. Disponível em: <<http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/210/207>>. Acesso em: 05 set. 2012.

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo.** [tradução de Saulo Krieger]. São Paulo: Aleph, 2002.

TOLFO, Suzana da Rosa; PICCININI, Valmíria. **Sentidos e significados do trabalho:** explorando conceitos, variáveis e estudos empíricos brasileiros. *Psicologia & Sociedade*, 19. Ed. Especial 1:38-46, 2007. Disponível em:
<<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v19nspe/v19nspea07.pdf>>. Acesso em: 16 dez. 2012.

APÊNDICE A

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Idade:

Escolaridade:

Estado civil:

Tempo de trabalho com o artesanato:

Função:

- 1) Comente sobre a origem dos produtos comercializados na loja.
- 2) Você poderia comentar sobre a sua participação no processo de compra das peças artesanais.
- 3) Fale um pouco sobre os tipos de produtos que são vendidos na sua loja.
- 4) Você consegue identificar elementos da cultura popular do estado do RN nas peças comercializadas na loja? Comente sobre essa questão.
- 5) Comente o que representa, qual o significado de uma peça artesanal para você.
- 6) Como você vê a comercialização de produtos artesanais que não são originários do RN na sua loja.
- 7) Na sua visão, qual o significado do artesanato para o turista.
- 8) Você consegue identificar nesses últimos anos alguma modificação nos produtos comercializados antigamente com os que são comercializados hoje em dia? Comente.
- 9) Você acha que as peças artesanais produzidas no estado retratam as tradições culturais da região? Comente.
- 10) Você consegue identificar quais as peças artesanais que mais representam a cultura da região e falar sobre o que elas representam da cultura potiguar? Comente.

APÊNDICE B

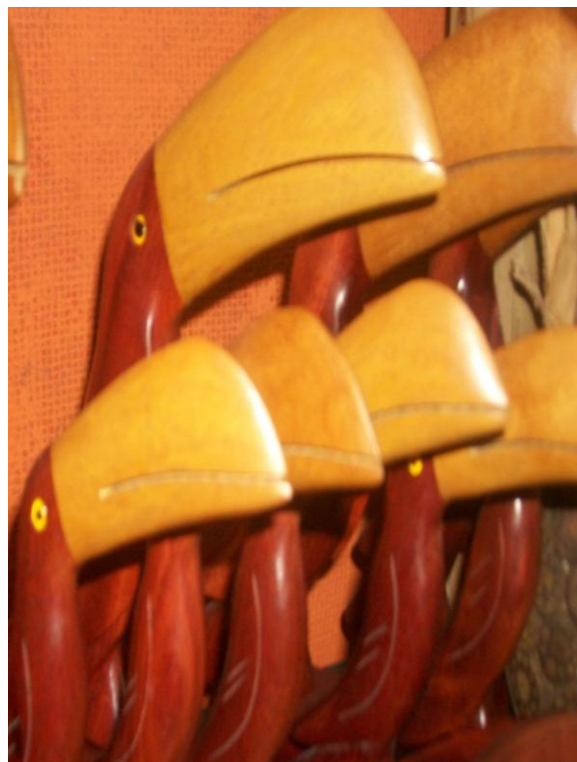
FIGURA 01: Suvenir representando pinguim**FIGURA 02:** Suvenir representando tucano**FIGURA 03:** Suvenir representando personagens de programa mexicano**FIGURA 04:** Suvenir conhecido como namoradeira

FIGURA 05: Suvenir feito de cabaca



FIGURA 06: Suvenir feito com caranguejo e coco



FIGURA 07: Suvenir retratando Lampião e Maria Bonita



FIGURA 08: Suvenir retratando a Fortaleza dos Reis Magos

