



O processo de produção do turismo de base comunitária: um estudo de caso no município de Santa Luzia do Itanhy-SE

Paulo Rafael Monteiro Nascimento (Universidade Federal de Pernambuco)
prmn2011@hotmail.com

José de Arimatéia Dias Valadão (Universidade Federal de Pernambuco)
arimateiavaladao@hotmail.com

Resumo

Este trabalho discute a sustentabilidade de uma realidade turística de base comunitária. A realidade investigada está localizada no município de Santa Luzia do Itanhy, no estado de Sergipe, no interior do nordeste brasileiro. O principal objetivo do trabalho foi investigar como a participação de uma comunidade na produção de artesanatos pode promover melhoria da qualidade de vida das famílias envolvidas. Para isso, foram abordados conceitos de turismo de base comunitária, principalmente no que tange a participação social e desenvolvimento local e abordagens contemporâneas de produção e consumo. Procedimentalmente foi realizado um estudo de natureza qualitativa, com coleta de dados por meio de várias entrevistas semiestruturadas, análise por meio de Análise de Conteúdo e definição de categorias de análise. Como resultados, foi possível identificar melhorias na renda dessas famílias, além da evolução do nível de oportunidades, da aprendizagem de técnicas de produção de artesanato (novos *designs*) e da consciência ambiental. Essas iniciativas são viáveis na medida em que há uma perspectiva de ressignificação das relações sociais estabelecidas entre os autóctones e os demais agentes aos paradigmas do *mainstream* com fortes heranças instrumentais.

Palavras-chave: Turismo de Base Comunitária, Produção, Qualidade de Vida.

The process of production of community-based tourism: a case study in the municipality of Santa Luzia do Itanhy-SE

Abstract

This paper discusses the sustainability of a community-based tourism reality. The reality is investigated in the municipality of Santa Luzia Itanhy in the state of Sergipe, in the interior of northeastern Brazil. The main objective of this study was to investigate how the participation of the community in the production of handicrafts can promote improved quality of life of the families involved. For this, we discussed the concepts of community-based tourism,

especially regarding social participation and local development and contemporary approaches of production and consumption. Procedurally we conducted a qualitative study with data collection through various semi-structured interviews, analysis by means of content analysis and definition of categories of analysis. As a result, it was possible to identify improvements in the income of these families, including the evolution of the level of opportunities, learning techniques of craft production (new designs) and environmental awareness. These initiatives are viable to the extent that there is a prospect of redefinition of social relations between indigenous and other agents to the paradigms of mainstream with strong legacies instrumental.

Keywords: Community-based tourism, Production, Quality of Life.

1 Introdução

O turismo de base comunitária tem lançado novas luzes e perspectivas para o desenvolvimento local na medida em que tem demonstrado como é possível ampliar as matizes do desenvolvimento em várias dimensões da vida humana. O turismo de massa, embora tenha se apresentado como um importante vetor da economia local, não se converteu, necessariamente, em benefícios aos autóctones (KRIPPENDORF, 2009; CORIOLANO, 2012; OKASAKI, 2008). Como explica Irving (2009), existe a percepção de que o avanço do desenvolvimento turístico não impactou favoravelmente as populações locais e tem sido frequentemente responsável por fenômenos significativos de exclusão social. Assim sendo, o turismo de base comunitária apresenta-se como um paradigma do turismo que envolve os sujeitos da comunidade como partícipes do processo de planejamento e operacionalização do turismo como vetor do desenvolvimento local.

Na mesma linha, Coriolano (2006, p. 210) destaca que “o turismo de base comunitária proporciona as comunidades experimentarem novas formas de produção de serviços turísticos, sem padronização, com bastante criatividade, compromisso e solidariedade”. O turismo de base comunitária é mais do que visitar atrações turísticas, a ideia é dar aos visitantes a oportunidade de experimentarem a vida local como ela realmente é, participando de um processo de intercâmbio cultural, trocas de experiências, vivências e conhecimentos (CORIOLANO, 2006). Desse modo, o turismo tradicional na contraposição ao turismo de base comunitária direciona a sua atenção aos turistas e não aos autóctones, gerando ainda mais assimetrias nesta relação o que dificulta sobremaneira a crença de melhorias e desenvolvimento por parte da comunidade.

Rezende (2012) ao discutir o ponto de inflexão do turismo a partir de Donaldson (2007), traz à baila sob quais as condições o turismo pode reduzir a pobreza, ou seja, como o turismo pode objetivar outros resultados, menos econômicos e mais sociais. Este modo de exploração turística é extremamente questionado atualmente abrindo discussões e gerando reflexões entre estudiosos do tema, sobre outras formas de desenvolvimento desta atividade, conseqüentemente, surgindo o que está sendo chamado de mais um eixo do turismo denominado turismo de base comunitária que basicamente é centrado na comunidade, como sugere Coriolano (2006). Nessa perspectiva, vislumbra-se a discussão de como a participação da comunidade na produção de artesanatos pode promover melhoria da qualidade de vida?

