

**FLÁVIA KICH FONSECA
KAREN GRAZIELE FURLAN BASSO**

**ASPECTOS DA CULTURA DE MORRETES – FANDANGO E ARTESANATO –
COMO FATORES DE ATRAÇÃO TURÍSTICA**

**CURITIBA
2003**

**FLÁVIA KICH FONSECA
KAREN GRAZIELE FURLAN BASSO**

**ASPECTOS DA CULTURA DE MORRETES – FANDANGO E ARTESANATO –
COMO FATORES DE ATRAÇÃO TURÍSTICA**

Trabalho de Graduação apresentado às disciplinas de Orientação de Projeto de Turismo em Planejamento Turístico e Projeto de Turismo em Planejamento turístico, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Turismo – ênfase em Planejamento Turístico, Departamento de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná

Orientadora: Prof. Deise M. Fernandes Bezerra

**CURITIBA
2003**

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO DE PROJETO

Título: Aspectos da Cultura de Morretes – Fandango e Artesanato – Como Fatores de Atração Turística

Autor: Flávia Kich Fonseca e Karen G. Furlan Basso.

Resumo: Este trabalho apresenta uma proposta para a otimização do aproveitamento do fandango e do artesanato local para o turismo no município de Morretes, no Paraná. A proposta envolve três ações: trabalho de conscientização, implementação de um equipamento de lazer e incentivo cultural – Casa do Fandango - e criação de um Selo para os produtos artesanais produzidos no município, denominado *Ô de Casa!*.

Instituição: Universidade Federal do Paraná.

Localidade: Curitiba.

Data: março de 2003.

Dedicamos este trabalho a todos os artesãos; a todos que participaram, seja dançando ou tocando, ou participam do fandango; a todos os pesquisadores que se dedicam às mais diferentes causas que envolvem as manifestações culturais paranaenses; e à memória da Professora Helmosa Salomão Richter, por sua inspiradora dedicação ao fandango em Morretes.

AGRADECIMENTOS

Nossos mais sinceros agradecimentos:

Ao professor e pesquisador Inami Custódio Pinto.

À nossa orientadora e professora Deise Maria Fernandes Bezerra, pelo carinho e paciência em acompanhar e realizar todas as revisões do estudo e pelo exemplo de dedicação profissional.

A toda a Secretaria de Turismo e de Cultura de Morretes, pela atenção e por todas as informações cedidas.

A Dona Elza e Beto Paiff, pela cordialidade e boa vontade em dividir conosco detalhes da produção artesanal de Morretes.

Ao Professor Pakho, por estar sempre pronto a ouvir nossas lamentações.

A nossos amigos e familiares, pela paciência em escutar durante alguns meses os mesmos assuntos.

Aos nossos pais, pelo apoio moral e financeiro de nos manter nesta cidade até a finalização do projeto e do Curso de Turismo.

E finalmente a Deus, por permitir que tudo ocorresse muito bem até este momento.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS.....	vii
INTRODUÇÃO.....	01
JUSTIFICATIVA.....	04
OBJETIVOS.....	06
1 TURISMO CULTURAL	08
1.1 CULTURA	08
1.2 PATRIMÔNIO CULTURAL	09
1.3 IDENTIDADE E MEMÓRIA	10
1.4 FOLCLORE E CULTURA POPULAR.....	11
1.5 TURISMO CULTURAL.....	13
2 PLANEJAMENTO SUSTENTÁVEL DOS ATRATIVOS	16
2.1 PLANEJAMENTO SUSTENTÁVEL.....	16
2.2 ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	18
2.3 MANIFESTAÇÕES E USOS TRADICIONAIS E POPULARES.....	21
2.3.1 Fandango.....	21
2.3.2 Artesanato.....	26
3 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA.....	34
3.1 O MUNICÍPIO DE MORRETES E O TURISMO	34
3.2 FANDANGO EM MORRETES.....	39
3.3 ARTESANATO EM MORRETES.....	41
4 RESULTADOS DA PESQUISA REALIZADA.....	43
4.1 SEGUNDA ETAPA - ENTREVISTAS REGISTRADAS	43
4.1.1 Metodologia.....	44
4.1.2 Resultados	44
4.2 TERCEIRA ETAPA - QUESTIONÁRIOS APLICADOS	48
4.2.1 Pesquisa com a comunidade de Morretes	49
4.2.1.1 Metodologia.....	49
4.2.1.2 Resultados obtidos referentes ao fandango	49
4.2.1.3 Resultados obtidos referentes ao artesanato	53
4.2.2 Pesquisa com os turistas de Morretes	58
4.2.2.1 Metodologia.....	59
4.2.2.2 Caracterização dos turistas entrevistados	59
4.2.2.3 Resultados obtidos referentes ao fandango	60
4.2.2.4 Resultados obtidos referentes ao artesanato	64
4.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
5 PROPOSTA DO PROGRAMA DE INCENTIVO AO FANDANGO E	
ARTESANATO PARA O APROVEITAMENTO TURÍSTICO – FANDARTE	70
5.1 PROPOSTA 1 – CONSCIENTIZAÇÃO.....	70
5.1.1 Metodologia.....	72
5.1.2 Custos referentes à proposta 1.....	74
5.2 PROPOSTA 2 – SELO “Ô DE CASA!” PARA O ARTESANATO LOCAL.....	77
5.2.1 Custos referentes à proposta 2.....	78
5.3 PROPOSTA 3 – CASA DO FANDANGO.....	79

5.3 PROPOSTA 3 – CASA DO FANDANGO.....	79
5.3.1 Custos referentes à proposta 3.....	82
5.4 OPERACIONALIZAÇÃO.....	83
5.5 RECURSOS FINANCEIROS	84
CONCLUSÃO	86
REFERÊNCIAS	88
BIBLIOGRAFIA.....	90
ANEXOS.....	94

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1	- FOTO DO CONJUNTO MARUMBI.....	35
FIGURA 2	- FOTO DO RIO NHUNDIAQUARA.....	35
FIGURA 3	- FOTO DO CASARIO COLONIAL.....	36
MAPA 1	- VIAS DE ACESSO AO MUNICÍPIO.....	38
GRÁFICO 4.1	- INTERESSE DOS ENTREVISTADOS QUE NÃO CONHECEM O FANDANGO – DEZ 2002 E JAN 2003.....	50
GRÁFICO 4.2	- OPINIÃO DA COMUNIDADE SOBRE AS APRESENTAÇÕES DE FANDANGO – MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003.....	50
GRÁFICO 4.3	- DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS QUE NÃO CONHECEM A FORMA COMO O FANDANGO VEM SENDO REALIZADO EM MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003.....	51
GRÁFICO 4.4	- DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS QUE NÃO CONHECEM A FORMA COMO O FANDANGO VEM SENDO REALIZADO EM MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003.....	52
GRÁFICO 4.5	- DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS QUE CONHECEM A ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DE MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003.....	54
GRÁFICO 4.6	- OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS QUANTO À QUALIDADE DO ARTESANATO VENDIDO EM MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003...	55
GRÁFICO 4.7	- OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS QUANTO À DIVERSIFICAÇÃO DO ARTESANATO VENDIDO EM MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003...	56
GRÁFICO 4.8	- OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS QUANTO À COMERCIALIZAÇÃO DE ARTESANATO IMPORTADO/ EXÓTICO EM MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003.....	57
GRÁFICO 4.9	- OPINIÃO SOBRE APRESENTAÇÃO DE FANDANGO - MORRETES - DEZ 2002.....	62
GRÁFICO 4.10-	REGULARIZAÇÃO DAS APRESENTAÇÕES DE FANDANGO - MORRETES - DEZ 2002.....	63
GRÁFICO 4.11-	TURISTAS QUE RETORNARIAM PARA ASSISTIR AO FANDANGO - MORRETES - DEZ 2002.....	63
GRÁFICO 4.12-	FACILIDADE DO TURISTA EM ENCONTRAR PEÇAS ARTESANAIS...	65
GRÁFICO 4.13-	SATISFAÇÃO DOS TURISTAS COM O ARTESANATO LOCAL.....	66
GRÁFICO 4.14-	DIVERSIFICAÇÃO DO ARTESANATO LOCAL.....	66
GRÁFICO 4.15-	ÍNDICE DE PRODUTOS ARTESANAIS CITADOS PELOS TURISTAS - MORRETES - DEZ 2002.....	67
QUADRO 1	- PRINCIPAIS ASPECTOS DA PROPOSTA 1 DO FANDARTE.....	76
QUADRO 2	- PRINCIPAIS ASPECTOS DA PROPOSTA 2 DO FANDARTE.....	79
QUADRO 3	- PRINCIPAIS ASPECTOS DA PROPOSTA 3 DO FANDARTE.....	83

INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que se consolidou no século XX, e está adquirindo proporções cada vez maiores dentro da conjuntura atual, marcada pela mundialização. A facilidade e a velocidade com que as informações são transmitidas faz com que as distâncias pareçam cada vez menores, provocando a curiosidade e o desejo de fuga no homem contemporâneo.

No Brasil, a atividade turística ainda está em fase de desenvolvimento, porém a sua política de turismo atual tem corroborado, através de programas de desenvolvimento e incentivo, para a sua implementação planejada e para o aumento do fluxo de turistas para o país.

Nos lugares onde se desenvolve, o turismo constitui-se em uma atividade de grande importância por interferir e exercer influências econômicas, sociais, ambientais e culturais. Por ser uma atividade multidisciplinar que atinge direta ou indiretamente todas as esferas científicas, ela necessita de um planejamento que garanta a sustentabilidade dos recursos que utiliza. Este planejamento é a ferramenta que ordena a atividade turística e garante inúmeros benefícios para a comunidade autóctone, desenvolvendo a qualidade de vida, despertando o interesse de seus cidadãos para a preservação do meio ambiente e de sua identidade, além de atrair investimentos, recursos financeiros e aumentar a oferta de empregos.

A busca pelo aproveitamento do tempo livre, a fuga da rotina, o desejo de estar em contato com a natureza, com a vida no campo, de conhecer diferentes costumes, auferir novos conhecimentos, captar novos negócios, enfim, são diversas as motivações que levam um indivíduo a se deslocar de seu lugar de origem a uma diferente localidade. Muitas destas motivações definem segmentos do mercado turístico, entre eles o do turismo cultural, que se entende por aquele cujo principal atrativo seja algum aspecto da cultura de um povo. Assim, o legado cultural se bem trabalhado, pode atrair um público diferenciado para determinada região.

Quando se trabalha as manifestações culturais como atrativo turístico, se ajuda a recuperar a memória e a identidade da comunidade local, garantindo um

equilíbrio saudável entre o desenvolvimento da cultura local com a atividade turística.

Em Morretes o turismo começou a apresentar maior expressão na década de 80, porém é importante salientar que ela sempre foi uma cidade de passagem, onde muitos viajantes paravam para descansar e estabeleciam comércio entre os portos de Paranaguá e Antonina e a capital da província, tanto no Ciclo do Ouro quanto do Mate. É inegável, portanto, a vocação do município para o turismo, tanto por sua localização – pois se situa entre a Capital e o litoral do Paraná - como por seus aspectos históricos, seu exuberante patrimônio natural composto pela Mata Atlântica, e o seu rico legado cultural, tendo na gastronomia, com o *barreado*, um dos mais importantes fatores de atração turística.

Diante de todo o potencial do município, este trabalho tem como tema o turismo cultural e manifestações populares, uma vez que é cada vez mais necessário buscar alternativas para seu maior aproveitamento e exploração. Partindo-se do problema do baixo aproveitamento do potencial turístico do fandango e do artesanato pelo município, buscou-se ampliar sua utilização visando melhor aproveitá-lo de modo sustentável, garantindo assim sua conservação.

Acredita-se que a valorização das manifestações culturais do fandango e do artesanato deverá fortalecer sua divulgação e trazer benefícios facilitando sua consolidação como atrativo e produto turístico (no caso das peças artesanais), pois ao se criar meios de incentivo ao resgate do fandango, se conserva e fortalece a identidade de Morretes, agregando valor ao produto turístico do município, principalmente no segmento do turismo cultural. Em relação ao artesanato, a principal hipótese que todo o trabalho busca *solucionar* é a concorrência desleal entre os produtos artesanais locais e os importados. É necessária uma alternativa para fortalecer os artesãos e colocá-los de forma mais efetiva dentro do mercado turístico de Morretes, sem descaracterizar a autenticidade de seu trabalho e sem intervenções.

Portanto, este trabalho denominado **Aspectos da Cultura de Morretes – Fandango e Artesanato – Como Fatores de Atração Turística** busca apresentar propostas que incentivem o desenvolvimento do fandango e do artesanato do município de Morretes a partir da análise de seu potencial, seu uso e sua situação atual frente a atividade turística do município.

Na próxima seção do presente trabalho apresenta-se a justificativa para a realização destas propostas, seguida de seus objetivos.

No capítulo 1 é apresentada a conceituação do tema abordado pelo trabalho, que envolve o conceito de cultura, patrimônio cultural, identidade, memória, cultura popular e turismo cultural.

Buscando apresentar os princípios que regem as propostas deste trabalho o capítulo 2 também delimita conceitos para planejamento sustentável e atrativos turísticos, caracterizando enfim, os objetos de pesquisa abordados que são o fandango e o artesanato.

O ambiente da pesquisa é apresentado e diagnosticado do ponto de vista turístico no capítulo 3, onde também são analisados o fandango e o artesanato dentro do município de Morretes.

No capítulo 4 são apresentados os principais resultados obtidos através da pesquisa, comentando-se sobre a metodologia utilizada e o período em que foi aplicada.

E finalmente, no capítulo 5, são apresentadas as propostas para o incentivo do desenvolvimento do fandango e do artesanato como atrativos culturais no município de Morretes.

JUSTIFICATIVA

A idéia de se elaborar o presente trabalho surgiu a partir dos estudos e do levantamento feito para a realização de um diagnóstico turístico do município de Morretes, que resultou em um Plano de Desenvolvimento Turístico elaborado no segundo semestre de 2002, para a disciplina de Planejamento Turístico da Universidade Federal do Paraná. Através desse diagnóstico foi verificado que o turismo cultural no município possui um grande potencial frente à riqueza de sua cultura, porém os aspectos culturais referentes ao fandango e ao artesanato local apresentam a necessidade de alternativas que otimizem seu aproveitamento turístico.

A identificação desse potencial e de alguns problemas concernentes à utilização de ambas as manifestações foram a mola propulsora para a realização de um estudo mais aprofundado sobre suas características e sobre sua atual utilização para o turismo. Este trabalho justifica-se, portanto, pela busca de propostas que visam fortalecer o turismo cultural em Morretes através de uma integração mais expressiva do artesanato e do fandango como atrativo turístico, utilizando-os sustentavelmente, de maneira que se conservem suas principais características e atraiam fluxo.

Com relação ao patrimônio cultural, deve-se considerar seu significado na oferta turística, pois seu conteúdo e seus aspectos compõem atrativos turísticos. Neste caso, o patrocínio público e privado na abertura e conservação de espaços culturais, a existência de políticas oficiais de preservação e conservação do patrimônio cultural no município e a existência de consciência social e pública sobre a memória coletiva regional são fundamentais. Os locais que se caracterizam por ter uma população autóctone com raízes culturais muito profundas, “devem merecer atenção maior porquanto são mais propensos a receber um impacto mais significativo” (BENI, 1998, p.247). Assim como são mais propensos a impactos negativos, possuem elementos de atração turística que estão constantemente produzindo expressões e atividades que servem de motivadores aos turistas. O artesanato, a gastronomia, a arte, a música e a dança são características marcantes do município, que se bem divulgadas e exploradas turisticamente podem trazer inúmeros benefícios para o município, aumentando, principalmente a

qualidade de vida de seus munícipes. Este trabalho se justifica pela busca de fazer do turismo um instrumento para estimular a revitalização de formas de arte tradicionais, facilitando e incentivando a cultura local e agregando valor ao produto turístico.

OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Apresentar uma proposta de otimização do aproveitamento do fandango e do artesanato para o turismo cultural no município de Morretes no Paraná, com o objetivo de aumentar a produção e a comercialização dos produtos artesanais locais, bem como conservar a memória do fandango.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ◆ Apresentar uma alternativa para que o artesanato local de Morretes seja diferenciado e valorizado frente aos produtos artesanais importados nas principais lojas do ramo no município, garantindo a justa competição;
- ◆ Propor um *selo* que possibilite a identificação dos produtos confeccionados no município, agregando valor aos mesmos;
- ◆ Incentivar a participação dos artesãos na Associação dos Artesãos de Morretes, fortalecendo a mesma;
- ◆ Incentivar a troca de conhecimento entre os artesãos locais visando a diversificação da produção local;
- ◆ Propor a criação de um espaço cultural que esteja à disposição da visitação turística, no qual seja conservada a memória do fandango por meio da realização de diversas atividades que incentivem e divulguem os aspectos da cultura local;
- ◆ Incentivar a formação de novos construtores de instrumentos musicais do fandango;
- ◆ Fomentar a participação da população no fandango, permitindo a formação de novos grupos e músicos de fandango, principalmente entre os jovens;
- ◆ Propor um trabalho de resgate da memória do fandango e de conscientização da importância da manifestação e das oportunidades do turismo cultural junto às escolas públicas e privadas do município;

- ◆ Propor um trabalho de conscientização junto ao poder público e ao setor privado do município de Morretes, que venha a trabalhar a importância das manifestações em questão para o município e para o turismo, as oportunidades do turismo cultural, seus impactos, e a importância do trabalho em parceria de ambos os setores da sociedade frente ao turismo;
- ◆ Estimular o fortalecimento do Conselho Municipal de Turismo.