2 O turismo de base comunitária: aportes conceituais.

São diversas as abordagens e perspectivas acerca do turismo de base comunitária, não trazendo, portanto, um consenso conceitual que se possam repousar todas as expectativas que

se tem como possibilidade de desenvolvimento local (BLACKSTOCK, 2005; BROHMAN, 1996; ERTUNA; KIRBAS, 2012). O turismo de base comunitária pode ser definido de várias formas, diferenciando-se basicamente no grau de envolvimento ou nível de participação da comunidade. Segundo (GIAMPICCOLI; KALIS, 2012) o conceito do Turismo de Base Comunitária pode ser remontado e associado a partir das abordagens de desenvolvimento alternativo formulado nos anos de 1970 quando se preocupava com questões que iam além de razões estritamente econômicas como o empoderamento e a autoconfiança.

Na perspectiva de Coriolano (2006) o turismo comunitário é aquele em que as comunidades de forma associativa organizam arranjos produtivos locais, possuindo o controle efetivo das terras e das atividades econômicas associadas à exploração do turismo. Neste contexto, o turismo de base comunitária é realizado de forma integrada às demais atividades econômicas, com iniciativas que fortalecem a agricultura, a pesca e o artesanato, dentre outras atividades. O desenvolvimento do turismo de base comunitária é orientado para fortalecer instituições destinadas a aumentar a participação local e promover o desenvolvimento econômico, social e cultural, bem-estar da maioria popular. Como também buscar uma abordagem de equilíbrio e harmonia em direção ao desenvolvimento que compatibiliza várias formas de desenvolvimento com outros componentes da economia local, a qualidade de desenvolvimento, tanto culturalmente e ambientalmente, e as necessidades divergentes, interesses, e potenciais da comunidade e de seus habitantes (BROHMAN, 1996).

Nesse contexto, Brohman (1996) aponta que o turismo poderia ser avaliado na medida em que seja integrado aos objetivos mais amplos das comunidades locais existentes, tanto quanto os meios pelos quais os investimentos e as receitas relacionados ao turismo têm sido utilizados para beneficiar aquelas comunidades. Assim, o Turismo de Base Comunitária (TBC) configura-se como alternativa econômica para comunidades que, por um lado, possuem desvantagens socioeconômicas, mas por outro, preocupam-se com a conservação da biodiversidade e dos aspectos culturais que as compõem.

O turismo de base comunitária, desse modo, é o resultado de um processo de conscientização da comunidade, onde a união, a cooperação e o espírito de cooperação são apresentados pelos moradores como elementos fundamentais para a construção deste modelo "diferenciado" de turismo (IRVING; AZEVEDO, 2002). Sob esse prisma Irving (2009) diz que turismo de base comunitária ficou por muito tempo nos "bastidores" das discussões dos pesquisadores por conta de seu sentido marginal, periférico e até mesmo romântico diante das perspectivas de um mercado altamente globalizado (IRVING, 2009). Nessa linha de reflexão, Sansolo e Bursztyn (2009) trazem à discussão elementos relacionais, de identidade e pertencimento das comunidades como sítios simbólicos, e dessa forma a necessidade de uma construção teórica acerca do lugar turístico como possibilidade de lugar relacional. O quadro 1 traz alguns autores que discutem sobre o TBC.

Autores	Abordagem Teórica
Marta Irving	Participação e protagonismo social; comunidade (coletividade); inclusão social.
Luzia Neide Coriolano	TBC inserido nos movimentos sociais; resistência ao modelo hegemônico do turismo; economia solidária e cooperativas; arranjos produtivos locais.
Mtur	TBC como mais um segmento turístico; tratamento da pobreza; inclusão social através do turismo.
Roberto Bartholo; Davi Sansolo; Ivan Bursztyn	Discussão centrada nos sítios simbólicos de pertencimento; desenvolvimento local como expressão do desenvolvimento desigual; turismo como um produtor do espaço desigual.

Quadro 1 – Abordagens Teóricas do Turismo de Base Comunitária.

Fonte: Adaptado de Rezende (2012)

Dentro de uma perspectiva crítica, Stettner (1993) argumenta que a comunidade é cooptada para o turismo, graças a uma ilusão do compartilhamento do poder, mas eles não têm o poder de rejeitar o turismo como uma opção de desenvolvimento. Dessa forma, o turismo de base comunitária não tem a intenção de transformação da comunidade, que começa a partir de um reconhecimento de que as correntes econômicas, políticas e sociais devem mudar.

Mitchel e Reid (2012) sugerem um *framework* utilizado para explorar o nível de integração com a comunidade no planejamento do turismo. A premissa básica deste *framework* é que esse processo deve levar a impactos ou resultados positivos e, portanto, a satisfação para os moradores locais. Os principais objetivos de desenvolvimento deste *framework* são: explorar e descrever as relações de poder, a unidade pública e a consciência coletiva de oportunidades de turismo e gestão de uma determinada comunidade; examinar como a participação pública e fatores internos e fatores externos podem determinar ou influenciar os processos de planejamento para um dado projeto de turismo e fornecer indicadores para uma avaliação rápida de resultados reais ou prováveis de um projeto de turismo, por meio de indicadores econômicos e sócio-culturais relacionados com a integração da comunidade e o seu planejamento. Uma estrutura representativa dos conceitos mais importantes, com três etapas distintas: integração, planejamento e impactos, é mostrada na figura 1.