1 TURISMO CULTURAL

O turismo cultural é uma atividade que além de auferir lucros às regiões onde se desenvolve, está intimamente relacionado ao meio sócio-cultural do local. Este capítulo apresenta o marco conceitual de cultura, de patrimônio cultural, da formação da identidade cultural e da memória, como também da cultura popular e do folclore, sendo que estes últimos, além de estarem inseridos nos conceitos supracitados, incluem os objetos de pesquisa deste trabalho - fandango e artesanato. Com o objetivo de oferecer uma alternativa para o aproveitamento turístico desses objetos, que compõem a oferta turística de Morretes, este capítulo também aborda o conceito de turismo cultural.

1.1 CULTURA

O conceito de cultura, a partir de sua idéia central, refere-se aos sistemas simbólicos criados e transmitidos pelo homem com a finalidade de organizar a sua conduta coletiva. Através desses sistemas simbólicos, o homem cria um ambiente artificial no qual vive e está continuamente o transformando. Cultura seria, então, a criação, a transmissão e a reformulação desse ambiente artificial (DURHAM, 1984, p.26).

O universo da cultura engloba tanto aspectos materiais como não-materiais, cujos sentidos e valores são representações com as quais o homem se alimenta e orienta suas práticas, produzindo inteligibilidade e reelaborando simbolicamente as estruturas materiais de sua organização social (MENESES, 1996, p.89). Entende-se, portanto, que ela é o modo de viver, ser, fazer, pensar, sentir, simbolizar e imaginar das sociedades humanas.

Segundo DURHAM (1984, p.31), “a cultura ainda é, essencialmente, um patrimônio coletivo, produzido pelo conjunto da sociedade. Mas o acesso de grupos e classes sociais a esse patrimônio é diferencial, assim como é diferente a contribuição dos diversos segmentos para a construção dessa obra coletiva”. Dentro de uma sociedade, os indivíduos participam dessa criação coletiva vivenciando experiências no domínio da cultura erudita, da cultura de massa e da cultura popular (GUIMARÃES, 2002, p.161). A cultura erudita é aquela resultante

do ensino organizado ou oficial, ou orientada por instituições, como o Estado, a Igreja, organizações intelectuais, etc; a cultura popular é aquela que nasce da comunidade, não surge de decretos e portarias; não se aprende nas escolas através de um exercício sistemático, mas com a convivência, de forma quase inconsciente e progressiva (por isso também conhecida como cultura espontânea). É fruto da experiência empírica entre os homens e é conhecida também, como *folclore*; a cultura de massa ou popularesca é formada por elementos retirados das outras duas culturas, selecionados segundo certo padrão, adotados e transformados em artigos de pronto consumo. Pode-se dizer que é uma cultura de moda, de consumo, comercial e passageira.

Pensando a cultura como ação de significados que dependem da manipulação de instrumentos simbólicos, podemos aplicá-la à noção de patrimônio cultural.

1. 2 PATRIMÔNIO CULTURAL

O patrimônio cultural é constituído não apenas de monumentos históricos e bens físicos, mas de tradições imateriais, linguagens, conhecimentos, enfim, tudo o quê o conjunto social considera como cultura própria, que sustenta sua identidade e o diferencia de outros grupos. Os modos de usar os bens e os espaços físicos decorrem da experiência vivida e evidentemente são parte integrante do patrimônio cultural (CANCLINI, 1994 p.99).

Devemos conceber o patrimônio cultural como cristalizações de um 'trabalhador morto' que se torna importante exatamente na medida em que se investe nele um novo 'trabalho cultural', através do qual esse bem adquire novos usos e novas significações. Aliás, uma das características desse processo de construção cultural reside exatamente no fato de que, quanto maior a carga simbólica conferida no passado a um bem cultural, tanto mais ricas serão as possibilidades de sua utilização futura. (DURHAM, 1984, p.30)

O patrimônio cultural, portanto, se insere ao processo de construção cultural, a partir do momento em que passa a representar um grupo, vindo a definir sua identidade. Neste sentido é necessário explanar sobre o conceito de identidade dentro da questão cultural.

1.3 IDENTIDADE E MEMÓRIA

A noção de identidade dentro da questão cultural se baseia na posse dos bens simbólicos que compõem o patrimônio cultural de um conjunto social. Segundo HANDLER¹, citado por GONÇALVES (1988, p. 267):

A nação, enquanto coleção de indivíduos ou indivíduo coletivo, através da posse de seu patrimônio cultural ou sua cultura, define sua identidade. Nesse contexto a cultura é pensada como uma coisa a ser possuída, preservada, restaurada. Assim, do mesmo modo que uma pessoa pode ter sua identidade definida pela posse de determinados bens, a nação define-se a partir da posse de seus bens culturais. (HANDLER, apud GONÇALVES, 1988. p 267)

Nesse sentido, identidade são traços que possibilitam reconhecer determinado grupo e se reconhecer nele em parte. MENESES (1984, p.33) afirma que “o suporte fundamental da identidade é a memória, mecanismo de retenção de informação, conhecimento, experiência, quer em nível individual, quer social e, por isso mesmo, é eixo de atribuições, que articula, categoriza os aspectos multiformes da realidade, dando-lhes lógica e inteligibilidade”.

A memória possibilita a ligação coesa entre o passado e o tempo presente, constituindo uma plataforma de referência ao fluxo dos acontecimentos. A memória coletiva é estruturada pelas memórias individuais que nela se inserem; segundo POLLAK (1989 p.03), “ao definir o que é comum a um grupo e o que o diferencia dos demais, fundamenta e reforça os sentimentos de pertencimento e suas fronteiras culturais”.

Diferentes grupos da sociedade constroem suas memórias coletivas a partir das quais é montada e organizada uma memória nacional predominante. Porém a memória possui a característica de poder ser induzida, ou mesmo forjada. Sendo assim, a memória coletiva oficial pode ser instituída de maneira a representar interesses dominantes, sufocando memórias coletivas de grupos subalternos (memória subterrânea) que acabam não sendo representados e inseridos na história oficial.

A partir dessas colocações observa-se que o patrimônio cultural deveria ser produzido por todos os componentes da sociedade, e, primordialmente, apropriado

¹ HANDLER, R. 1987. *Nationalism and the politics of culture in Quebec*.

pela coletividade. Quer dizer, todos os grupos e camadas sociais devem ter acesso à construção do patrimônio cultural para que esse constitua uma referência verossímil de suas memórias coletivas. É o exercício da memória que verifica sentido ao resgate e à preservação desse patrimônio, admitindo-se que a aura conferida a esse patrimônio está associada a sua relação genuína com o passado².

Neste sentido, é importante ressaltar que a cultura popular, diferentemente da cultura de elite, é privada de recursos que possibilitem sua arquivagem, sua cristalização como referência para a sociedade. Logo, as classes populares não detêm condições de se apropriar de bens culturais mais elaborados que reforcem sua identidade e perpetuem sua memória. Sua fragilidade frente à cultura dominante decorre do fato de que a construção dessa memória depende da memória das pessoas, não sendo arquivada ou cumulativa. (DURHAM, 1984, p.32).

Porém, é inegável o valor e a importância da cultura popular, bem como de sua inserção no ambiente comercial, mesmo quando não reconhecida e elevada oficialmente junto à nação, pelas classes dominantes. Segundo CUNHA (1994, p.19):

A afirmação de que todas as manifestações de cultura popular ocorrem no interior do sistema capitalista é incontestável. Como também é inegável que, a nível do senso comum, a cultura popular se constitui na criação espontânea do povo que transpõe, para as formas e linhas dos objetos, registro do seu conhecimento, da sua memória, enfim, a expressão autônoma da sua romântica criatividade.

Tanto o fandango como o artesanato são expressões da cultura popular de uma região, bem como manifestações folclóricas características no município de Morretes, e, como tais, estão sujeitas a constantes transformações, de acordo com a dinâmica de sua comunidade praticante. Tal afirmação sugere uma breve explanação sobre conceito de folclore e o quê o caracteriza.

² Segundo Walter BENJAMIN, citado em GONÇALVES (1988, p. 266-268), consideram-se objetos “não-auráticos” aqueles amplamente reproduzidos e transitórios, que não guardam qualquer relação orgânica e real com um passado pessoal ou coletivo.

1.4 FOLCLORE E CULTURA POPULAR

O folclore surge da criação do povo, a partir da sua cultura tradicional ou da hibridização com elementos de outras culturas através da aceitação coletiva. Incluem-se entre os fatos folclóricos as tradições orais, os costumes, as línguas, a música, as danças, os rituais, as festas, a medicina tradicional, as artes culinárias e todas as habilidades especiais relacionadas com os aspectos materiais da cultura, tais como as ferramentas e o habitat. Salienta-se que, de acordo com o que preconiza a UNESCO, entende-se folclore e cultura popular como equivalentes.

Proporcionada pelo VII Congresso Brasileiro de Folclore, a releitura da Carta do Folclore Brasileiro expressa que “Folclore é o conjunto das criações culturais de uma comunidade, baseado nas tradições expressas individual ou coletivamente, representativo de sua identidade social. Constituem-se fatores de identificação da manifestação folclórica: aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade, funcionalidade”.

A aceitação coletiva é a característica marcante do fato folclórico. Ele necessita ter significado para o grupo social que o vivencia, ou seja, essa manifestação de cultura necessita estar em perfeita sincronia com a maneira de agir e pensar dos praticantes. O folclore está em um contínuo processo de atualização devido a sua prática constante, pois atende às necessidades sociais e culturais de quem dele compartilha. Devido a essa prática constante, ele naturalmente se adapta à maneira de pensar e agir do praticante, e incorpora, por consequência, elementos de outros tipos de cultura. Esse fato faz parte do processo da *dinâmica cultural*. Este caráter dinâmico possui forte relação com a funcionalidade da cultura popular, pois é a sua funcionalidade que exige essa prática constante. Os fatos folclóricos integram sistemas culturais e têm a função de atender às necessidades sociais e culturais dos indivíduos que fazem parte desses sistemas.

Quanto à tradição, ela é a matriz do fato folclórico, à qual as recriações e renovações devem ser fiéis. Sua tradicionalidade pode ser entendida como uma

continuidade, onde os fatos novos se inserem sem uma ruptura com o passado, mas que se constroem sobre esse passado³.

Essas características permitem o entendimento de que os fatos folclóricos não são mais tidos como estáticos, antigos ou como meras curiosidades. Estão sendo abandonados os atributos de anonimato, oralidade e antigüidade, que outrora eram suficientes para a caracterização do fato folclórico. O anonimato deixava de fora, por exemplo, o artesanato e a poesia dos repentistas, cujos autores são identificados no ato da sua criação. Aliás, todos os fatos culturais têm um autor na sua origem, embora no processo de aceitação coletiva possa haver despersonalização, perdendo-se a referência autoral. A transmissão oral, tomada em termos absolutos, exclui também o artesanato e as técnicas populares, bem como as manifestações escritas, como a literatura de cordel. Por se referir somente à fala, deixa de lado aspectos da cultura em que o aprendizado se dá de outras formas como a observação e a iniciação ao trabalho. A antigüidade como condição do folclore, por sua vez, nega o reconhecimento da criação de novos fatos folclóricos, não admitindo a capacidade criativa das pessoas do povo de hoje.

Neste sentido, em relação aos riscos de desaparecimento das manifestações folclóricas, pode ser atribuído à falta de valor e incentivo a essas tradições em detrimento de outros valores incorporados pela comunidade. A reativação ou a simples revitalização dessas manifestações pode ocorrer através de um processo de refuncionalização, segundo o qual o grupo encontra uma nova função ou sentido para a manifestação que se encontra desprestigiada ou em vias de desaparecimento.

Um possível processo de refuncionalização de manifestações pode ser viabilizado através do turismo cultural.

1.5 TURISMO CULTURAL

Dentro da segmentação do mercado turístico apresenta-se o turismo cultural, que se caracteriza fundamentalmente pela disposição do turista em conhecer, pesquisar e analisar os diferentes aspectos da cultura em suas mais

³ Texto da palestra apresentada no IV Seminário de Ações Integradas em Folclore, em 31 de agosto de 2001.

variadas manifestações (ANDRADE, 1992, p.71). Conceitualmente, BARRETTO (1998, p.21) afirma que “turismo cultural seria aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem”, contemplando, assim, aspectos culturais, históricos, religiosos, artísticos, folclóricos e muitos outros. Neste sentido, essa modalidade de turismo permite o respeito e a valorização às manifestações culturais locais através do seu conhecimento e interpretação por parte dos turistas, constituindo um importante intercâmbio cultural.

Para muitos autores o conceito de turismo cultural é muito amplo, tornando-se genérico, causando até mesmo apelos para que seja feita uma subdivisão dentro desse conceito entre turismo cultural, turismo de arte e turismo histórico (BARRETTO, 2000, p.20). HUGUES⁴, citado por BARRETTO (2000, p.36), sugere que o termo turismo de artes seja aplicado ao turismo cuja principal atração são as artes cênicas, e que, dentro do turismo cultural, seja contemplada não só a cultura erudita (visita a museus), mas também o ramo do entretenimento. Verifica-se que o conceito de turismo cultural para Hugues é muito restrito, considerando-se que cultura é um conceito muito mais abrangente que erudição e entretenimento. Neste sentido, adotar-se-á o sentido mais amplo dessa modalidade de turismo, que permite o respeito e a valorização às manifestações culturais locais através do seu conhecimento e interpretação por parte dos turistas. “Pode-se dizer que toda vez que um indivíduo se deslocar para fora do seu ambiente cultural (...) haverá, em menor ou maior grau, um ‘encontro cultural’ entre este visitante e aqueles do local visitado.” (ALVES, 2000, p.76) Esse “encontro cultural” significa um importante intercâmbio que proporciona oportunidade para uma maior compreensão e comunicação entre as diferentes culturas, tanto para o visitante como também para o visitado.

O turismo cultural gera benefícios no núcleo receptor na medida em que clama pela conservação do patrimônio cultural da localidade receptora, pois esse corresponde a um motivo de atração do turista. A identidade cultural da comunidade receptora também se afirma na medida em que esta percebe a existência de pessoas que se deslocam de suas cidades para apreciar suas

⁴ HUGUES, H. (1997). “Urban tourism and the performing arts”. In: MURPHY, P. *Quality management in urban tourism*. Chichester: John Wiley and Sons.

características (ALVES, 2000, p.78). Porém, para que esses benefícios sejam gerados é necessário o envolvimento e a conscientização turística da comunidade local para que os impactos em seus usos e costumes sejam os menores possíveis.

2 PLANEJAMENTO SUSTENTÁVEL DOS ATRATIVOS

Tendo em vista os impactos, tanto positivos quanto negativos, trazidos pelo turismo cultural, faz-se necessário o planejamento sustentável da atividade. Neste contexto, este capítulo pretende explorar o planejamento sustentável, a gestão de atrativos dentro da questão de sustentabilidade, a classificação de atrativos que compõem a oferta turística de uma localidade, em que se inserem as manifestações culturais e no caso, os objetos da pesquisa: fandango e artesanato.

2.1 PLANEJAMENTO SUSTENTÁVEL

De modo geral, a base da sustentabilidade está dentro das teorias que tratam do desenvolvimento sem degradação nem esgotamento dos recursos. BRUNDTLAND, citado por SANCHO (2001, p.245) define o conceito de sustentabilidade em “satisfazer as necessidades presentes sem comprometer a possibilidade de satisfação das gerações futuras”. Deve-se relacionar ao conceito de sustentabilidade, um modelo de desenvolvimento econômico que aborde conjuntamente a qualidade, a continuidade e o equilíbrio. Assim, a exploração de qualquer atividade que se deseja de modo sustentável, deve possibilitar a melhoria da qualidade de vida de seus envolvidos e do entorno, garantindo um serviço/produto de qualidade ao consumidor (turista), buscando a conservação do meio ambiente e dos recursos utilizados, sem comprometer a lucratividade dos empresários envolvidos. De modo geral estes são três campos que se interagem: sustentabilidade econômica; sustentabilidade ecológica e sustentabilidade cultural e social.

A sustentabilidade esteve por muito tempo atrelada à preservação do meio ambiente. Porém, atualmente seu contexto é mundial - ou seja, envolve diversos ambientes e não só o natural. A sustentabilidade, no caso abordado neste trabalho, se refere à busca de um aproveitamento equilibrado das manifestações folclóricas, evitando sua descaracterização através de intervenções que venham fomentar o turismo de maneira a por em risco a autenticidade e o dinamismo natural de ambas as manifestações abordadas na pesquisa (fandango e artesanato).

Dentro do conceito de sustentabilidade deve-se considerar o conceito de capacidade de carga (total), que se entende como (SANCHO, 2001, p.248) “o máximo uso que se pode fazer de um destino sem que causem efeitos negativos sobre seus próprios recursos biológicos, sem reduzir a satisfação dos visitantes ou sem que se produza efeito adverso sobre a sociedade receptora, a economia ou a cultura da área”. Dentro do conceito de capacidade de carga, ainda encontraremos conceitos mais específicos para: capacidade de carga ecológica, capacidade de carga social, capacidade de carga do turista, e capacidade de carga econômica, que devem ser tratadas paralelamente com o objetivo de garantir a sustentabilidade dentro do planejamento de alguma região ou produto.

Para PETROCCHI (1998, P.59-63) o turismo sustentável se apóia em quatro bases: a preservação do meio ambiente; a preservação e recuperação do meio urbano; a formação profissional; e a conscientização da população para a importância do turismo. Ele ainda defende que o que a sustentabilidade deseja antes de tudo é garantir a qualidade de vida. E diz ainda que para garantir a sustentabilidade é necessário um planejamento que tenha como principais tópicos a *promoção* e a *preservação*. “O equilíbrio entre promoção e preservação é fundamental. A agressão ao meio - em uma visão integral, física e social - pode trazer prejuízos severos para um núcleo turístico, muitas vezes irreversíveis. Por isso as diretrizes do turismo sustentável são imprescindíveis na gestão do turismo” . (PETROCCHI, 1998, p. 63)

Ao sugerir o trabalho de promoção e preservação, PETROCCHI sugere uma atividade impossível, tendo em vista o real significado da palavra *preservar*. Pois esta palavra implica resguardo. E como promover a visitação de um lugar, buscando o seu resguardo? A melhor palavra a ser utilizada pelo autor, neste sentido, deveria ser *conservação*, pois ela se refere a medidas contra a deterioração de algo, sem no entanto, isolá-la, resguardá-la. Desta maneira, portanto, utilizando a *promoção* e a *conservação* do local visado pode-se trabalhar a sustentabilidade.

Dentro do planejamento e gestão do turismo, portanto, seja qual for o segmento que se deseja trabalhar para buscar a sustentabilidade, é necessário abordar dentro das atividades de planejamento: o governo, a comunidade local, o mercado turístico, os turistas e demais entidades relacionadas, como as ONGs –

Organizações Não Governamentais. Ou seja, é necessária uma ação conjunta, conforme coloca SANCHO (2001, p.252): “Portanto, uma maneira de assegurar que os desenvolvimentos turísticos sejam controlados é mediante a participação de todos os agentes envolvidos no processo de desenvolvimento sustentável dos destinos, formando um ‘*partnership*’ orientado para a execução dos objetivos planejados.”

Tendo em vista o que motiva grande parte dos turistas atuais, aliado ao conceito de sustentabilidade, o planejamento turístico se apresenta como um meio viável de buscar o equilíbrio entre a exploração e a conservação dos valores culturais e da identidade da região objeto de análise. Neste contexto, de acordo com SANCHO (2001,p.124),“...é evidente a necessidade de novos enfoques no planejamento e gestão dos atrativos turísticos atuais. Assim, a escolha do lugar onde será desenvolvido um novo atrativo, seu planejamento e gestão, deverá combinar o melhor uso por parte dos visitantes, a proteção dos interesses da população local, assim como os recursos que constituem o fundamento do referido atrativo.”

2.2 ATRATIVOS TURÍSTICOS

Existe no âmbito do estudo dos atrativos turísticos um marco conceitual bastante amplo, onde vários autores têm realizado diferentes classificações. Apesar de arbitrário, a apresentação de algumas delas se faz necessário para buscar esclarecer conceitos e facilitar a análise dos atrativos abordados na pesquisa - fandango e artesanato. SWARBROOKE¹, citado por SANCHO (2001, p.122) divide os atrativos em:

1. Atrativos Naturais (praias, grutas, rios, lagos, etc)
2. Atrativos criados pelo homem, mas não planejados com a intenção de atrair visitantes (catedrais, casas históricas, monumentos, etc).
3. Atrações criadas pelo homem com a intenção de atrair visitantes (parques temáticos, museus, centros de lazer, lugares para piquenique, etc).
4. Eventos Especiais (Festivais de arte, encontros esportivos, mercados e feiras, folclore, eventos religiosos, etc.).

¹ SWARBROOKE, J., (1995): *The Development a Management of Visitor Attractions*.

Segundo esta classificação, o fandango entraria no conceito de Evento Especial, por ser caracterizado como uma manifestação folclórica, e o artesanato de Morretes, em sua abrangência (apesar de também ser folclórico), seria considerado um Atrativo Criado Pelo Homem, mas não planejado com a intenção de atrair visitantes, embora possa haver exceções para ambos. Por essa razão, pode-se abordar a classificação de CLAWSON e KNETSCH (2001, p.123) que consiste em atrativos *baseados nos recursos, intermediários e direcionados ao consumidor*. No primeiro, o grau de desenvolvimento é baixo e a presença de facilidades criadas pelo homem é mínima. Esses atrativos costumam, segundo os mesmos, satisfazer os interesses culturais, históricos, etc., além de serem baseados em recursos únicos e singulares e se encontrarem geralmente distantes dos mercados emissores. Os atrativos *direcionados ao consumidor* são independentemente dos recursos, geralmente criados pela mão do homem, desenvolvidos intensamente e perto dos mercados emissores; enquanto no *Intermediário*, os recursos costumam estar disponíveis a uma distância razoável dos mercados emissores (CLAWSON e KNETSCH², apud SANCHO, 2001, p.123).

COOPER *et al.*³ citado por SANCHO (2001, p.123), adotam um enfoque onde os atrativos se distinguem entre reproduzíveis e não reproduzíveis. Os primeiros caracterizam-se por serem criados pelo homem e carecem de significados culturais ou históricos, e podem ser reproduzidos em qualquer lugar. Os atrativos não-reproduzíveis incluem elementos naturais ou culturais que de nenhuma maneira podem ser reproduzidos em outros lugares e, por isso, necessitam de maior proteção.

E, finalmente, BENI (1998, p.279) classifica os atrativos em 5 categorias: Naturais, Histórico-Culturais, Manifestações e Usos Tradicionais e Populares, Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas, e Acontecimentos Programados, dividindo-as em subcategorias. De acordo com a classificação do autor, o fandango e o artesanato se inserem nas Manifestações e Usos tradicionais e Populares, estando a primeira subclassificada em Manifestações Populares e Folclóricas, e a segunda em Artesanato, propriamente. Por ser a classificação mais

² CLAWSON, M. and KNETSCH, J., (1966): *The Economics of Outdoor Recreation*, Md: Johns Hopkins University Press, Baltimore.

³ COOPER, C., FLETCHER, J., GILBERT, D. and WANHILL, S., (1993): *Tourism. Principles and Practice*, Pitman Publishing, Great Britain.

específica, entre as diversas classificações, ela será adotada no transcorrer do trabalho.

Porém, é importante salientar que, de acordo com GUNN⁴, citado por SANCHO (2001, p.121), não se deve confundir os atrativos com recursos. Os recursos (naturais, culturais, etc.) são o fundamento para o desenvolvimento posterior da atração. Assim, para se conceber o fandango e o artesanato como atrativos de Morretes, é necessário que os mesmos estejam acessíveis e sejam válidos para a *exploração* turística. Caso estes não estejam equipados e prontos para “consumo”, devem ser considerados como recursos, em sua forma original, ou seja, a matéria-prima de futuros atrativos.

Relacionando a questão do atrativo com o planejamento sustentável, pode ser sugerida a utilização deste para o desenvolvimento dos atrativos abordados durante a pesquisa. Logo, o planejamento sustentável deve buscar sanar os problemas detectados através da análise do objeto de estudo e enquadrá-lo num melhor aproveitamento, utilizando estratégias de *marketing* para atrair os turistas e oferecendo aos mesmos, novas opções de atividades, visando maior permanência do mesmo no município.

PIPEROGLOU⁵, citado por SANCHO (2001, p.125) destaca quatro etapas inevitáveis na avaliação do desenvolvimento de um atrativo em qualquer região:

1. Investigação do mercado para descobrir as preferências e as necessidades dos turistas;
2. Identificação dos elementos buscados pelos turistas nas áreas de estudo;
3. Definição da região em termos de interação espacial dos recursos;
4. Estudo da capacidade de absorção de visitantes pela região, do ponto de vista espacial e humano.

Porém, é importante ressaltar que, conforme SANCHO (2001, p.125) coloca:

... o êxito de um atrativo depende, também da satisfação das necessidades dos moradores da comunidade local e da conservação da qualidade dos recursos onde ficará tal atrativo. GUNN⁶ afirma que o núcleo composto pelo atrativo é importante, mas a área cultural, natural e social que a rodeia é crítica para a qualidade de toda a experiência e, além disso, defende o direito legítimo da população local de intervir no processo decisório sobre propostas de desenvolvimento de novos atrativos na área.

⁴ GUNN, C., (1993): “Megatrend Attraction Myths and Fallacies”, *World Travel and Tourism Review*, Vol.3, pp.139-143.

⁵ PIEROGLOU, J., (1967): “Identification and Definition of Regions in Greek Tourist Planning”, *Papers, Regional Science Association*, pp. 169.

⁶ GUNN, C., (1965): *A Concept of the Design of a Tourism-Recreation Region*, Mason, BJ Press, Michigan.

Normalmente, a principal motivação para o deslocamento de um turista ou visitante a outra destinação é a busca pelo conhecimento de determinado atrativo. LEIPER⁷, citado por SANCHO (2001, p.121) afirma que os viajantes se deslocam da região de origem até o destino turístico, porque ali é onde encontram os atrativos que desejam conhecer. Por esse motivo é que o atrativo turístico é considerado um dos principais componentes do sistema turístico. Sem dúvida ele é o elemento ativador do processo turístico.

Dentro da classificação de BENI (1998, p.279), fandango e artesanato são classificados como manifestações e usos tradicionais e populares. Neste sentido é preciso analisar estas duas manifestações.

2.3 MANIFESTAÇÕES E USOS TRADICIONAIS E POPULARES

Segundo BENI (1998, p.278) considera-se manifestações e usos tradicionais e populares “todas as práticas culturais que são tidas como específicas do próprio local ou da região que as integram, ou ainda idênticas em nível nacional como: atividades cotidianas e festivas de ordem sacra ou profana, de caráter popular ou folclórico, considerando objeto de apreciação e/ou participação turística.” Dentro desta classificação, as manifestações e usos estão divididas em festas, comemorações e atividades religiosas, cívicas e populares e folclóricas - onde se inclui o fandango; Gastronomia típica; artesanato; feiras e mercados.

2.3.1 Fandango

O fandango é considerado a mais legítima manifestação popular do Paraná. Foi introduzido no Brasil e adaptado aos seus gestos e características, difundindo-se largamente com nomes e formas diversas em cada região. No Estado de São Paulo se manifesta como um conjunto de danças de salão; já nos Estados do Sul – Paraná, Santa Catarina e do Rio Grande do Sul – caracteriza-se como uma “festa-baile”. Nas regiões Norte e Nordeste do Brasil ele se manifesta sob a forma de autos e dramatizações (chegança, chegança de marujos, chegança de mouros,

⁷ LEIPER, N., (1990): *Tourism Systems*, Department of Management Systems, Occasional Paper 2, Massey University, Auckland, New Zealand.

marujada, etc.). No Paraná, é caracterizado por uma festa típica dos caboclos e pescadores habitantes da faixa litorânea do Estado.

Não se sabe exatamente quando e por quem o fandango foi introduzido na região litorânea do Paraná. Alguns pesquisadores afirmam que sua origem é portuguesa, enquanto outros afirmam ser espanhola. De modo geral, a maior parte dos estudiosos afirma ser o fandango uma dança portuguesa trazida pelos colonizadores que aqui se instalaram. Segundo RODERJAN (1981, p.30):

O fandango foi dançado nos salões aristocráticos desde o século XVIII, na Europa e, depois, na América, proveniente de danças populares da Idade Média. Júlio Dantas⁸ conta que, na Lisboa do século XVIII, o Fandango - "saracoteou do paço dos Reis às vielas da Mouraria, dos conventos de freiras ao teatro do Bairro Alto." Autores portugueses citam o fandango dançado principalmente ao norte de Portugal, de onde vêm muitos portugueses para o Paraná, não só no século XVII, mas também no século XVIII.

Para outros historiadores, o fandango chegou ao litoral do Paraná com os primeiros casais de colonos açorianos, por volta de 1750. Acontecia principalmente durante o entrudo, precursor do Carnaval. Durante quatro dias se "batia" fandango e comia barreado. Meses antes, fazia-se a "cinta", isto é, angariavam-se fundos para a grande festa. Porém, em 1973, Desidério Peron, realizou uma pesquisa que foi publicada em edição especial do Diário Popular de dezembro do mesmo ano, em Curitiba (PR), sobre as festas do fandango do litoral, mais precisamente, o Fandango na festa de Bento Cego. Nesta reportagem ele cita um breve histórico da manifestação, apresentado pelo professor e pesquisador Inami Custódio Pinto, durante o evento:

[...] foi entre 1748 e 1752 que os primeiros colonizadores açorianos aportaram na Ilha da Cotinga, boca da Barra de Paranaguá. Daí se transferiram para Valadares, onde foram escravizados e dizimados. A orla era habitada por nativos carijós, pequeno e diminuto contingente indígena. E os açorianos casaram-se, viraram índio-caboclo. A cultura açoriana foi assimilada pelos carijós. Daí nasceu o Fandango, uma espécie de entrudo com dança ritual dos índios, misto de culto e de saudade, religião e fé profana, sem Deus, sem objetivo de fé.

Em outro artigo, publicado em 27 de julho de 1986, pelo Jornal O Estado do Paraná, a jornalista Adélia Maria Lopes assim coloca as origens do Fandango de nosso litoral, comentando também os riscos de desaparecimento da manifestação:

⁸ Apud Renato Almeida, *História da música brasileira*. 2. Ed. Cor. E aum. Com 151 textos musicais, Rio de Janeiro, F. Briguiet, 1942, p.174.

O fandango está morrendo antes mesmo que se descubra sua origem exata. Dois viajantes citam esta dança no Paraná: Thomaz Bigger Whitter, entre 1870 e 1874, e Saint-Hilaire, no início do século. Mas os atuais estudiosos são díspares em suas teorias. Para a professora Helmosa, o fandango entrou pelo litoral e é uma mistura da roda indígena com a dança espanhola (“a batida de mão substitui a castanhola”). Para o folclorista Inami Custódio, o fandango é espanhol, mas no litoral paranaense é que se manteve mais fiel às suas origens. Helmosa já acha que o fandango do litoral tem muita influência com a catira dos paulistas. A pesquisadora Roselys Roderjan defende a tese de que foram os portugueses, no século XVII, os responsáveis pela introdução do fandango no Paraná.

Em entrevista com Inami Custódio Pinto (dez/2002), o pesquisador disse ser arriscado estabelecer uma origem para o fandango do litoral do Paraná, mas na opinião dele, o fandango é proveniente de Portugal e foi trazido pela corte. Porém, a palavra fandango, segundo ele, é de origem espanhola e significa festa/dança acompanhada de instrumentos artesanais ruidosos, no caso, o tamanco, que é considerado um instrumento rítmico.

Inami Custódio Pinto ainda diferencia o fandango quanto à sua aplicação/representação: “Tem o fandango aplicado, o de imprensa e o ato folclórico do fandango. O ato folclórico é só no local, com suas necessidades próprias, da maneira como se originou”. O fandango aplicado é quando um indivíduo não envolvido originalmente com o fandango, no caso, se desloca até o local onde ele ocorre, aprende com os folgadores e volta ao seu local de origem para reproduzir e ensina a dança para outras pessoas, fugindo do original. E o fandango de imprensa (que é melhorado) é uma representação da dança que visa divulgar uma localidade, uma tradição - quando não, criá-la. O fandango de imprensa, segundo ele, é importante pois divulga uma manifestação, conquista apoio político e ajuda na criação de uma identidade regional/nacional. “Mas vale lembrar, que todas elas não passam de representações da verdadeira”. Levar o grupo para outros locais (como o próprio Inami chegou a fazer várias vezes, com o mestre Romão e a Professora Helmosa) é descaracterizar o ato, reproduzi-lo, porém, é uma forma válida de divulgá-lo.

No Paraná, o Fandango passou a constituir um conjunto de danças regionais (marcas) que só sobrevivem integradas dentro do fandango. As marcas se dividem em dois grupos: as batidas e as valseadas ou bailadas. As primeiras se caracterizam pelo sapateado forte, barulhento, batido a tamanco ou sapato, que abafam quase completamente a música do conjunto. Essa batida dos tamancos se chama em alguns lugares *rufado*. O sapateado é feito exclusivamente pelos

homens; as mulheres não batem o Fandango. Nas segundas, valseadas ou bailadas, não há sapateado. É uma espécie de valsa lenta, em que cada dançarino baila em geral com o mesmo parceiro.