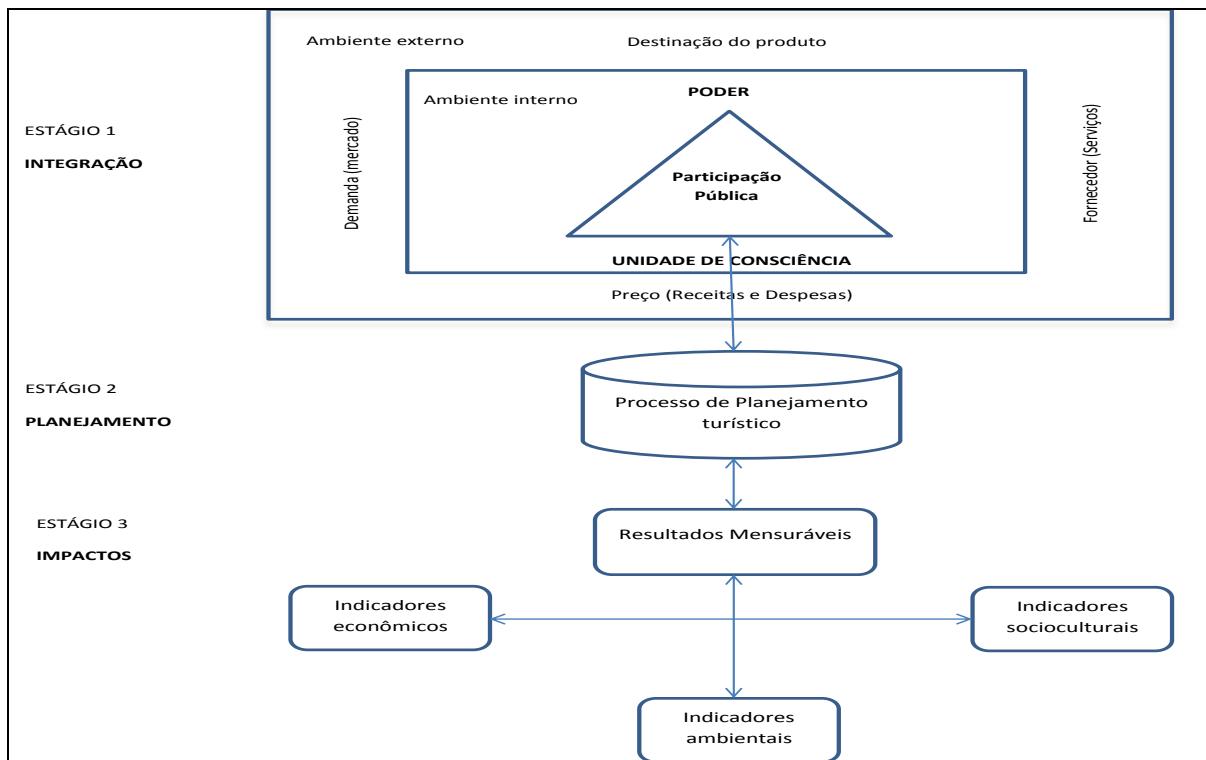


Figura 1 – Integração da Comunidade no Turismo.

Fonte: Adaptado de Mitchel (1998)

O turismo comunitário possibilita, desse modo, o contato do turista com o patrimônio comunitário e o modo de vida das comunidades autóctones. Oportuniza ainda, que visitantes conscientes entrem em contato com assuntos relacionados à conservação da natureza (sistemas ecológicos) e, ao mesmo tempo, a conservação de modos de vida tradicionais (sistemas sociais) (SAMPAIO; ZECHNER; HENRÍQUEZ, 2008). Uma característica que define o turismo de base comunitária é que o processo é gerado pelo engajamento da comunidade “de baixo para cima” para desenvolver produtos e serviços turísticos visando a implementação de uma estratégia de voltada para o turismo (HALL, 2000; MURPHY, 1985).

2.1 Abordagens contemporâneas da produção e consumo

Verifica-se no mundo contemporâneo uma transição dos padrões e produção de significados na perspectiva dos produtores, consumidores e da sociedade de um modo geral ao longo do tempo. Portanto, entender como este processo se dá é fundamental para compreender os elementos conceituais que sustentam esta transição, dessa forma o presente trabalho permite-nos entender o turismo de base comunitária como modelo alternativo de desenvolvimento e como se situa nesse contexto.

Entende-se que tais padrões e significados se subordinam à lógica capitalista que tem o lucro como elemento central. [...] o consumo é um elo final na cadeia da atividade econômica na qual o capital, na forma de dinheiro, é convertido por meio de um processo de produção de mercadorias as quais permitem a realização de lucros, os quais, retornam na forma de dinheiro, que pode ser reinvestido na produção e então iniciar a circulação de capital novamente (LEE, 1993, p. 17).

Ao tratar da modernização, Harvey (2012) indica, na perspectiva dos produtores de mercadorias em busca de dinheiro, que dependemos das necessidades e da capacidade de compra dos outros. Com efeito, os produtores têm um permanente interesse em cultivar “o excesso e a intemperança” nos outros, em alimentar “apetites imaginários” a ponto de as ideias sobre o que constitui a necessidade social serem substituídas pela “fantasia”, pelo capricho e pelo impulso (HARVEY, 2012, p. 99). Nessa linha, Harvey (2012) argumenta ainda que o produtor capitalista tem cada vez mais “o papel de alcoviteiro” entre os consumidores e seu sentido de necessidade, excitando neles “apetites mórbidos, à espreita de cada uma de suas fraquezas – tudo isso para que possa exigir o numerário pelo seu serviço de amor”.