Se o objetivo principal deste trabalho fosse dar uma idéia da riqueza e da diversidade do Fandango Paranaense, seria necessário apresentar no mínimo cerca de vinte de suas marcas. Segundo Inami Custódio Pinto:

Poderíamos dividir as marcas em pelo menos cinco grupos:

A - As *Batidas Simples* com o desenho coreográfico em forma de 8, também simples. Ex. : o *Anu*. Encaixam-se neste grupo: *Serrana, Serraninha, Serrana Grande, Xará Xarazinho, Xará Grande, Lageana, Sabia, Estrala*, etc.

B - No segundo grupo, incluiremos as *Batidas e Valsadas com Sapateado Simples, Palmeado e Duplo 8*, como são a *Porca, Tatu, Caranguejo, Borboleta, Marinheiro*, etc.

C - No terceiro grupo, as *Batidas, Repicadas ou Rufadas* (de difícil execução e com desenho coreográfico de 8 coletivo, isto é, na primeira, os folgadores descrevem entre as folgadeiras o desenho de um 8, com a da frente e com a de trás, e, no coletivo, eles o fazem com todas as folgadeiras da roda). É o caso da : *Andorinha, Queromana, Chico, Caranguejão, Caranguejinho, Tonta, Tontinha, Chimarrita* (ou *Chamarritas*) de "L", e muitas outras.

D - No quarto grupo, os *Bailadinhos, Don-Dons* (Revolução do Rio Grande do Sul), *Sapo, Polquinhas*, cujos pares se enlaçam como em qualquer salão de baile seguindo apenas o ritmo. Alguns são tão ritmados que são chamados "limpa bancos", isto é, ninguém resiste. Quando há falta de homem, dança mulher com mulher, e, faltando mulher - com o maior respeito - dança homem com homem.

E - O quinto e último grupo seriam as *Rodas Passadas*, que dispensam o tamanqueado mas são buliçosas, alegres e de um efeito coreográfico tão bonito que mereciam ser dançadas em nossos salões. É o caso da *Cana Verde, Vilão de Lenço, Tiraninha, Estrela, Balão do Ar*.

O fandango começa sempre com a "Chamarrita de Louvação", na qual os violeiros agradecem aos patrocinadores da festa, homenageiam aos convidados especiais, fazem alusões à assistência e comentam fatos regionais do passado ou da ocasião. Dança-se como qualquer outra dança, isto é, os pares enlaçados obedecem ao ritmo da música e a uma única norma: rodar em volta do salão no sentido contrário ao dos ponteiros do relógio. Geralmente, a primeira marca batida (sapateada com tamanco) é o *Anu*, pássaro preto e agourento, para assim esconjurar o azar e fazer com que tudo corra bem na festa.

Os instrumentos que acompanham o fandango são: duas *violas*, um *adufe* (ou *adufe*) e uma *rabeca* (ou *reboca*). Geralmente, fabricados a canivete, utilizam a *caxeta*, madeira abundante no litoral e que "não pega bicho", muito leve e fácil de trabalhar. As violas possuem cinco cordas duplas mais meia corda a que chamam de *turina*, encordoadas de arame verde-gás que, conforme a cor (branca ou

amarela) e número, emitem diversos sons. Os violeiros desconhecem métodos de afinação, apenas "temperam" a viola. Não têm noção de tempo, compasso e divisão. Sentem e valorizam apenas o ritmo. As *rabecas* são esculpidas em madeira maciça (apenas a tampa é colada) e encordoadas com arame verde-gás, às vezes usando a primeira e a segunda cordas de viola e a terceira e quarta de violão. O desenho do arco é feito de crina de rabo-de-cavalo, fio de linha ou imbirá (cipó). O *adufe* é feito de caxeta, as baterias são tampinhas de garrafas amassadas. O conjunto é quase só rítmico: as violas fazem *rasqueado* e dificilmente o *ponteio* e as rabecas fazem curtos solos, improvisando quase sempre.

O salão do fandango é próprio para a dança: uma casa de madeira, com tábuas de assoalho largas e flexíveis, de duas polegadas para resistir à violência do sapateio, pois o melhor "folgador" é aquele que bate com mais força o tamanco e que, quando consegue rachar as tábuas do assoalho, recebe logo o apelido de "machado". O assoalho é separado das paredes, não há forro e, para que as batidas ressoem a quilômetros de distância, costuma-se fazer embaixo do assoalho um buraco de uns três metros de diâmetro por dois de profundidade.

O fandango não está isolado das outras manifestações locais, sendo inegável o seu envolvimento com outras práticas folclóricas e culturais, como sua associação com o barreado e as práticas artesanais (principalmente a confecção de instrumentos musicais e dos acessórios para se dançar o fandango, como os tamancos de madeira). Todos esses produtos possuem um valor ainda maior quando associados e podem vir a valorizar ainda mais os municípios turísticos do litoral, no caso específico, Morretes.

No Paraná, a Ilha de Valadares, no município de Paranaguá, é o local onde o fandango atualmente se encontra mais conservado e atuante. Ele ainda resiste graças ao idealismo de pessoas (geralmente com mais de 50 anos) da Ilha de Valadares, Paranaguá, Antonina, Guaraqueçaba e Morretes, sendo este último o município objeto desse trabalho.

A manifestação do Fandango foi (e onde sobrevive ainda é) produzida pelo povo e para o povo de forma espontânea e possui enraizamento na história da comunidade local.

2.3.2 ARTESANATO

O artesanato é um aspecto da cultura popular em que a arte e a técnica estão integradas. Esta produção cultural carrega um valor intrínseco de suma importância, que corresponde ao imaginário, ou seja, à visão de mundo que o artesão possui e deixa transparecer em sua obra. É um conjunto de características que fazem parte do seu meio e do seu convívio, podendo carregar aspectos históricos tanto em sua confecção quanto na matéria-prima utilizada, que com a dinâmica cultural local podem ser modificados.

Em relação à origem e as influências do artesanato no Brasil, e mais especificamente no litoral Sul, BARROS (1971, p.192) destaca a influência luso-açoriana junto à portuguesa, que “dão ainda hoje uma tônica à maneira de fazer dos nossos artesãos”. Segundo ele, é no litoral de Santa Catarina e do Paraná, que a fabricação de tamancos obtêm larga difusão⁹, e a cerâmica obedece a uma linha mais portuguesa que a de qualquer outra região brasileira. Além disso, o autor destaca a posterior influência da presença dos novos imigrantes à região (italianos, alemães, polacos) que diferencia ainda mais a produção artesanal do litoral, com a “introdução de novos hábitos, no artesanato da habitação, do vestuário e dos variados utensílios, quer domésticos, quer da própria produção artesanal.” E ainda completa que:

A contribuição do artesanato português iria influir, a princípio, no caso brasileiro, mais nas sedes administrativas e nas áreas de exploração da indústria do açúcar. Nas penetrações da conquista e mesmo no ciclo do gado, a influência do índio e de suas técnicas de vida e de intimidade com a floresta foi a que preponderou. Permaneceu e permanece ainda hoje nesse artesanato do cotidiano, da cerâmica, dos trançados de cipó e palha, do emprego de certas madeiras moles, para as *figuras*, do uso das tintas vegetais (urucu, jenipapo), do arranjo de florais, da arte plumária, dos nodelados de massa de guaraná, etc. (...) A esta influência juntou-se a dos negros, também com um multiforme trabalho em espartaria e couros e ainda com um princípio de escultura em madeiras duras, dada a sua intimidade com o ébano, e o marfim, nas regiões de origem. O uso, igualmente, de plantas e raízes, se bem que neste particular a experiência dos indígenas representasse técnicas mais completas e variadas.

No litoral, o artesanato está ligado à pesca, onde técnicas de construção de canoas, remos, puças, balaies, cestas, peneiras, redes, etc. são muito frequentes, assim como as técnicas ligadas à fabricação de farinha, em que a culinária exige

⁹ Nota-se que o costume de usar tamancos se reflete no fandango de todo o litoral do sul do país.

cochos, raladores, prensa, pilão, fomalha, colheres de pau, panelas de barro, gamelas de madeira, trempe (no chão batido, para os assados e cozimentos), “todo um complexo cultural que o caboclo¹⁰ mesmo faz e que herdou de seus antepassados, adaptando-os aos dias atuais” (RODERJAN, 1981, p. 49). Os materiais mais utilizados pelos artistas populares são o barro, o chifre, o couro, as fibras vegetais, a pedra, os refugos industriais (vidros, pneus, latas e garrafas PET), os fios e tecidos. Segundo RODERJAN (1981, P. 50):

São numerosos os trabalhos de *crivo* o os bordados, onde o *ponto de cruz*, ou *de marca*, e o *ponto atrás* são usados em todas as classes sociais. Trabalho de nós amarrados em franjas são vistos com grande freqüência, realizados em sacos de algodão, para toalhas de uso diário e de adorno. (...) chamados de *brólia*, *broilha*, *abróio*, *abrólio* ou *bróio*, corruptelas de *abrolhos* português, (...) Costumava-se bordar nas barras, as iniciais em *ponto de marca*. Os poloneses acrescentam a essas barras belos bordados coloridos, feito em *ponto cruz*. Há ainda os adornos em madeiras (...). O barro é usado também para confecção de adornos e miniaturas (...) O artesanato de flores é freqüente (...). Os instrumentos musicais são as rabecas, as violas, pandeiros e demais instrumentos de percussão.

Considera-se artesanato, genericamente, o “regime de trabalho doméstico que reúne os diferentes processos manuais de criação de objetos usuais e artísticos, ou susceptíveis de sê-lo, com emprego de material disponível” (MARTINS, 1977, p.28). Ou ainda, como sugere CANCLINI (1984, p53):

Se for levado em conta o uso do vocábulo em textos oficiais e em cartazes de lojas, na linguagem coloquial e nos guias turísticos, seria conclusivo que quase tudo que é produzido a mão, de modo rudimentar, pelos indígenas mas também por outros, com formas que evocam a iconografia coloquial ou que simplesmente sugerem ‘antigüidade’ ou ‘primitivismo’, tais como cestas e chapéus de tule, louça doméstica e peças escultóricas de barro, ourivesaria luxuosa e de acabamento rústico, objetos talhados por jovens *hippies* urbanos e outros de produção e consumo camponeses cujo valor estético não interessa (sandálias, redes, etc.), é artesanato. Nestas peças diferem os processos de trabalho, os canais de circulação e a valorização no mercado, os consumidores, os usos e os significado que diferentes receptores lhes atribuem.

Logo, deve-se diferenciar o artesanato das artes industriais. No primeiro caso, os objetos são feitos manualmente, um de cada vez. Todas as etapas de produção são feitas pelo mesmo indivíduo, o artesão. Nas artes industriais, há o uso de máquinas, o trabalho é em série, a produção decomposta em fases, onde

¹⁰ Caboclo é um termo constantemente utilizado por pesquisadores e folcloristas e se refere aos habitantes do litoral brasileiro (segundo alguns autores) ou mais especificamente do litoral sul de São Paulo até a Ilha de Santa Catarina. O fenômeno do acaboclamento, segundo Roselys Velloso Roderjan (FOLCLORE BRASILEIRO : Paraná) seria a perda por parte dos imigrantes chegados ao Paraná após a emancipação política de São Paulo da maioria de seus traços culturais (isso nos meios rurais) e a assimilação dos mesmos com a cultura tradicional do local, que era originalmente uma mistura étnica de portugueses, luso-brasileiros, mamelucos, negros e índios.

cada fase é feita por um indivíduo diferente, o artífice (OLIVEIRA E SILVA, 1982, p.28).

Porém, falamos até agora do artesanato que mesmo produzido de maneira informal, esporádico, é feito com intenções comerciais. Existe, entretanto, uma parte significativa de material artesanal que não se enquadra nesta categoria. O significativo, no caso, refere-se não à quantidade, mas à importância em termos estéticos e/ou tecnológicos de objetos que são feitos com intuito não-comercial. Estes objetos podem ser enquadrados em três categorias: 'sagrado', de 'troca simbólica'(presentes) e 'de uso próprio' (HEYER, 1983, p. 105). É fundamental apresentar conceitualmente a existência destas peças artesanais carregadas de simbolismos e que não são adequadas aos meios comerciais, porque estão presentes na cultura do caboclo do litoral paranaense. Constata-se que muitas peças artesanais produzidas pelos mesmos se enquadram neste conceito e por esta razão não são considerados "vendáveis" por seu criador, que não as explora como alternativa de renda.

No sentido comercial, faz-se necessário apresentar os benefícios que, de modo genérico, a exploração comercial do artesanato traz às comunidades. É importante, portanto, segundo CUNHA et al. (1994, p.2) "ressaltar o papel de extremo valor que o artesanato desempenha na vida dos homens e das sociedades, como uma contribuição significativa em suas estruturas sócio-políticas e que hoje se revela como uma forma de sobrevivência e de fonte de renda para muitas famílias que, fora do mercado de trabalho formal, encontram uma alternativa de atuação social". Segundo o mesmo autor, a "articulação do artesão, enquanto trabalhador, nos sistemas econômicos em seus diferentes momentos históricos, é inegável."

Constata-se que, no litoral paranaense, a principal fonte de renda das comunidades mais humildes é a pesca, o extrativismo e a pequena produção agrícola. O artesanato, neste contexto se apresenta como uma fonte de renda alternativa para essa população que tem acesso a diferentes matérias-primas e possui historicamente enraizada em sua cultura muita criatividade. O contato do caboclo com a natureza faz com que o mesmo se espelhe em seu entorno como um modo constante de vida. Desta maneira, o caboclo mantém uma simplicidade ingênua no trato com o dia a dia e todos os seus conhecimentos se baseiam na

observação e nos exemplos que o meio lhe proporciona. Esta observação constante do meio e este respeito à natureza que é inerente ao caboclo (que depende dela para sua sobrevivência) é refletida em suas músicas, suas danças, seu artesanato e seus atos.” Ou seja, a capacidade criadora é inerente ao caboclo, e, segundo BARROS (1971, p.182), “a improvisação brasileira, no campo dos ofícios e do artesanato, se deve à quebra desses tabus. Todo mundo se faz profissional sem ter adquirido uma formação, uma técnica básica, e a falta de mão-de-obra adequada às transformações foi gerando o *curioso*, onde o homem que aprende não aprendeu antes; aprende as técnicas usando-as.”

Além disso, uma das principais atividades econômicas da região do litoral do Paraná é o turismo, que exige qualificação profissional para a maior parte dos cargos demandados. Logo, “em uma região na qual a oferta de mão-de-obra situa-se persistentemente acima da oferta de emprego, as atividades artesanais representam uma significativa fonte alternativa de renda e sobrevivência para muitos.” (VILA NOVA, 1995, P.72)

Foram expostos alguns conceitos referentes ao artesanato, tendo em vista que “a busca de uma sustentação teórica e metodológica para balizar os trabalhos de campo e conceituar artefatos e produtos torna-se fundamental” (CUNHA, 1994, p.19). Neste sentido, de maneira específica, foram considerados entre diversas classificações, a classificação de OLIVEIRA e SILVA (1982, p.28) que divide o artesanato em artesanato folclórico, popularesco ou de massa, e erudito. O primeiro é todo o trabalho doméstico manual aprendido informalmente, dentro de um grupo familiar, veiculado à tradição local, de caráter regional, funcional e que utiliza matéria-prima disponível no local. O segundo, trabalho doméstico manual difundido por veículos de comunicação de massa, sem caráter regional, condicionado pela moda e que utiliza matéria prima importada e/ou até industrializada/ artificial. E, por fim, considera-se artesanato erudito, o trabalho manual doméstico de criação individual, de forma sofisticada e elitista.

Porém, a título de maior aprofundamento conceitual, buscando uma abordagem mais qualitativa e abrangente, outras classificações de artesanato também se fazem necessárias, como é o caso da de BARROS (1971, p. 186-188):

Artesanato de alimentação e congêneres; Artesanato de bebidas em geral; Artesanato de drogas, xaropes, preparo de ervas, cheiros e perfumes; Artesanato da cerâmica; Artesanato de curtume e preparo do couro; Artesanato do couro em geral; Artesanato do fumo; Artesanato da madeira; Artesanato da borracha; Artesanato de máquinas e implementos; Artesanato de carros e viaturas; Artesanato de metalurgia em geral; Artesanato de armas de fogo e armas brancas; Artesanato têxtil (tecelagem, tapeçarias, fibras); Artesanato do vestuário (bordados e congêneres); Artesanato ligado ao vestuário e à ornamentação (flores de goma, bandeirolas, armações, etc.); Artesanato de habitação; Artesanato da espartaria, cestaria e trançados; Artesanato da pequena construção naval; Artesanato da ourivesaria e joalheria; Artesanato dos objetos decorativos de penas e plumas; Artesanato lúdico; Artesanato de pintura e decoração, recortes de papel, máscaras e figuras ornamentais; Artesanato gráfico; Artesanato de taxidermia; Artesanato de instrumentos musicais; Artesanato de instrumentos de caça e pesca; Artesanato aproveitando pastas e material de frutos vegetais; Artesanato de peças e objetos decorativos de *souvenir*; Outros Artesanato rurais subsidiários.

Também seria pertinente analisar a classificação abordada por CUNHA et al. (1994, p.2), onde é definido:

- 1) Artesanato Popular - a obra feita à mão, baseada em motivos tradicionais e que se transmite, de geração a geração, com a utilização da matéria-prima regional.
- 2) Artesanato Artístico - expressa de alguma maneira o sentimento estético individual de um autor com forte presença do imaginário e de caráter utilitário.
- 3) Artesanato Utilitário - produz artigos sem caracterização artística especial, de uso cotidiano na comunidade.
- 4) Trabalhos Manuais - objetos confeccionados a partir de materiais diversos. Geralmente obedecem a receitas ou moldes e são facilmente copiados. Podem ser utilitários ou decorativos. (Ex.: peças em crochê, pintura em tecido, etc.).
- 5) "Industrianato" - objetos cuja matéria-prima é industrializada e sua produção é feita em série, utilizando, na maioria das vezes, moldes, formas ou máquinas. A criação pode ser direcionada por ondas temporárias de consumo. Sua cópia pode ser praticada, por não possuir identidade que garanta sua originalidade. Podem ser utilitários ou decorativos. (Ex.: patos, bonecas.)
- 6) Produção Alimentar Caseira: produtos resultantes da matéria-prima natural, que passam por um tratamento especial e são transformados, manual ou mecanicamente, sob processos caseiros. (Ex.: geléias, farinha de mandioca, etc.)

Se CUNHA define o artesanato popular como "a obra feita à mão, baseada em motivos tradicionais e que se transmite, de geração a geração, com a utilização da matéria-prima regional", VALADARES, citado por SILVA (1980, p.29) define os "objetos dotados de qualidades artísticas motivadas por emoções próprias da comunidade e destinados ao consumo limitado de seu meio de origem" como sendo *Arte Popular*. E ainda a classifica de acordo com as técnicas utilizadas, quanto à matéria-prima, quanto à sua destinação, seu tema e de seu ponto de vista econômico. Segundo CANCLINI¹¹, apud CUNHA (1994, p.21).

¹¹ CANCLINI, N. G. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1981.

A redefinição do que é hoje popular requer uma estratégia de investigação que seja de abranger tanto a produção quanto a circulação e o consumo. Se as feiras de artesanato das grandes capitais e cidades aumentam a cada dia, significa que o consumo e a circulação estão sendo impulsionados. Tal incentivo à produção artesanal encontra sustentação em um sistema social que a incentiva, apesar da produção material e simbólica das culturas tradicionais pelo consumo urbano.

Neste sentido, o artesanato do litoral paranaense, com todo o seu nível de desenvolvimento e seus projetos, apresenta um potencial muito elevado. Porém, não se pode ignorar o fato dele, mesmo direcionado ao mercado capitalista, estar carregando de particularidades inerentes da arte popular (ou do artesanato popular). Isso caracteriza o artesanato do litoral paranaense frente ao que explica CANCLINI¹², citado por CUNHA (1994, p.17) "(...) é que os produtos considerados artesanais modificam-se ao se relacionarem com o mercado capitalista - o turismo, a 'indústria cultural' - e com as formas modernas de arte, comunicação e lazer. Mas não se trata simplesmente de mudanças no sentido e na função do artesanato; constitui uma fatia de uma crise geral de identidade que existe nas sociedades atuais."

Conforme VILA NOVA (1995 p.50):

Começamos por observar que não é gratuitamente que, com frequência, artesanato e folclore são associados ao turismo. Alguns, ingenuamente, creio eu, imaginam o artesanato como estímulo ao turismo, como chamariz de uma região para o viajante em férias. Outros, mais realisticamente, acredito, vêem no turismo um incentivo ao desenvolvimento de atividades artesanais que, sem a oportunidade da comercialização, tenderiam a definhar.

O autor a título de exemplificação cita o caso da cidade de Juazeiro do Norte, onde devido à presença de Padre Cícero, o turismo religioso se desenvolveu rapidamente, fazendo com que a comunidade despertasse para a oportunidade de desenvolvimento econômico, se transformando numa das principais cidades do nordeste em vendas de produtos artesanais. Neste caso, não foi a presença do artesanato que atraiu os turistas, pelo contrário, a presença dos turistas permitiu o desenvolvimento do artesanato na região.

O artesanato, ao ser incrementado com a expansão do turismo, sustenta uma ampla rede econômica desenvolvida desde a captação da matéria-prima, a produção e a circulação do produto final, aumentando a receita advinda com a

¹² CANCLINI, N. G. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1981.

atividade turística do município. E por esse motivo ele se faz importante, principalmente em municípios que já possuem destaque dentro do mercado turístico regional, e que ainda apresenta um grande número de habitantes alheios ao processo, principalmente (no caso de Morretes) a comunidade periférica, rural. Neste sentido, BARROS (1971, p.179) comenta:

Sem querer limitar a intervenção dos poderes oficiais aos projetos que requerem maior inversão de capitais dentro dessas áreas, ou que possam conduzir à criação de pontos germinativos, sem falar naqueles necessários ou de base para o desenvolvimento global; e que exigem, assim, um planejamento total de cada área no sentido de sua valorização - pode ser admitida uma ação de incentivo artesanal, através dos núcleos rurais, visando ao melhor aproveitamento das artes e ofícios comuns às populações do campo e mesmo suburbanas de certas comunidades do interior.

Na verdade, não se pretende com este trabalho propor intervenções, mas incentivos ao desenvolvimento sustentável da atividade e à inserção e participação de parte da comunidade num processo onde ela ainda se encontra excluída.

Porém, o artesanato, do ponto de vista comercial, depende do marketing e da conseqüente conquista do consumidor (turista). E neste sentido, devem ser tomados alguns cuidados para evitar que se caia na descaracterização do produto artesanal. VILA NOVA (1995, p.51) neste sentido coloca:

O fato é que - e isso nos interessa de perto - ao procurar adquirir algum trabalho artesanal, ao comprador interessa saber se a peça de artesanato é representativa de alguma região. Representativa não só na matéria de que é feita, mas também no tema de que trata ou nos fins a que se destina. E essa preocupação, ou sua deformação ingênua, aliada à intensificação do comércio derivado do incremento do turismo, é que tem gerado aquele abominável tipo de artesanato encontrável em qualquer aeroporto, em qualquer estação rodoviária do Norte e do Nordeste, que traz a inevitável inscrição: Lembrança de Maceió, ou de Recife, João Pessoa, Natal, etc. (...) Trata-se de um artesanato já não popular, porque moldado pelas presumíveis expectativas do comprador, mas mediocrementemente popularesco, no qual a imaginação e a criatividade do artesão cederam lugar a fórmulas e maneirismos previsíveis. Evidentemente, esse artesanato pobre que infesta lojinhas de aeroporto e de estação rodoviária pouquíssimo ou nada tem de representativo da cultura de alguma região, estado ou cidade.

O consumidor exerce influência na produção artesanal, e esta, para se manter, busca oferecer alternativas que sejam adequadas às mudanças no gosto de seus consumidores. BARROS (1971, p.197), neste sentido coloca que "por mais que se possa estranhar o papel que tem assumido o artesanato, sua atual posição é a de entretenedor de certos aspectos de arte, servindo particularmente a

determinadas camadas sofisticadas ou desejosas de fugirem às marcas comuns e sempre à procura do singular e do inédito.”

Ainda é de se notar que o desenvolvimento do artesanato, num aparente paradoxo, depende dos estímulos pecuniários derivados de sua comercialização sistemática, pois artesão nenhum no mundo, ao menos em uma economia de mercado, pode dedicar-se, predominantemente ou exclusivamente, a um trabalho cujo produto não tem comprador. A intensificação da comercialização do produto artesanal e sua conseguinte difusão é geradora também da disseminação de técnicas, de temas populares ou não, de padrões de elaboração artesanal e utilização de matéria-prima, provocando a troca de experiência entre artesãos das regiões mais distantes e diferentes, quer geográfica, quer culturalmente. (VILA NOVA, 1995 p. 53-4)

CANCLINI ainda ressalta que “nas lojas urbanas de artesanato, nos museus, na publicidade e no turismo, como se pode ver, as representações e práticas subalternas são reestruturadas com a finalidade de se tornarem compatíveis, para que inclusive colaborem para o desenvolvimento do sistema econômico.”

O que se percebe nas lojas de artesanato do litoral, é que as peças artesanais comuns da região (autênticas) “são muito procuradas por compradores diversos, mas rareiam nos mercados litorâneos, substituídas por peças industrializadas, a maioria vinda de outros estados. (...) As tradicionais esteiras de piri, os chapéus de palha, tamancos e as colheres de pau de caxeta, o caboclo faz só para seu próprio uso.” (RODERJAN, 1981, p.49) O artesanato local seria fortalecido se a própria comunidade aderisse ao seu consumo, em detrimento de outras mercadorias estrangeiras.

3 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA

A pesquisa, que subsidia este trabalho, foi realizada no município de Morretes, situado no litoral do estado do Paraná, às margens do Rio Nhundiaquara. Os objetos pesquisados (fandango e o artesanato) foram analisados e se apresentam nas últimas seções, pois a primeira seção objetiva apresentar uma breve caracterização do ambiente de pesquisa, o município de Morretes, onde os objetos estão situados.

3.1 O MUNICÍPIO DE MORRETES E O TURISMO

Morretes é um importante município do estado do Paraná, que ocupa um lugar privilegiado na história por ter sido uma das primeiras regiões do Estado a ser colonizada. Sua fundação data de 31 de outubro de 1733, quando o Ouvidor Rafael Pires Pardinho determinou que a Câmara Municipal de Paranaguá demarcasse 300 braças em quadra onde seria a futura povoação de Morretes. Os primeiros habitantes de Morretes que se fixaram na região eram, na sua maioria, de descendência paulista. Aos poucos se misturaram com o gentio, assimilando os pequenos grupos indígenas que lá se encontravam. As terras foram ocupadas lentamente pelos descendentes desse primeiro grupo e por imigrantes que vieram no século XIX.

O município situa-se na zona fisiográfica do Litoral Paranaense, estendendo-se da encosta da Serra do Mar para o leste e seu clima é tropical superúmido, com os meses mais frios isentos de geadas e sem estações secas. Sua área é de 693,640 km², e de acordo com o censo do ano 2000 (IBGE), sua população é de 15275 habitantes, sendo 8122 habitantes na área rural e 7153 habitantes na área urbana. Quanto à divisão administrativa Morretes possui dois distritos que são Porto de Cima e São João da Graciosa.

O setor de serviços é o de maior participação no PIB municipal, correspondendo a 65,87%, seguido pela agropecuária que tem uma participação de 27,66% (Fonte: Paraná Cidade). A principal atividade comercial é o turismo, sobressaindo-se o turismo gastronômico.

A gestão turística municipal de Morretes é atribuída à Secretaria Municipal de Turismo e ao Conselho Municipal de Turismo. Este, porém, é atualmente pouco representativo e atuante nas questões pertinentes. O município está engajado na terceira fase do PNMT (Programa Nacional de Municipalização do Turismo).

Ao analisar a oferta turística do município verifica-se que o conjunto dos atrativos turísticos é diversificado, refletindo grande riqueza natural e cultural. A Floresta Atlântica é a base de toda a oferta de atrativos naturais do município, que se resume em rios, corredeiras, quedas d'água e a Serra do Mar, com seus cumes e trilhas interpretativas. Entre os atrativos naturais mais visitados estão o Conjunto Marumbi, cujo pico principal recebe o mesmo nome, e o rio Nhundiaquara, muito procurado para a prática do bóia-cross – que consiste em descer o rio em grandes bóias –, devido as suas corredeiras, e para banhos.



FIGURA 1 - FOTO DO CONJUNTO MARUMBI



FIGURA 2 – FOTO DO RIO NHUNDIAQUARA

O município abriga aspectos históricos e culturais de grande relevância que passaram a serem aproveitados para a atividade turística nos últimos anos. Morretes teve importante papel no desenvolvimento econômico e político do Estado. O centro histórico e seu casario colonial, suas igrejas que datam do século XIX e seus caminhos antigos são reflexos de sua trajetória, marcada ainda pela influência dos imigrantes, principalmente italianos, que ali se instalaram no século XIX.



FIGURA 3 - FOTO DO CASARIO COLONIAL

No âmbito cultural, Morretes foi berço de artistas consagrados – estadual e nacionalmente – como João Turin, Theodoro de Bonna, Lange de Morretes, entre outros. Porém, devido a pouca divulgação destas personalidades e seus feitos, a atratividade que esse legado representa no município é quase nula.

O atrativo histórico mais utilizado para o turismo é o Centro Histórico, tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Há ainda os edifícios históricos do distrito de Porto de Cima, os caminhos coloniais (como o caminho do Itupava e o da Graciosa) e as manifestações e usos populares.

Entre as manifestações e usos populares, a gastronomia obtém maior destaque por ser um dos principais fatores de atração turística de Morretes. Um grande número de visitantes se desloca até o município para comer o barreado, seu prato típico. Isso corrobora na comercialização de produtos gastronômicos característicos, como doces caseiros e balas de banana, licores, as famosas cachaças Morreteanas produzidas nos alambiques locais, bem como fomenta a comercialização do artesanato local e a divulgação do fandango. O comércio da produção artesanal é feito nas barracas à beira da Estrada da Graciosa, no

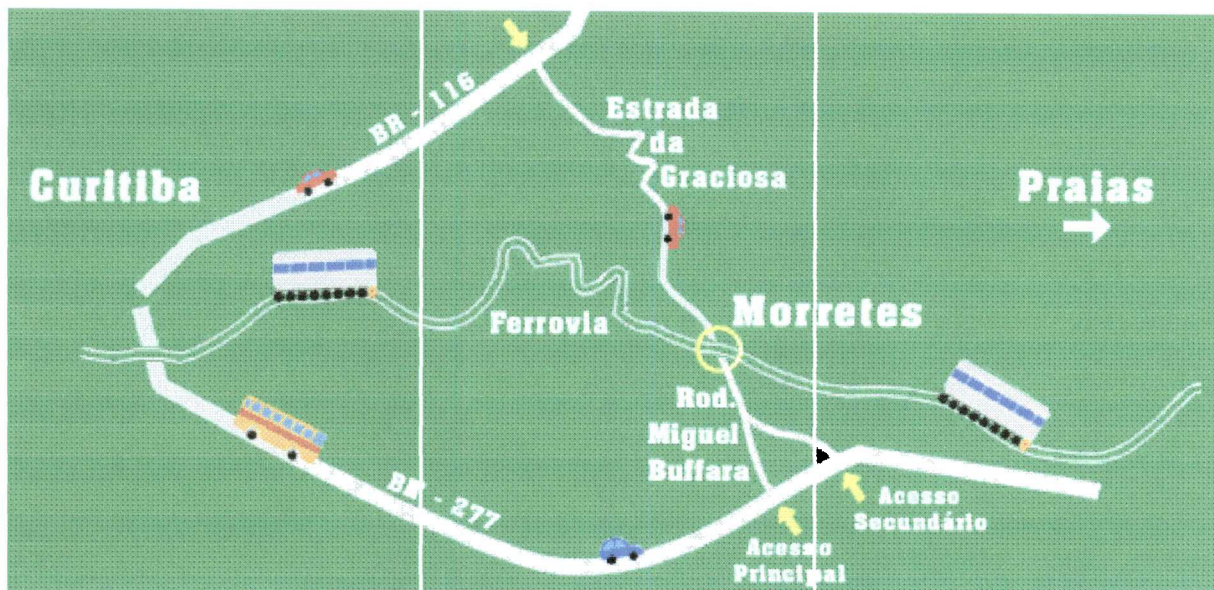
povoado de São João da Graciosa, nas lojas de artesanato e na pequena feira de artesanato que acontece aos finais de semana e feriados no centro da cidade. As principais festas realizadas no município exercem atratividade turística de abrangência regional e até mesmo estadual e são relacionadas com seus produtos típicos, são elas: a Festa da Cachaça, a Festa do Barreado e a Festa Feira Agrícola e Artesanal. Estes eventos são muito importantes para a divulgação dos produtos e da cultura do município.

Com relação aos equipamentos e serviços turísticos, o município conta com três hotéis, dezesseis pousadas e um albergue da juventude. Há também áreas para *camping* em algumas pousadas e em áreas de lazer no entorno do município. Os hotéis estão situados no centro da cidade e as pousadas, embora também haja algumas na região central, estão em sua maioria espalhadas na região de Porto de Cima e na Estrada da Graciosa. Existe uma grande diversificação quanto aos tipos de estabelecimentos e serviços ofertados, ampliando assim o atendimento a visitantes de diferentes perfis.

Em todo o município existem vinte e um restaurantes que se concentram em sua maioria na região central. O prato típico local, o barreado, é a especialidade predominante em quase todos os restaurantes do município e são poucos os estabelecimentos que têm como especialidade outro tipo de culinária.

Um ponto positivo quanto ao atendimento ao turista é a existência de um Centro de Visitantes, localizado na Casa Rocha Pombo, que funciona todos os dias. Além de oferecer informações turísticas do município, há exposições e materiais referentes aos principais artistas da história de Morretes. Existe também uma associação de condutores de turismo local, chamada Aguias Marumbi, composta de apenas oito condutores, formados pelo SENAC, que levam os visitantes para conhecer os atrativos turísticos do município que são muitas vezes de difícil acesso.

No que tange à infra-estrutura, Morretes possui três vias de acesso: a rodovia federal BR-277 e a estadual PR-411, ambas em bom estado de conservação, e a Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba.