Baudrillard (1993) traz uma reflexão acerca do consumo como lógica de significações, e nesse sentido, destaca que o “objeto” dado, empírico, na sua contingência de forma, de cor, de material, de função e de discurso, ou, se é cultural, na sua estética, esse objeto é um mito. Não é nada mais do que os diferentes tipos de relações e de significações que vêm convergir, contradizer-se, ligar-se sobre ele enquanto tal.

Na troca simbólica os objetos não se podem autonomizar nem, portanto, codificar-se como signos. Por outro lado não se inserem na troca econômica, também não podem ser alvo de sistematização em termos de mercadoria e de valor de troca. O que constitui o objeto de valor na troca simbólica é o fato de nos separarmos dele para o dar, para lançar aos pés do outro, aos olhos do outro: é o fato de nos desapossarmos dele como uma parte de nós próprios e que se constitui como significante, o qual funda sempre simultaneamente a presença de dois termos em si e a sua ausência (BAUDRILLARD, 1993). Nesse contexto, a distinção conceitual entre as necessidades e os desejos dos consumidores como abordado (FIRAT, 2003) torna claro em que base é lançada as estratégias de influências sobre a escolha do consumidor. As necessidades não são criadas pela sociedade ou pelos marqueteiros, elas existem na textura da biologia humana e condição humana, enquanto as necessidades das pessoas são poucas os seus desejos são muitos.

O desenvolvimento de formas racionais de organização social e de modos racionais de pensamento prometia a libertação das irracionalidades do mito, da religião, da superstição, liberação do uso arbitrário do poder, bem como do lado sombrio da nossa própria natureza humana (HARVEY, 2012, p. 23). Na visão de Kumar (2006) o “pós” de pós-modernidade é ambíguo. Pode significar o que vem depois, o movimento para um novo estado de coisas, por mais difícil que seja caracterizar esse estado tão cedo assim. Ou pode ser mais parecido com o *post de post-mortem*: exéquias realizadas sobre o corpo morto da modernidade, a dissecação

de um cadáver. O fim da modernidade é a ocasião de refletir sobre a experiência da modernidade; a pós-modernidade é esse estado de reflexão.

As teorias contemporâneas de marketing, do mesmo modo, têm apresentado importantes reflexões e *insights* acerca das estruturas sociais envolvidas no processo de trocas econômicas e a rede de interações de seus participantes, além de atuar como “ponte” entre a teoria e a prática (LAYTON, 2010). O chamado *macromarketing* incorpora, portanto, o sistema de marketing, os seus impactos na sociedade e os impactos da sociedade no sistema de marketing (figura 2).

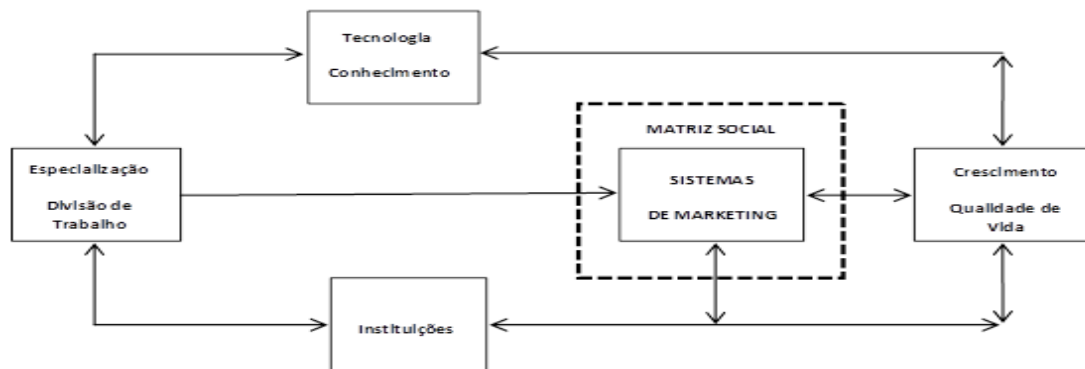


Figura 2 – Mapa Conceitual.

Fonte: Adaptado de Layton (2010).

Layton (2010) explora a interdependência entre a estrutura e a dinâmica da estrutura do sistema de marketing, a ampla relação instituição/tecnologia ou conhecimento, e os impactos resultantes do crescimento regional e nacional. O sistema de marketing provê um importante *link* entre a especialização e a divisão do trabalho e as realidades do crescimento econômico e a qualidade de vida. A coexistência de especialização e divisão de trabalho impacta na existência, também, de diversidade de bens e serviços oferecidos para comercialização onde existe comércio e seus mercados e, por conseguinte, o sistema de marketing.

Embora o crescimento econômico é tipicamente medido em termos de mudança em níveis de receitas reais *per capita*, esta é uma visão estreita de medir no estudo do sistema de marketing, onde o sucesso ou falha está preocupada com o padrão de bem estar ou qualidade de vida para os participantes e as comunidades que participam, tendo como consequência a qualidade e acessibilidade da diversificação de produtos e serviços criados pelo sistema de marketing.

3 Procedimentos Metodológicos

O presente estudo tem uma abordagem qualitativa e definida como um estudo de caso de natureza exploratória. Na pesquisa, foram utilizados os seguintes critérios, a saber: 1) Selecionaram-se as artesãs, que trabalham no Turismo de Base Comunitária do município de Santa Luzia do Itanhy; 2) Cada participante acumula pelo menos três anos de experiência na atividade artesanal; 3) As artesãs respondentes eram todas casadas com número de filhos superiores a quatro filhos. Segundo Gaskell (2008), a finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão.