MAPA 1 – VIAS DE ACESSO AO MUNICÍPIO

Com relação ao transporte urbano, há poucos horários das linhas regulares entre o centro de Morretes e Porto de Cima, distrito mais visitado. Na segurança, o efetivo de patrulhamento da cidade é o suficiente, pois Morretes é um município tranquilo, com baixo índice de violência. No tocante à comunicação, a principal observação é que os postos telefônicos foram desativados, aumentando-se a quantidade de postos de auto-atendimento, que no caso são os telefônicos públicos espalhados pelo município. O sistema médico-hospitalar e a infraestrutura básica apresentam-se, de maneira geral, satisfatórios, atendendo às necessidades básicas do município.

Ao analisar a demanda turística de Morretes (Fonte: Estudo de Demanda feito pela Paraná Turismo em 2002), verifica-se que o turista que visita o município é proveniente em sua maioria da cidade de Curitiba e em menor escala da Região Metropolitana e do estado de São Paulo; possui em média idade entre 33 e 34 anos e renda mensal de US\$ 968,90; viajam de automóvel com a família e utilizam, na maioria, hotéis e pousadas como meio de hospedagem. A maioria dos turistas visitam o município uma vez por ano, permanecendo em média de quatro dias e com gasto médio diário de US\$ 5,6, vindo em busca das belezas naturais da Serra do Mar, dos aspectos históricos e culturais e da gastronomia típica.

Porém, a demanda real do presente trabalho (que constitui a grande maioria da demanda do município) é formada por visitantes - que permanecem menos de

24 horas e não pernoitam no município – provenientes de Curitiba que se deslocam em busca da gastronomia local, principalmente aos finais de semana. Esses visitantes se deslocam até Morretes para comer o barreado, que já tem uma relação histórica com o fandango, e depois transitam pelo centro histórico para observar o que o município tem a oferecer a eles. Por meio do desenvolvimento do fandango e do artesanato em Morretes, pretende-se aumentar o tempo de permanência desses visitantes no município, visto que essa demanda não utiliza os outros equipamentos e serviços disponíveis no município.

Os turistas e visitantes que poderiam se deslocar a Morretes motivados pelos seus aspectos históricos e culturais são considerados uma importante demanda potencial, assim como aqueles que já se dirigem ao município interessados na prática do ecoturismo¹, pois pela própria definição de ecoturismo, buscam também a preservação e o contato com a cultura local.

3.2 FANDANGO EM MORRETES

Não se sabe ao certo como e quando o fandango foi inserido no município de Morretes. Sua história e suas características são as mesmas de todas as manifestações encontradas no litoral do Paraná. Porém, foram encontrados documentos onde o fandango de Morretes é apresentado com algumas alterações em relação aos demais fandangos do litoral, mais especificamente, do fandango da Ilha de Valadares e de Paranaguá: “Em Valadares há um defeito. Nós aqui valseamos, lá só tem pé, pé, pé. Nós também trocamos pares, fazemos trançados. Lá é uma coisa só. Até o *Chico* (marca que pode ser dançada de dois ou quatro pares, podendo atingir seis rodas) deles não tem valseado”. (LOPES, Adélia - 1986).

De modo geral, o fandango em Morretes era realizado de maneira semelhante aos outros fandangos da região: no “entrudo” (precursor do carnaval) e nos sítios, por ocasião do *pixirão* (ou *pixirum*), quando os vizinhos auxiliavam o

¹ É interessante observar que na definição de ecoturismo ou turismo ecológico os aspectos da cultura local também se constituem atrativo turístico: “um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas” (Embratur).

dono da colheita nos trabalhos de roçada ou plantação. O fandango de *finta* (arcaísmo que quer dizer coleta) era feito em qualquer ocasião, bastando que todos colaborassem na compra dos *preparos*. Seus dançarinos chamavam-se *folgadores* e *folgadeiras*, porque dançavam na folga do sábado para o domingo. Porém, com as dificuldades enfrentadas pelas crises econômicas, o desinteresse dos jovens, o pós-guerra, a ditadura militar, enfim, o fandango de Morretes foi enfraquecendo e se perdendo. Como a tradição sempre foi transmitida oralmente e através da observação e reprodução entre os próprios caboclos, com a morte dos mesmos, muitas marcas e batidas se perderam no tempo.

Em meados da década de 70, a professora Helmosa Salomão Richter, desperta a atenção para a importância do fandango em Morretes e inicia um projeto que viria a dar vida a uma manifestação quase extinta entre os morretenses. Este projeto foi feito por meio da Secretaria da Cultura da Prefeitura de Curitiba e se chamava PRODEARTE. Através de pesquisas, Helmosa identificou os folgadores de Morretes, reunindo-os periodicamente em sua casa para bater o fandango, comer barreado e outros quitutes das folgadeiras da época e colocou todos esses batedores de fandango para ensiná-lo aos mais jovens. É através dos documentos recolhidos neste período que se baseiam praticamente os conhecimentos atuais do fandango de Morretes e suas diferenças em relação aos fandangos de outros locais.

Porém, constata-se que o fandango que Professora Helmosa buscou resgatar já havia perdido muito de suas características. Nesta época, por motivos universais, estabeleceu-se um intercâmbio intenso entre os diversos grupos de fandango da região. Inclusive, registram-se viagens pelo Brasil do grupo de fandango de Morretes, juntamente com os fandanguheiros de Paranaguá, representados pelo mestre Romão, amigo de Helmosa, na época.

Não restam dúvidas de que o fandango de Morretes teve seus tempos áureos quando era supervisionado pela professora Helmosa Salomão Richter, que através do fandango levou o nome de Morretes a vários estados brasileiros. Com este projeto, Morretes conseguiu preservar a memória de seus cidadãos, porém, o ato folclórico em sua essência parece não ter resistido ao tempo e às influências da modernidade. Os antigos folgadores e tocadores de fandango sobrevivem ao tempo carregando atualmente consigo suas histórias e sua memória, porém com o

corpo e a saúde debilitada para permitirem que perpetuem seus conhecimentos práticos.

Com o falecimento de Helmosa Salomão Richter, o fandango novamente perdeu sua força. E dois anos após o seu falecimento o fandango foi novamente resgatado com a colaboração da prefeitura através do projeto cultural “Grupo de Fandango Professora Helmosa”, idealizado por Laurice Salomão de Bonna, irmã da Professora Helmosa, no ano 2001. Neste projeto, a Prefeitura contratou instrutores jovens de Paranaguá para ministrar aulas de fandango a jovens e adolescentes de Morretes. Também montou um tablado no coreto da Praça dos Imigrantes, para que o grupo pudesse ensaiar e fazer apresentações aos turistas. Este Grupo realiza ensaios semanais e apresenta seu trabalho nas festas municipais e nos eventos a que são convidados, além de fazer apresentações esporádicas aos finais de semana no coreto da Praça dos Imigrantes. Atualmente é formado por 10 casais, e está permanentemente convidando os moradores para que venham a integrá-lo. Um dos instrutores também está ensinando o fandango para crianças do ensino fundamental, e já se tem um grupo de “fandanguinho” formado.

3.3 ARTESANATO EM MORRETES

Na produção doméstica de Morretes, é importante distinguir artesanato de indústria caseira. A indústria caseira consiste na fabricação doméstica de sabão, farináceos, conservas, bebidas e velas. A “distinção é feita pelo objeto, pelo resultado final” como salienta Alice Inês de Oliveira e Silva. (OLIVEIRA E SILVA, 1982, p.28). Portanto não serão analisados artigos gastronômicos típicos do município, como balas de banana, gengibre, *chips*, pingas artesanais, etc, mas apenas o artesanato (folclórico, popularesco e erudito) do local.

O artesanato de Morretes se confunde com o artesanato do litoral de um modo geral, pois utilizam basicamente as mesmas matérias-primas e fazem praticamente os mesmos produtos. Entretanto, a produção artesanal no município em questão é muito rica justamente pela variedade de matérias-primas características da região que são utilizadas. No artesanato feito na região de Morretes encontram-se cestarias e trançados feitos em cipó, bambu, taquara; em

menor escala também é utilizada a fibra da bananeira; a cerâmica de barro e as técnicas de macramé características de Morretes, também conhecido como “brólia” ou “abrolhos”, sendo que ambos têm atualmente uma produção pequena; as violas, rabecas e outros instrumentos de caxeta feitos pelo seu Martinho – que atualmente encontra sérias dificuldades para trabalhar (devido à sua idade avançada), o que prejudicou muito a venda dos instrumentos, chegando até a ser considerada praticamente nula –, enfim, esses são os produtos que caracterizam o artesanato próprio do local. No que tange ao artesanato feito com matéria-prima industrializada, estão os crochês, os bordados, os trabalhos feitos com palitinhos de madeira industrializados entre outros.

Ressalta-se que os artesãos de Morretes nem sempre nasceram e viveram no Município; muitos vieram de fora e podem ter aprendido técnicas artesanais diferentes, como também o manejo de diferentes matérias primas. Daí a existência de um sem número de matéria-prima utilizada, industrializada ou não, bem como de artesanato feito com a matéria-prima local porém de maneira não usual para a produção tradicional, como luminárias feitas de folha de bananeira e cipó.

Os artesãos estão organizados através da Associação dos Artesãos de Morretes, a ARTEM, criada em 23 de maio de 1989. A ARTEM conta hoje com aproximadamente 50 associados, e para se associar o artesão tem necessariamente que ter residência em Morretes. A Prefeitura cedeu um espaço para que os artesãos cadastrados exponham seu trabalho, que se constitui no único espaço em que é vendido somente o artesanato feito em Morretes.

O município conta hoje com cinco lojas que vendem artesanato. Em todas a incidência de artesanato feito em outros locais que não Morretes é muito grande, mesclando-se com a produção local e dificultando a identificação do que é feito em Morretes ou não.

Além do espaço cedido para a ARTEM e dessas cinco lojas, a produção artesanal local é exposta nas festas municipais, nas barracas situadas ao longo da Estrada da Graciosa e na Feira de Artesanato, que acontece aos finais de semana e feriados. Esses são os meios de comercialização pelos quais o artesanato está sendo aproveitado turisticamente no município.

4 RESULTADOS DA PESQUISA REALIZADA

As pesquisas realizadas para esse presente trabalho foram feitas com o intuito de se aprofundar a visão teórica com relação ao fandango e o artesanato de Morretes e de confirmar algumas das hipóteses anteriormente colocadas. Ela foi dividida em três etapas, onde serão apresentadas apenas duas, visto que o resultado da primeira etapa da pesquisa¹ esta sendo apresentado nos primeiros capítulos deste projeto, que abordam o marco teórico do presente trabalho. Os dados mais relevantes obtidos através da análise da 2ª e da 3ª etapa, que compreendem entrevistas registradas e questionários aplicados, respectivamente, se apresentam de acordo com a ordem em que foram aplicados.

4.1 SEGUNDA ETAPA - ENTREVISTAS REGISTRADAS

Esta etapa foi realizada entre o final do mês de novembro e o início de dezembro de 2002, na qual registraram-se entrevistas em fita cassete, além de visitas informais a artesãos, lojas de artesanato, restaurantes, secretarias municipais, departamentos de pesquisa, espaços culturais e pousadas, todas visando à comprovação de hipóteses referentes a exploração e observação.

Foram entrevistadas pessoas que pudessem contribuir para uma maior compreensão sobre como é o fandango e o artesanato em Morretes e qual a sua situação dentro da atual conjuntura, sob a ótica de diferentes áreas do conhecimento. A respeito do fandango, buscou-se saber mais informações sobre essa manifestação e sobre a importância de se conservá-la, bem como verificar como está sendo feita a sua utilização para o turismo. No tocante ao artesanato, a intenção foi averiguar como são as práticas artesanais atualmente (quais as matérias-primas mais utilizadas, os principais produtos locais, etc.), como é a atuação da Associação dos Artesãos de Morretes (ARTEM) e quais são suas atribuições, e como é feita a comercialização da produção artesanal local no Município. Algumas informações coletadas pelas entrevistas foram utilizadas para

¹ A primeira etapa envolveu pesquisas bibliográficas e documentais, incluindo-se levantamentos de gabinete e bibliográfico, além de pesquisas de campo para identificar líderes e principais responsáveis pelo fandango e o artesanato do Município.

caracterizar o fandango e o artesanato em Morretes, nos capítulos 2 e 3 deste trabalho.

4.1.1 Metodologia

Estas entrevistas foram elaboradas de maneira semi-estruturada utilizando amostragem por julgamento e aplicadas com o auxílio de um rádio gravador. Ao todo foram computadas seis horas de entrevista, aproximadamente. Foram entrevistadas oito pessoas: o Secretário de Turismo de Morretes; um empresário do *trade* turístico local, proprietário de um restaurante; a Chefe de Divisão de Cultura; a Presidente da Associação dos Artesãos de Morretes e Coordenadora do Artesanato pela Prefeitura; dois artesãos; uma instrutora do fandango; e um pesquisador pós-graduado em antropologia cultural.

4.1.2 Resultados

Segundo as informações obtidas, verifica-se que o artesanato passou a ser mais valorizado e a ter sua comercialização também voltada para o turismo, com o apoio da atual gestão e com o recente incremento da atividade turística.

Com relação à ARTEM (Associação dos Artesãos de Morretes), sua principal atribuição é fazer com que os artesãos tenham maiores oportunidades de demonstrar e divulgar o seu trabalho, e para isso é interessante que os artesãos se conscientizem dos possíveis benefícios e se associem.

Como a maior parte dos artesãos de Morretes não se concentra no núcleo urbano, mas habita a zona periférica (zona rural), vindo ao centro apenas quando necessário e muitas vezes desconhecendo a existência da ARTEM, a coordenadora do artesanato utiliza um Programa da Prefeitura para detectar “novos artesãos” morretenses. O programa utilizado é o “Um Dia de Prefeitura”, em que toda a prefeitura vai para um bairro distante atender à população do local. Todas as secretarias municipais participam do programa e cada uma cumpre sua função. Neste programa, o trabalho da Coordenadora do Artesanato é buscar novos artesãos, novos tipos de artesanato que estejam sendo desenvolvidos pelos que habitam essas áreas mais distantes, na periferia do município. Mesmo que

que eles não se associem, precisam ser cadastrados. Muitos artesãos não se associam devido a motivos como a falta de conscientização quanto ao valor de venda de seu artesanato ou até mesmo quanto ao custo/benefício que lhes é oferecido. Constatase também que a obrigatoriedade de pagar pela adesão, pagar mensalidade e deixar 10% do valor em vendas à Associação assusta alguns artesãos, além de se detectar algumas rixas pessoais entre os mesmos. Também se observa que muitos fazem artesanato como um passatempo, e entre esses artesãos há os que não reconhecem o valor de seus produtos, e não expõem seu trabalho por não acreditar que possam ser vendidos (conforme citação de HEYE no capítulo 2.3.2, p.28).

Os entrevistados ligados ao artesanato mencionaram a intenção da ARTEM em montar uma cooperativa entre os artesãos já no ano de 2003. Segundo eles, a ARTEM já possui um grande apoio do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e também da UNIARTE (Universidade Livre do Artesanato e Cultura Popular do Paraná) na constituição dessa cooperativa, porém a associação necessita ainda comprar um espaço adequado e adquirir alguns instrumentos necessários ao trabalho para que todos os artesãos possam trabalhar dentro dela.

Alguns problemas relacionados ao artesanato foram evidenciados, como o da sustentabilidade de uma das matérias-primas utilizadas pelos artesãos, que é o caso do cipó imbé. Sua extração é proibida pelo IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis), uma vez que não existe lei que a regule. Sua extração exige alguns cuidados que se não forem seguidos colocam em risco a vida da planta mãe, que é a responsável pela regeneração do cipó. A extração irregular e predatória pode comprometer o desenvolvimento e a quantidade de cipó na mata. Ou seja, um possível aumento da demanda por produtos feitos de cipó, juntamente com sua extração irresponsável, poderá acarretar em problemas futuros, como o baixo índice de cipó nas matas ou até um risco de extinção. A partir disso se chega a outro problema, o da gestão controlada dos recursos utilizados pelos artesãos de Morretes, pois os mesmos dependem da extração do cipó imbé economicamente, sendo que a sua extração não é legalizada.

Outra questão que se mostrou delicada é a da importação de produtos artesanais para o município, principalmente porque envolve comerciantes de Curitiba que instalam suas lojas de artesanato em Morretes. Na opinião dos entrevistados que possuem relação com o artesanato, a existência dessa grande quantidade de artesanato produzido fora de Morretes toma o lugar da produção artesanal local, e também não há a valorização dos produtos próprios da cidade por parte da maioria das casas de artesanato de Morretes. Em contrapartida, na visão do empresário do turismo, o artesanato trazido de fora da cidade tem o papel de incrementar a produção artesanal do município. A partir dessas colocações, evidencia-se a necessidade de soluções alternativas que possam envolver e beneficiar estes comerciantes juntamente com os artesãos locais.

Quanto ao fandango de Morretes, parte dos entrevistados concorda que ele foi resgatado no município com o trabalho da professora Helmosa, porém, neste resgate a manifestação perdeu seu caráter folclórico para se transformar em representação tradicional. Constatou-se que naquela época houve uma miscigenação dos grupos tradicionais onde as variações estabelecidas durante décadas (apresentadas no marco teórico do fandango) se perderam. Atualmente, portanto, todos os fandangueros, sejam de Morretes ou de Paranaguá, apresentam estilos semelhantes no tocante ao ritmo e a batida do fandango.

Segundo os pesquisadores entrevistados, esse fato não deve ser encarado como prejudicial, mas válido, partindo-se do princípio de que existem diversas formas de fandango e todas possuem objetivos diferentes. Dar um *show* para ganhar dinheiro é descaracterizar o fandango transformando-o numa representação, porém divulga a região de onde ela vem e fortalece sua identidade.

Já no tempo da professora Helmosa, o ato folclórico do fandango se perdeu e o que se resgatou foi o fandango aplicado e o de imprensa. A ação foi extremamente válida, segundo alguns entrevistados, justamente porque com a criação do grupo de fandango, houve uma divulgação dos municípios do litoral do estado e uma busca pelo resgate de tradições que estavam se perdendo. Naquela época, o fandango de Morretes chegou a ganhar um prêmio de melhor batida de fandango do Brasil em uma apresentação no Palácio do Catete no Rio de Janeiro. Daí se tem uma idéia do poder de divulgação de uma localidade que a dança “folclórica” oferece.

Alguns entrevistados comentaram sobre o fenômeno da “opressão da fé”, onde a comunidade local (que historicamente sempre foi muito mística), ao se converter a fé das igrejas evangélicas pentecostais, abandonam, negam e combatem o fandango, suas músicas, festas, tradições e costumes.

Outra informação da qual a maioria dos entrevistados concorda é a de que o fandango possui estreita relação com o barreado. Sua relação é historicamente comprovada e neste sentido, os restaurantes de barreado no município possuem um papel chave. Ao venderem seu produto, oferecem a oportunidade de divulgar aos turistas a história do barreado, que se relaciona à história do fandango. A partir de então se conclui que tanto o barreado contribui para a divulgação do fandango quanto o fandango deve contribuir para a divulgação do barreado.

Em entrevista com o proprietário de um restaurante que oferece o barreado aos turistas, constatou-se que existe a consciência desta relação benéfica e que, por esse motivo, há uma abertura para que os restaurantes ajudem a desenvolver tanto o fandango quanto o artesanato.

Em relação à conscientização da população de Morretes, foi apresentado o problema da necessidade de trabalhar com os jovens, pois muitos deles ainda ridicularizam o fandango vindo a considerá-lo dança de velhos. Quando o Grupo de Fandango foi resgatado em 2001 as dificuldades neste sentido foram facilmente percebidas devido à vergonha dos jovens e adolescentes. Com o tempo, os ensaios, o desenvolvimento do Grupo e as oportunidades, os adolescentes estão perdendo a vergonha e seus colegas, que antes os ridicularizavam, estão começando a aparecer nos ensaios para assistir.

A ausência de tocadores e dançadores no Município, está fazendo com que o grupo se envolva cada vez mais com os grupos de fandango das cidades vizinhas (como Paranaguá e Guaraqueçaba). Jovens e adolescentes, buscando aprender a tocar instrumentos, devem ir até os outros municípios vivenciar o fandango dos mesmos. Neste sentido, os adolescentes se sentem motivados e o envolvimento dos mesmos com a dança se apresenta como uma oportunidade de fazer novos amigos e novos contatos.

As informações obtidas com essas entrevistas revelam que o poder público atual concede um apoio muito importante para o desenvolvimento das duas manifestações em questão, reconhecendo sua importância como fator que agrega

valor ao produto turístico de Morretes. A maior representação desse apoio foi para o artesanato com a cessão do espaço onde fica a sede da ARTEM, e para o fandango, a contratação dos dois instrutores de fandango e o apoio na disposição de tablado para que o grupo possa se apresentar. O entrevistado representante do setor empresarial afirma estar aberto a disponibilizar algum tipo de apoio às manifestações quando for solicitado, e que isso é o que cada proprietário deveria fazer.

Todas as opiniões convergiram para uma visão muito positiva sobre a relação do turismo com o fandango e o artesanato. Ambas as manifestações corroboram de maneira significativa no desenvolvimento do turismo, agregando-se à oferta turística local e atraindo mais turistas para o município, pois o turista quer conhecer mais sobre a vida da comunidade local e quer levar algo que represente aquilo que ele observou. O turismo, por sua vez, estimula o desenvolvimento da produção artesanal local e gera condições para que o artesanato se sustente e ofereça melhores condições aos artesãos, e no caso do fandango, o turismo faz com que a dança e toda a sua lembrança seja exercitada, divulgando essa manifestação cultural e fazendo com que ela não seja esquecida.

4.2 TERCEIRA ETAPA - QUESTIONÁRIOS APLICADOS

Na terceira etapa foram aplicados questionários para os turistas e para a comunidade autóctone do município, em meados do mês de dezembro de 2002 e início de janeiro de 2003, que possibilitaram a coleta de dados qualitativos e quantitativos acerca dos aspectos culturais estudados por este trabalho e de sua utilização turística.

A amostra determinou, em valor aproximado, 94 questionários para a comunidade autóctone² e 98 questionários para os turistas³. As pesquisas para os

² A população do município de Morretes, segundo o censo 2000, é de cerca de 15.275 mil habitantes. Utilizando a metodologia adquirida através do curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio, ministrada pelo Sebrae Paraná, baseando o tamanho da amostra para nível de confiança de 95%, e considerando que a comunidade de Morretes é relativamente homogênea, o número aproximado de pessoas que deverão responder aos questionários deve ser de cerca de 96, com erro amostral de 10%.

³ Utilizando margem de erro amostral de 10%, sobre os dados recolhidos na última pesquisa de demanda do Litoral realizada pela Paraná Turismo, e com especialista em estatística da Paraná Turismo.

turistas foram aplicadas aleatoriamente nas duas principais praças do município, nas saídas de lojas de artesanato e na estação ferroviária, que são os principais pontos de movimentação turística. Já as pesquisas para a comunidade foram aplicadas em bairros e no centro. Considerando que aproximadamente 50% da população reside no meio urbano, foram aplicados 49 questionários nas áreas urbanas do município e 45 questionários nas vilas distantes, em zona rural. Nas próximas seções serão apresentados os objetivos da aplicação dos questionários e os resultados obtidos referentes aos turistas e à comunidade.

4.2.1 Pesquisa com a comunidade de Morretes

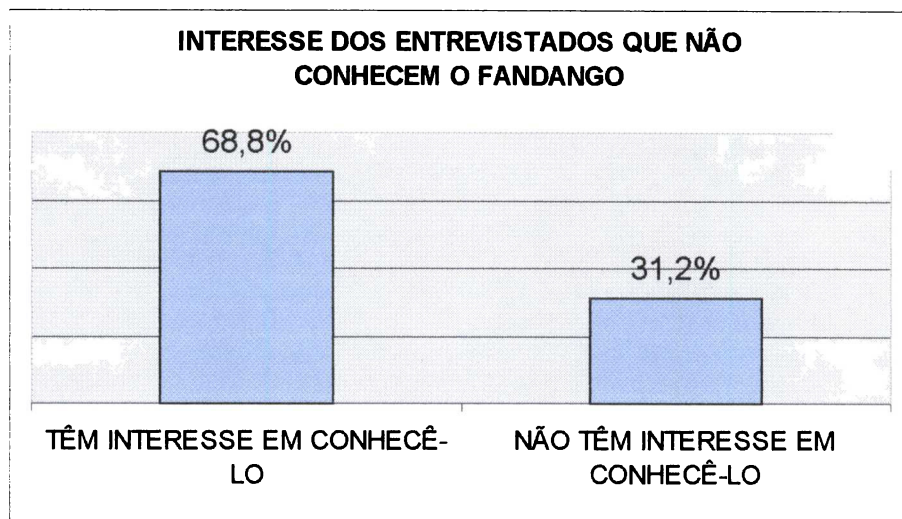
4.2.1.1 Metodologia

Essa pesquisa foi feita com o intuito de se verificar a importância do fandango para a comunidade de Morretes, analisando a conscientização e a identificação que a população possui com relação à manifestação. Buscou-se averiguar também a abrangência da divulgação do atual projeto de resgate do fandango feito pela prefeitura, bem como investigar qual a relação que a comunidade estabelece entre o fandango e o turismo. Com relação ao artesanato, o objetivo principal foi verificar a opinião da população quanto à comercialização e à qualidade e diversificação do artesanato local. Nas próximas seções serão apresentados a metodologia utilizada na aplicação dessas pesquisas e os resultados obtidos referentes aos turistas e à comunidade.

4.2.1.2 Resultados obtidos referentes ao fandango

Com relação ao fandango, 78 entrevistados (o que corresponde a 82,9% da amostra total) conhecem ou já ouviram falar do fandango de seu município. Dos entrevistados que não conhecem o fandango, cerca de 17,1% da amostra total, 31,2% não têm interesse em conhecê-lo. Constatou-se que 100% dessas pessoas que não têm interesse em conhecer o fandango são evangélicas.

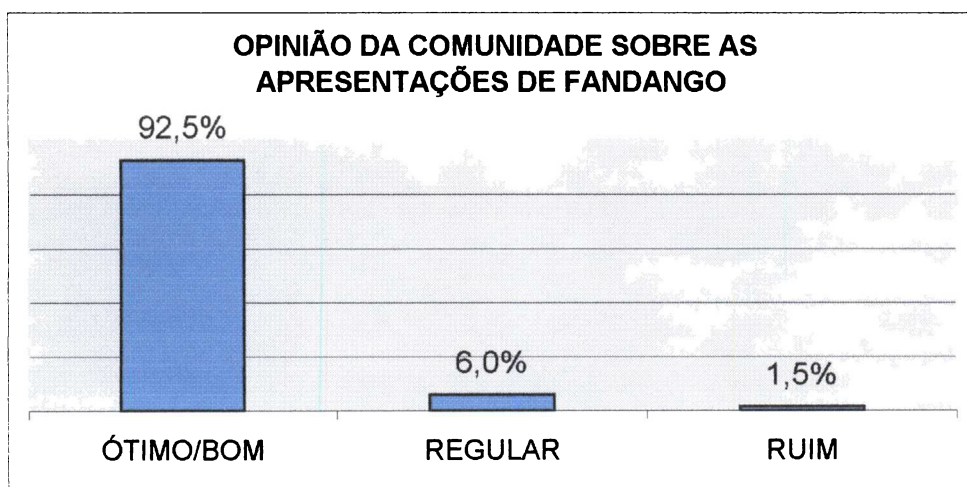
GRÁFICO 4.1 – INTERESSE DOS ENTREVISTADOS QUE NÃO CONHECEM O FANDANGO – DEZ 2002 E JAN 2003



Dos que conhecem ou já ouviram falar do fandango, apenas 13 já participaram alguma vez da manifestação, sendo que desses, 11 são pessoas com idade entre 49 e 84 anos que participaram do fandango há mais de dez anos.

Poucos entrevistados manifestaram a intenção de participar ativamente (por meio da dança) do fandango (20%). Dos que já assistiram a alguma apresentação de fandango, que são cerca de 85,8% da amostra, o grau de aprovação foi muito elevado, conforme o gráfico:

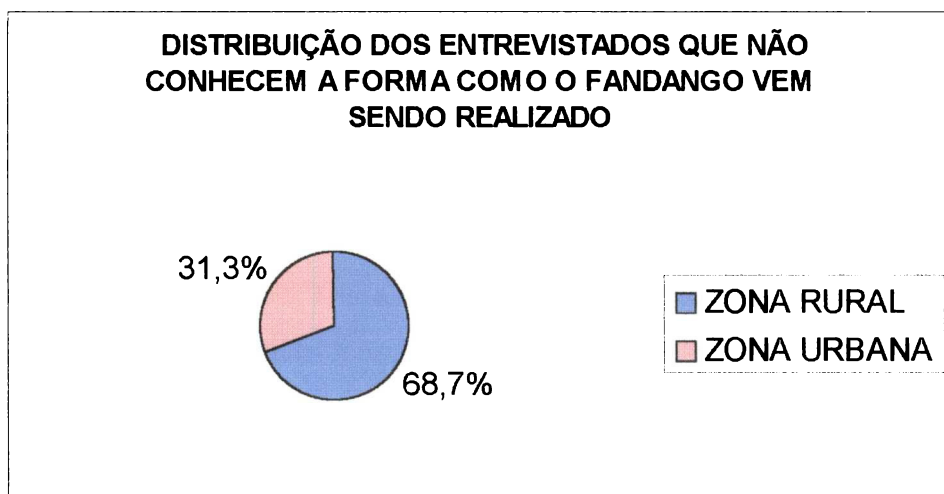
GRÁFICO 4.2 – OPINIÃO DA COMUNIDADE SOBRE AS APRESENTAÇÕES DE FANDANGO – MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003



Esse alto grau de aprovação justifica o também elevado número de entrevistados que apóiam a realização de apresentações regulares de fandango na cidade, que correspondem a 92,3% do universo dos que conhecem o fandango.

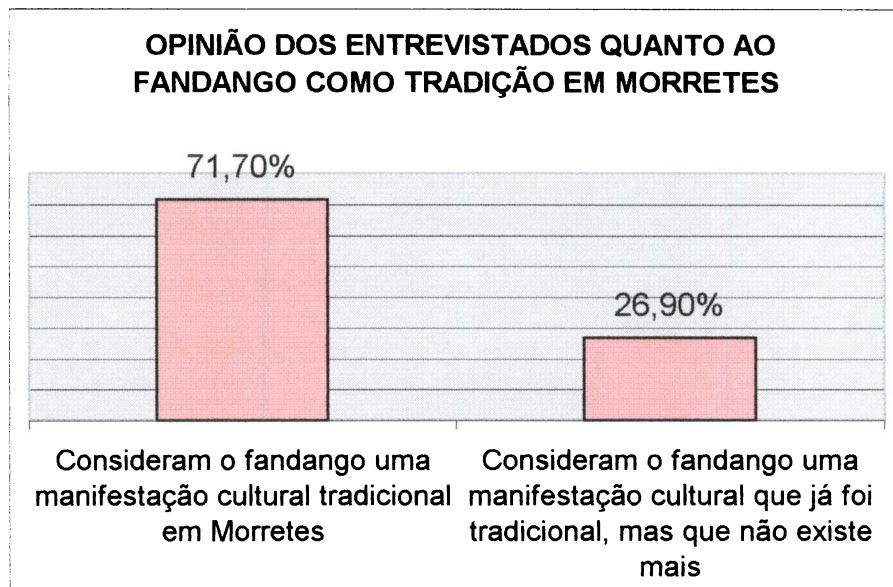
Cerca de 41% não sabe ou não conhece a forma como o fandango vem sendo realizado no município, o que indica a necessidade de maior divulgação na comunidade do trabalho de resgate do fandango que vem sendo realizado pela prefeitura municipal. Isso se aplica principalmente à zona rural, conforme o gráfico:

GRÁFICO 4.3 - DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS QUE NÃO CONHECEM A FORMA COMO O FANDANGO VEM SENDO REALIZADO EM MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003



O reconhecimento do fandango pela população como uma manifestação cultural tradicional no município é de grande importância para orientar ações que busquem seu resgate e divulgação, pois evidencia se há a identificação da comunidade com relação à manifestação.

GRÁFICO 4.4 - DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS QUE NÃO CONHECEM A FORMA COMO O FANDANGO VEM SENDO REALIZADO EM MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003



O gráfico 4.4 aponta para uma posição favorável da população quanto ao reconhecimento da manifestação como tradicional do município.

Por unanimidade o fandango é considerado importante para o município. Foram citadas inúmeras razões para essa importância pelos entrevistados, e entre as de maior incidência estão aquelas relacionadas com:

- a cultura e a história de Morretes;
- a importância do fandango para o turismo;
- meio de se fazer permanecer a tradição;
- diversão para a comunidade e para o turista;
- o resgate do passado.

A presença marcante de palavras como tradição, resgate, cultura, história, entre outras, evidencia que mesmo os entrevistados que afirmaram que o fandango não é mais tradicional em Morretes, reconhecem sua importância frente a esses aspectos e, principalmente, reconhecem que o fandango faz parte da história e da cultura do município. Se o universo dos entrevistados foi unânime em considerar o fandango importante para Morretes, pode-se interpretar que o município tem o fandango como parte de sua identificação. Outro ponto importante identificado foi o

de que o fandango representa diversão para a comunidade e para os turistas. Ou seja, aqui se observa que o fandango não é visto apenas como um espetáculo para ser assistido, e sim uma manifestação interativa, em que não se têm apenas espectadores, mas também, e principalmente, participantes. A menção ao turismo também se evidenciou, denotando que é reconhecida a manifestação do fandango como um atrativo cultural por parte da comunidade.