Os indivíduos desenvolvem significados subjetivos de suas experiências, significados dirigidos para alguns objetos ou coisas. Tais significados são variados e múltiplos, levando o pesquisador a buscar a complexidade dos pontos de vista em vez de estreitá-los em algumas

categorias ou ideias (CRESWELL, 2010). O instrumento de coleta de dados baseou-se na entrevista semiestruturada. A escolha por este tipo particular de entrevista se deve ao fato de permitir a definição prévia de alguns tópicos que devem ser elaborados e dirigidos aos entrevistados com a finalidade de provocar e revelar possíveis distorções, além de proporcionar a apreensão da coleta de informações subjetivas e objetivas das experiências vivenciadas pelos participantes de forma espontânea e, portanto, apresentando a complexidade e contradições entre os agentes pesquisados.

No que tange à análise de dados, foi realizada uma análise de conteúdo, pois a análise de conteúdo é apenas um método de análise de texto desenvolvido dentro das ciências sociais empíricas. Embora a maior parte das análises clássicas de conteúdo culmine em descrições numéricas de algumas características do *corpus* do texto, considerável atenção está sendo dada aos “tipos”, “qualidades”, e “distinções” no texto, antes que qualquer quantificação seja feita (BAUER, 2008). Buscou-se explicitar o conteúdo das entrevistas, por meio da análise da comunicação verbal dos entrevistados: na primeira etapa, organização dos dados, aconteceu depois de realizadas às entrevistas e transcrição dos textos, por meio de leitura visando maior familiarização com os achados.

Na segunda etapa, os dados foram codificados a partir das unidades de registro. Foi realizada a exploração do material sob a forma de recortes ou fragmentos de texto, escolhidos de acordo com os preceitos teóricos achados relativos. A análise de conteúdo interpreta o texto à luz do referencial de codificação, que constitui uma seleção teórica que incorpora o objetivo da pesquisa (BAUER, 2008). As categorias de análise estão evidenciadas no quadro 2.

Dimensão	Categorias	Descrição
Objetivo	TBC e desenvolvimento local	Refere-se à expectativa da comunidade acerca do TBC a partir da participação na produção de artesanatos.
Participação e inserção	Grau de participação dos autóctones	Trata-se de avaliar o grau de envolvimento e participação da comunidade no processo de produção.
Demanda (utilitarista e simbólica)	Valor de uso e valor de troca	Busca-se compreender o caráter de uso e significado dos produtos.
Resultado	Qualidade de vida dos autóctones	Pretende-se avaliar a melhoria de vida dos artesãos a partir da sua participação na produção de artesanatos.

Quadro 2 – Categorias de Análise.

Fonte: Elaborado pelo autor

Na terceira etapa se fez a categorização. Diversas considerações entram em jogo na construção de um referencial ou sistemas de categorias: a natureza das categorias, os tipos de variáveis de código, os princípios organizadores do referencial de codificação, o processo de codificação e o treinamento para codificação (BAUER, 2008). Foram transcritas todas as entrevistas realizadas nesta pesquisa. Conforme Merriam (1998), a análise de dados propicia o significado do material coletado indutivamente, entre o processo de descrição e interpretação dos achados da investigação, oriundos de descrição, temas ou categorias.

Foi utilizada a Análise de Discurso (AD), conforme Gill (2008, p. 245) “a convicção de que o conhecimento é socialmente construído, isto é, que nossas maneiras atuais de compreender o mundo são determinadas não pela natureza do mundo em si mesmo, mas pelos processos sociais”. A perspectiva interpretativista enfatiza a importância dos significados subjetivos e sociopolíticos, assim como as ações simbólicas na forma como as pessoas constroem e reconstróem a própria realidade. A realidade é reproduzida por meio de interações sociais; ela não é algo “dado”, à espera de uma descoberta (ORLIKOWSKI; BAROUDI, 1991).

Para dar maior credibilidade e validade aos resultados da pesquisa, optou-se pela triangulação dos dados coletados, uma vez que ela reduz a interpretação errônea, pelo uso de múltiplas

percepções no intuito de clarificar seus achados (STAKE, 2000). Foram entrevistados 1 (um) representante da ONG/IPTI (C1), 4 artesãs (A1, A2, A3 e A4), 1 (um) líder comunitário (L1).

4 Análise, Discussão e Síntese dos Resultados

Neste item do artigo, é apresentada a descrição do caso, com ênfase na temática do processo de produção de artesanatos do turismo de base comunitária adotado no município de Santa Luiza do Itanhy. Foram apontados pelos respondentes na análise dos resultados os aspectos importantes do processo de produção de artesanatos, bem como os seus fatores críticos e limitadores. Dentre os aspectos importantes foram salientados pelos entrevistados a oportunidade de melhoria de vida e de qualidade de vida após terem iniciado a sua participação na produção de artesanatos. Os aspectos que foram apontados pelos entrevistados como fatores críticos foram: as condições físicas, de infraestrutura e de segurança do local de produção.

O município analisado foi o de Santa Luzia do Itanhy, localizado ao sul do Estado de Sergipe, responde pelo penúltimo IDH do Estado de Sergipe (0,545), segundo o PNUD, e possui 14.500 habitantes. A Organização Não Governamental denominada Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI), em parceria com a Secretaria de Estado do Turismo do Estado de Sergipe, iniciou o projeto de Turismo de Base Comunitária naquela localidade que em sua fase inicial contemplou o projeto de gestão participativa e o programa *Cultura em Foco*. O programa *Cultura em Foco*, em linhas gerais, é responsável pela produção e comercialização das peças artesanais que são realizadas pelos artesãos residentes no município de Santa Luzia do Itanhy.

4.2 Análise dos Resultados

Confrontaram-se as informações obtidas pelas entrevistas com a fundamentação teórica realizada, no intuito de analisar aspectos convergentes entre o discurso de desenvolvimento local alternativo do turismo de base comunitária e como se verifica este processo na prática, por meio da participação dos autóctones na produção de artesanatos locais. Os resultados foram divididos quanto às categorias temáticas. A análise dos dados indicou que os entrevistados, no geral, veem a sua participação no processo de produção de artesanatos como uma “oportunidade” de gerar uma renda adicional, ampliar seus conhecimentos, e contribuir de forma significativa para a qualidade de vida.

4.2.1 Objetivos do programa *Cultura em Foco*

A proposta de discutir esta dimensão foi a de entender como os moradores perceberam o objetivo deste programa, quais eram as suas motivações e expectativas ao participarem da produção de artesanatos. Ficou evidenciado na maioria dos entrevistados, entretanto, que o objetivo foi ficando claro na medida em que o programa foi avançando com o decorrer do tempo. O objetivo apontado por C1 apresenta-se na mesma direção do que preconiza em linhas gerais o TBC, “promover o aumento da ocupação e renda, e garantir a autosustentabilidade das atividades praticadas pelos artesãos de Santa Luzia do Itanhy, qualificando a produção artesanal local com base na valorização dos elementos culturais desta região”.

Giampiccoli e Kalis (2012) coloca o turismo de base comunitária como uma estratégia capaz de promover a conservação dos recursos naturais e o desenvolvimento da comunidade em direção a mais oportunidades para a melhoria dos meios de subsistência da comunidade, prover fontes alternativas de rendas em áreas rurais, e abrir uma variedade de oportunidades de emprego baseado em conhecimento, sobretudo para as mulheres. As artesãs de um modo

geral demonstraram acreditar no programa e revelaram alguns dos motivos que a levaram a sua participação, a artesã A1 disse que:

[...] Eu já tinha um sonho de ser artesã... (rindo enquanto falava) dependendo só de mim mesmo [...] tinha na cajazeira um curso de *crochê*... (sorrindo)... minha vó me ensinou a fazer *crochê*...eles (IPTI) descobriram a gente lá para fazer o curso no Crastro [...] nós fomos convidados...no início a gente não ganhava nada [...].

4.2.2 Participação e inserção da comunidade no processo de produção de artesanatos

Buscou-se entender nesta categoria como se dá a efetiva participação da comunidade, o que caracteriza o TBC, na concepção e produção dos artesanatos. Verifica-se que houve flutuações no que refere à quantidade de pessoas que participam ou participaram ao longo do tempo. O principal protagonista deste processo, que idealizou e alavancou este programa, é a Organização Não Governamental denominada Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI).

Para Ertuna e Kirbas (2012) o ativo envolvimento e participação dos residentes no processo de desenvolvimento do turismo é pré-requisito para o alcance dos objetivos de sustentabilidade e melhoria do bem-estar geral da comunidade. Observa-se o discurso de C1 o programa *Cultura em Foco* desenvolvido pelo IPTI, que diz o seguinte:

[...] o *cultura em foco* promove a inclusão socioeconômica da população de baixa renda por meio da consolidação de um modelo inovador, diferenciado e replicável baseado no princípio de economia criativa adaptado a pequenos empreendimentos. [...] a eficiência do programa foi comprovada tanto na forma como propõe a interação *design* e artesanato, quanto na qualidade dos produtos gerados, na inserção social da população local de beneficiados, nas práticas sustentáveis e no modelo de negócio.

Registrou-se que de uma forma geral há uma percepção de baixa adesão ao programa *Cultura em Foco*, devido, sobretudo, às incertezas de ganhos e benefícios para a comunidade. Algumas poucas artesãs que acreditaram no programa já experimentam pequenos ganhos que representam melhoria da sua qualidade de vida. A artesã A2 disse que

Eu tava querendo *desisti*...fiquei permanente aqui...vai fazer três anos...tinha mais gente só que as pessoas não *tinha* muita fé...o povo não *acredito* só a gente... no início é sempre mais fraquinho...a gente foi permanente...tinha quase um ano sem receber...a gente ficou [...] a gente permaneceu...a gente acreditou...vai dar tudo certo.

4.2.3 Natureza da Demanda (Utilitária ou Simbólica)

Intenta-se nesta categoria captar a percepção dos entrevistados quanto à significação de uso e de valor dos produtos produzidos e comercializados. Confrontam-se aqui diferentes percepções acerca das suas significações. Quanto à natureza da demanda dos artesanatos produzidos, ou seja, atendem ou destinam a uma demanda utilitária ou simbólica. Como disse Baudrillard (1995, p. 19),

nunca há lugar, portanto, para estabelecer um repertório de objetos e de significações sociais ligadas a esses objetos: um código que, na ocorrência, não valeria mais que uma chave de sonhos. É certo que os objetos são portadores de significações sociais indexadas, portadores de uma hierarquia cultural e social – e isto no menor dos seus pormenores: forma, material, cor, duração, disposição no espaço etc. – numa palavra código.

Desse modo, acerca das significações dos artesanatos, foi possível constatar que os produtos apresentam *design* contemporâneo com inserção de técnicas artesanais que se destinam a uma

demanda utilitária, porém concebidos a partir de referências simbólicas identificadas por meio do levantamento *iconográfico* produzido pelo projeto. A intervenção na comunidade só se deu após a conclusão e análise, por parte da coordenação do levantamento *iconográfico*. O levantamento foi feito com base na metodologia do Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) e as fichas correspondem às diversas modalidades, por meio das quais os patrimônios materiais e imateriais se manifestam: celebrações, edificações, lugares, ofícios e modos de fazer, formas de expressão e recursos ambientais e paisagens.

Mas por outro lado, percebe-se que as artesãs desconhecem o caráter simbólico que os produtos artesanais carregam em si, e o valor real do seu trabalho e do seu produto, e que de algum modo despertam o interesse dos compradores nacionais e internacionais.

L1: O pessoal *compra* pra *usa*...abajur, cortina, passadeira...eu trabalhava com esteira ...aprendi um *design*...que trouxeram pra nós...o pessoal de São Paulo trouxe isso pra gente...antes a gente usava a pindoba pra *faze* vassoura...as palhas a gente queimava tudo...

A1: [...] a gente antes não enxergava utilidade nenhuma... como utilidade de nada (a matéria prima)...essa mata toda a gente jogava fora (risos)...isso tudo é daqui...isso é um produto que vem da natureza...antes a gente não dava valor de nada...ainda hoje tem gente que queima...

4.2.4 Resultados obtidos (qualidade de vida)

Percebem-se diferentes visões dos resultados obtidos com a participação da comunidade na produção das peças artesanais no que tange à melhoria da qualidade de vida das artesãs. Mas de modo geral, constata-se que dentre os principais resultados produzidos por esta iniciativa estão: profissionalização, autonomia e *empoderamento* dos artesãos; criação de produtos gerados de forma sustentável, com alto valor agregado, confeccionados por meio de técnica artesanais, e que se inserem uma vertente de design brasileiro contemporâneo; criação de uma associação dos artesãos beneficiados pelo projeto, denominado Associação Cultura em Foco de Santa Luzia do Itanhy; aumento da renda média dos artesãos envolvidos; aumento do número de pessoas empregadas em atividade criativa, aproximadamente 60 (sessenta) postos abertos para o artesanato; aumento do valor agregado dos produtos; ampliação do mercado de inserção de produtos criativos: prospectados 11 (onze) canais de distribuição e comercialização; apreensão de novas técnicas pelo grupo de beneficiários; favorecimento de uma visão empreendedora do grupo de beneficiários; estímulo da formação de grupos colaborativos e com competências acessórias; promoção e disseminação de valores relacionados às práticas de desenvolvimento sustentável e mudança de percepção dos indivíduos sobre os valores do seu meio.

L1: [...] realmente tá valendo a pena...eu creio que quando a gente tem esperança tudo dá certo...

A3: A gente recebe R\$ 300, 00 pra gente não *fica* parado...a depender do que *produzi* a gente pode *ganha* mais...

A4: [...] no início a gente pagava para vir pra cá...é R\$ 6,00 por dia...agora no momento melhorou mais um pouco a gente trabalhando ou não trabalhando a gente recebe R\$ 300,00, fora a produção que a gente produz...também queria um *custo de vida* melhor...eu tenho essa fé...a gente tá aqui até hoje por que a gente *persistimo*.

Os resultados atingidos com a participação dos moradores do município de Santa Luzia do Itanhy no que tange a qualidade de vida foram favoráveis e representaram uma melhora significativa na medida em que foram elevados os ganhos de renda dessas famílias, além da

evolução do nível de oportunidades, da aprendizagem de técnicas de produção de artesanato (novos *designs*) e da consciência ambiental.

5 Considerações Finais

O presente trabalho procurou analisar como se processa a participação dos residentes do município de Santa Luzia do Itanhy do Estado de Sergipe, integrado ao turismo de base comunitária e identificar como foram os avanços da qualidade de vida dessas pessoas. Dessa forma, via análise teórica e dos dados empíricos levantados, fizeram-se algumas considerações de forma a responder a pergunta norteadora da pesquisa, ou seja, como a participação dos moradores da comunidade no processo de produção de artesanatos locais pode promover a qualidade de vida.

O presente trabalho buscou apresentar os principais pontos de convergência entre o turismo de base comunitária e as reflexões críticas teóricas acerca do processo de produção e consumo na contemporaneidade e suas transformações, e como abordagens e discursos do TBC, enquanto alternativa, configuram-se em uma resposta efetiva das ações direcionadas ao desenvolvimento local.

O referencial teórico apresentado traz um resgate analítico que insere as principais abordagens do turismo de base comunitária que lança luz ao *mainstream* das propostas do TBC na perspectiva de inserção social, redução da pobreza, sítios simbólicos, dentre outras abordagens, trazendo novas reflexões para o desenvolvimento local a partir reflexões da produção e consumo de autores críticos do modelo dominante de exploração do capital como elementos fundamentais para a compreensão deste processo. Ao trazeremos à baila o turismo de base comunitária na perspectiva da produção está implícita a importância do engajamento dos moradores e de suas estruturas sociais no que refere dimensões como: empoderamento, confiança, participação e desenvolvimento local. Não obstante as conquistas e os resultados relatados pelas artesãs constata-se que há um hiato entre os discursos dos atores que lideram este processo e as artesãs no sentido mais amplo das possibilidades e dos potenciais ganhos, pois o processo demonstra uma fragmentação da cadeia de produção e comercialização.

As reflexões críticas apontam para uma reorientação do TBC no sentido de se buscar uma inserção mais ampliada do ponto de vista qualitativo e de participação mais efetiva no processo de compartilhamento de poder e de tomada de decisão nas fases de planejamento e implementação das atividades voltadas para a economia do turismo. Portanto, o desafio do turismo de base comunitária concentra-se não só na confluência de perspectivas apresentadas como alternativas, mas, sobretudo, da tomada de consciência crítica do modelo de dominação que impõe às comunidades e a sociedade às demandas de mercado como regentes desse processo. Essas iniciativas são viáveis na medida em que há uma perspectiva de ressignificação das relações sociais estabelecidas entre os autóctones e os demais agentes aos paradigmas do *mainstream* com fortes heranças instrumentais.

6 Referências

- BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.
- BAUER, M. W.; GASKEL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2008.
- BLACKSTOCK, K. **A critical look at community based tourism**. Community Development Journal Vol 40 No 1, 2005.

- BRAUDILLARD, J. Para uma crítica da economia política de signos. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BROHMAN, J. **New directions in tourism for third world development.** Annals of Tourism Research, Vol. 23, No. 1, pp. 48-70, 1996.
- CORIOLOANO, L. N. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza.** São Paulo: Annablume, 2006.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** Porto Alegre: Artmed, 2010.
- ERTUNA, B.; KIRBAS, G. **Local community involvement in rural tourism development: the case of Kastamonu, Turkey.** Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 10, No. Special Issue, pp. 17-24, 2012.
- FIRAT, A. F.; DHOLAKIA, N. Consuming people: from political economy to theaters of consumption. London: Routledge, 2003.
- GIAMPICCOLI, A.; KALIS, J. H. **Community-based tourism and local culture: the case of the amaMpondo.** Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 10 No. 1, pp. 173-188, 2012.
- HALL, C. M. **Tourism planning: Policies, processes and relationships.** Harlow, England: Prentice Press, 2000.
- HARVEY, D. **Condição Pós-moderna.** 22ª. Ed. São Paulo: Loyola, 2012.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens.** São Paulo: Aleph, 2009.
- IRVING, M. A. Reinventando a reflexão sobre o turismo de base comunitária: inovar é possível? In: BARTHOLO, R.; SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Rio de Janeiro: Letra e Imagem, p. 108-121, 2009.
- IRVING, M. A.; AZEVEDO, J. Refletindo sobre o turismo como mecanismo de desenvolvimento local. **Revista de Desenvolvimento Econômico - RDE.** Salvador, ano IV, n. 7, p. 69-74, dez/2002.
- IRVING, M. A. **Participação - questão central na sustentabilidade de projetos de desenvolvimento.** In: Turismo: o desafio da sustentabilidade. IRVING, M. A.; AZEVEDO, Julia. São Paulo: Futura, p. 35-45, 2002a.
- LEE, M. J. Consumer culture reborn: the cultural politics of consumption. New York: Routledge, 1993.
- LAYTON, R. A. Marketing Systems, Macromarketing and the Quality of Life. In: Maclaren *et al.* The Sage handbook of marketing theory. London: Sage Publications, p.415-439, 2010.
- MITCHEL, R. E.; REID, D. G. **Community integration: Island tourism in Peru.** **Annals of Tourism Research.** Disponível em: http://www.infoandina.org/sites/default/files/recursos/Community_tourism.pdf. Acesso em: 29 dez. 2012.
- MITCHEL, R. E. **Community Integration in Ecotourism: A Comparative Case Study of Two Communities in Peru.** MS Thesis in Rural Planning and Development. Ontário: University of Guelph, 1998.
- MURPHY, P. **Tourism: A Community Approach.** New York: Methuen, 1985.
- OKASAKI, E. **A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use.** Journal of Sustainable Tourism, Vol. 16, No. 5, 2008.
- ORLIKOWSKI, W. BAROUDI, J. **Studying information technology in organizations: research approaches and assumptions.** Information Systems Research, v. 2, no. 1, pp. 1-28, 1991.
- REZENDE, R. O. **Abordagens teóricas sobre o turismo comunitário.** In: CORIOLOANO, L.N. Turismo, território e conflitos imobiliários. Fortaleza: EdUECE, 2012.
- SAMPAIO, C. A. C.; ZECHNER, T. C.; HENRÍQUEZ, C. “Pensando o conceito de turismo comunitário a partir de experiências brasileiras, chilenas e costarriquenha”. In: II Seminário Internacional de Turismo Sustentável (SITS), 12 a 15 de maio de 2008, Fortaleza (CE). **Anais...**, Fortaleza: 2008.
- SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. Turismo de Base Comunitária – Potencialidades no Espaço Rural Brasileiro. In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.
- STETTNER, A. C. Commodity or community? Sustainable development in mountain resorts, *Tourism Recreation Research*, 18 (1), pp. 3–10, 1993.
- YIN, R. **Um estudo de caso: planejamento e métodos.** Porto Alegre: Bookman, 2001.