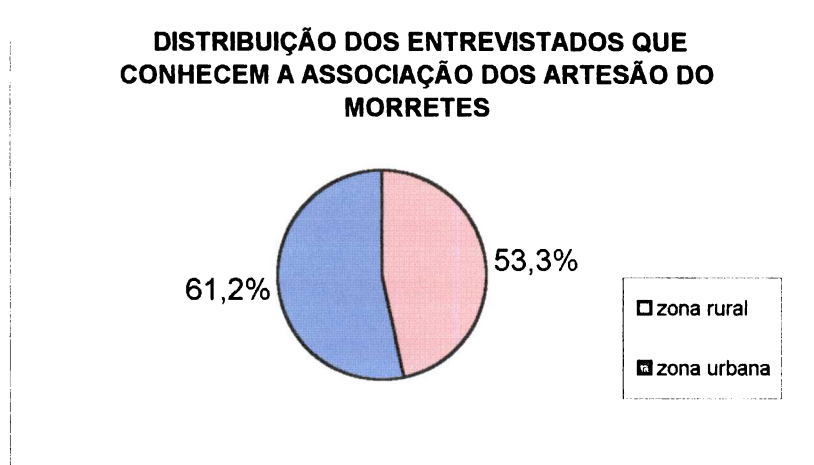
Ainda com relação ao turismo, na opinião de 96,15% dos entrevistados o fandango pode contribuir para o turismo em Morretes.

Esse parecer favorável da comunidade quanto à relação do fandango com o turismo é de extrema importância para o desenvolvimento de projetos que visem a utilização turística da manifestação, pois é a partir do envolvimento e da aprovação da comunidade local que se harmoniza as suas expectativas com os interesses do turismo, fortificando as bases de qualquer ação tomada dentro do município.

4.2.1.3 Resultados obtidos referentes ao artesanato

Do total da amostra de 94 entrevistados, 84 conhecem o artesanato de Morretes. A Associação dos Artesãos de Morretes é conhecida por pouco mais da metade dos entrevistados, cerca de 57,4%. Por apontar que mais da metade da amostra tem conhecimento da existência da associação, este dado é considerado expressivo, mas indica que a divulgação do nome e do trabalho da associação poderia se dar de maneira mais abrangente, principalmente na zona rural, segundo o gráfico abaixo:

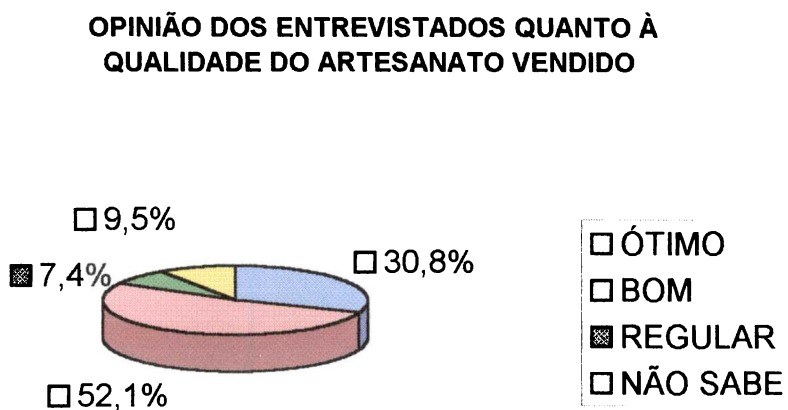
GRÁFICO 4.5 - DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS QUE
CONHECEM A ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DE
MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003



Foram identificados dentro do total da amostra seis artesãos: um é cadastrado na Associação dos Artesãos de Morretes e os outros cinco não. Dos artesãos que não são associados, 4 alegam que são artesãos informais e por isso não têm o interesse em se filiar e 1 tem problemas de saúde e não pode colher matéria-prima para ter uma produção regular. Um dos artesãos informais afirma que há falta de união dos artesãos dentro da associação.

Não é muito difundido entre a comunidade o costume de se comprar peças artesanais, representando 32,9% dos entrevistados. Apesar disso, a qualidade do artesanato vendido é aprovada pela maioria da amostra, sendo classificada como *ótima* por 30,8% e como *boa* por 52,1%.

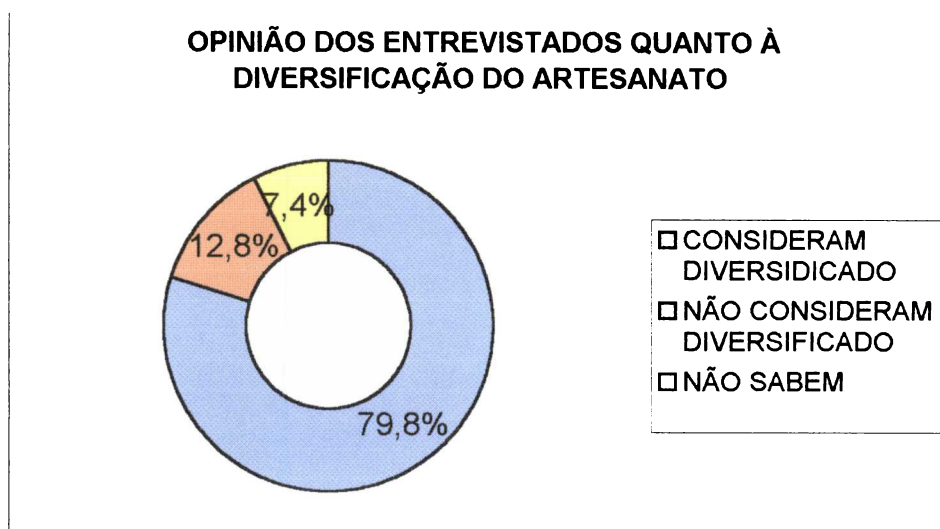
GRÁFICO 4.6 - OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS QUANTO À
QUALIDADE DO ARTESANATO VENDIDO EM
MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003



Alguns entrevistados ressaltaram que o artesanato poderia melhorar um pouco a qualidade do seu acabamento.

O artesanato de Morretes é considerado diversificado por 75 pessoas. As principais observações feitas pelas 12 pessoas que não consideram o artesanato diversificado foram relacionadas à falta de criatividade e à falta de exploração de outros materiais.

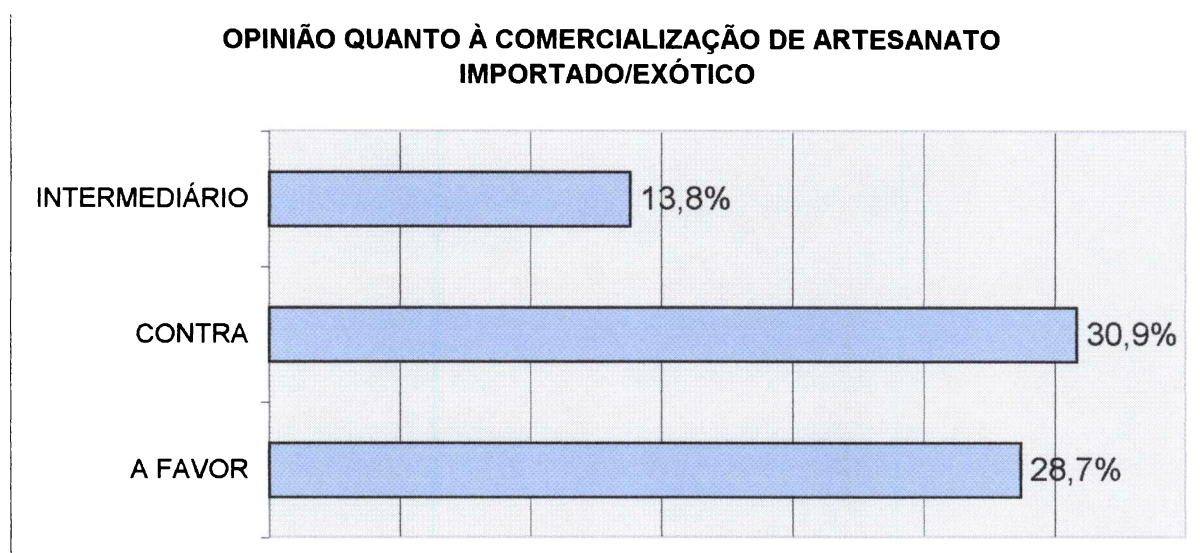
GRÁFICO 4.7 - OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS QUANTO À DIVERSIFICAÇÃO DO ARTESANATO VENDIDO EM MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003



Entretanto, dentro do universo de pessoas que o consideram diversificado verifica-se que uma significativa parcela (36,1%) é a favor da comercialização de artesanato de fora em Morretes justamente para diversificar mais a oferta local. Pode-se considerar que mesmo as pessoas que o consideram diversificado aprovaram o incentivo a novas criações dentro do artesanato local.

A opinião do total dos entrevistados sobre a comercialização no município de artesanato vindo de outras localidades se divide basicamente em três grupos: os que são a favor dessa comercialização, os que são contra e os que fazem ponderações entre o lado bom e o lado ruim desse fato. O gráfico abaixo mostra a proporção entre as opiniões da amostra dos que responderam a questão. Não responderam ou não sabiam responder a questão, 26,5% dos entrevistados.

GRÁFICO 4.8 - OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS QUANTO À COMERCIALIZAÇÃO DE ARTESANATO IMPORTADO/EXÓTICO EM MORRETES – DEZ 2002 E JAN 2003



O grupo dos entrevistados a favor da comercialização afirma que é positiva essa diversidade no artesanato, pois aumenta o volume de vendas e agrada aos diferentes tipos de turista. Muitos consideram que a entrada de novos produtos daria outras idéias para os artesãos locais. Já o grupo dos que não são a favor dessa comercialização frisam que ela causa a desvalorização do artesanato local, já que o turista leva um produto que não é característico do município. Além disso, essa prática atrapalha a venda dos artesãos locais, afirmando a necessidade de se priorizar e divulgar o seu trabalho. Muitos observam que a presença de artesanato de fora é excessiva, e que os únicos que se beneficiam com isso são os comerciantes. O terceiro e menor grupo faz considerações favoráveis a essa entrada de mercadoria exótica ao município, mas colocam a necessidade de estabelecer regras para tal. Avaliam que a maior diversidade pode beneficiar o volume de vendas, mas que esse artesanato de fora não pode substituir o que é local. Alguns apontam também ser interessante o intercâmbio de mercadorias, ou seja, é válida a entrada de artesanato de fora desde que o local também possa ser levado para fora.

Analisando a opinião desses três grupos nota-se que são confrontadas as necessidades da diversificação do artesanato com as de sua valorização, salientando-se ainda que o artesanato local deve ser priorizado e que a entrada de artesanato exótico deve ser regrada. Verifica-se então a necessidade de medidas para se tornar o próprio artesanato local mais diversificado e expressivo como meio de abrandar essa realidade.

A comercialização do artesanato acontece de forma adequada na opinião de 67% dos entrevistados. Entre os entrevistados que não consideram a comercialização adequada, as críticas mais citadas foram relacionadas:

- à falta de espaço para o artesão expor o seu produto;
- à falta de incentivo das casas de artesanato para o artesanato local;
- ao fato do artesanato ser vendido muito caro ;
- à falta de uma maior divulgação do artesanato.

Também foi argumentada a falta de democratização do espaço para todos os artesãos, pois alguns recebem maiores benefícios que outros, e o fato de o artesanato só possuir divulgação adequada nas festas e feiras programadas. Apesar de representarem uma pequena parcela do universo total, esses argumentos são enérgicos e devem ser considerados. A partir dessas críticas interpreta-se a necessidade de maior apoio e incentivo à produção tanto por parte do poder público como por parte da iniciativa privada.

4.2.2 Pesquisa com os turistas de Morretes

Os questionários aplicados aos turistas foram elaborados com o objetivo de recolher informações relacionadas às hipóteses levantadas durante o desenvolvimento do pré-projeto de pesquisa.

Em relação ao fandango, buscou-se detectar sua divulgação junto aos turistas, analisando se os mesmos conhecem ou reconhecem a história e as características da manifestação, além de detectar se existe realmente uma demanda por turismo cultural no município através do levantamento do número de turistas/ visitantes que possuem interesse em conhecer a cultura do local; e por fim, pesquisar a opinião dos turistas sobre a “representação e apresentação do

fandango” no município e o grau de atratividade que esta manifestação atualmente apresenta.

Quanto ao artesanato no município, buscou-se detectar o quê é considerado artesanato local pelo turista/ visitante; a opinião do mesmo quanto às peças artesanais locais; seu interesse em consumir peças artesanais autênticas da região (pesquisa de demanda); a opinião dos turistas em relação à quantidade de lojas e à oferta de produtos artesanais; e finalmente, se existe o costume, por parte da demanda turística de Morretes, de estar sempre consumindo produtos artesanais em suas viagens ao município.

4.2.2.1 Metodologia

Foram aplicados questionários para os turistas que visitavam o município, em meados do mês de dezembro de 2002. A amostra determinou, em valor aproximado, 98 questionários para os turistas, com margem de erro de 10%, tomando como base para os cálculos dados coletados da última Pesquisa de Demanda Turística do litoral do Estado do Paraná. As pesquisas para os turistas foram aplicadas aleatoriamente nas duas principais praças do município, nas saídas de lojas de artesanato e na estação ferroviária, que são os principais pontos de movimentação turística. Na próxima seção são apresentados os resultados obtidos referentes aos turistas e à comunidade.

4.2.2.2 Caracterização dos turistas entrevistados

Caracterizando os entrevistados, constata-se que, dentro do universo abordado pode-se considerar que as mulheres visitam mais o município do que os homens. Isso é muito positivo, quando aplicado a conceitos psicológicos, considerando que as mulheres tendem a consumir mais (artesanato) do que os homens. A maior parte dos turistas/visitantes é constituída de jovens de 21 a 39 anos, é proveniente de Curitiba e costuma visitar o município com certa frequência nos finais de semana, em busca de entretenimento e principalmente, almoçar o barreado. Porém, também constatou-se a presença de muitos visitantes proveniente do interior do Paraná, São Paulo e outros estados que sempre que

viajam em busca das praias do litoral do estado (em alta temporada), passam um dia em Morretes devido ao barreado; além de estrangeiros.

A maior parte deste universo é constituída de indivíduos graduados, com filhos, que viajam com a família e já conheciam o município. Apenas 10% da amostra pernitoou em Morretes, e destes, a grande maioria em casa de amigos ou segunda residência. O gasto médio destes turistas, segundo a entrevista, gira em torno de R\$ 50,00.

4.2.2.3 Resultados obtidos referentes ao fandango

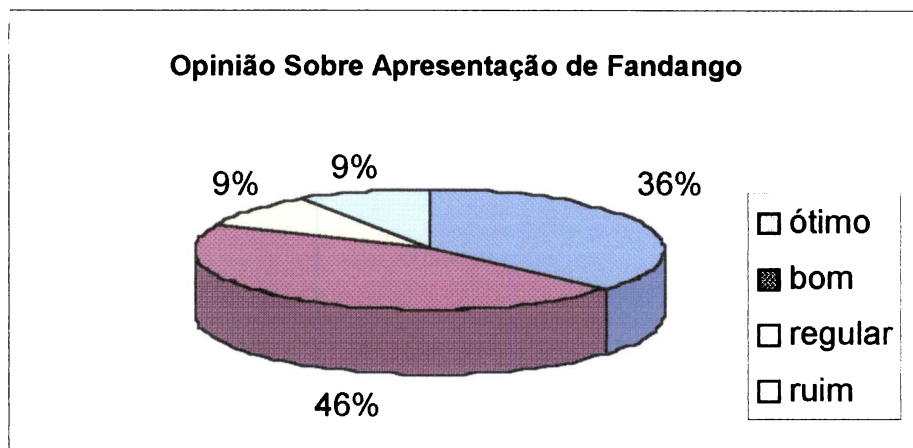
Em relação ao fandango, constatou-se que 59% da amostra não o conhecia. Este fato é muito importante pois apresenta um problema a ser analisado com critério. As possíveis razões para este desconhecimento da manifestação por parte dos turistas pode ser falha (ou inclusive a ausência) na divulgação da história e dos legados culturais da região, entre eles o fandango, ou devido ao desinteresse por parte dos turistas. Porém, o desinteresse não se comprova através da pesquisa, pois dentre os 59% de entrevistados que responderam não conhecer o fandango de Morretes, apenas 12% não possuem interesse em conhecê-lo. Constata-se que essa parcela dos visitantes de Morretes, não se interessam por manifestações culturais e “não gostam de perderem seu tempo de viagem” com manifestações folclóricas.

Entre os que conheciam o fandango, poucos identificaram o meio de comunicação através do qual obtiveram a informação, porém, dentre os que lembraram, a televisão foi o meio mais votado, seguida dos restaurantes locais (onde, enquanto os turistas almoçam é divulgada a origem do barreado de Morretes, relacionado ao fandango) ou através dos guias da Serra Verde Express. As respostas obtidas demonstram a ausência de divulgação desta manifestação. Cabe aqui ressaltar que dentre 41 entrevistados, apenas 10 responderam com precisão, enquanto os demais não conseguiram especificar o meio pelo qual tiveram conhecimento do fandango. Dentre estes, 4 responderam que viram o fandango de Morretes pela televisão, 1 teve conhecimento através de um guia turístico estrangeiro, outro leu em um livro e os 3 restantes tiveram conhecimento através dos guias de turismo que trabalham dentro da Serra Verde Express (trem

que conduz os turistas Curitiba - Paranaguá - Curitiba, tendo parada e desembarque opcional em Morretes). Dos outros 32 entrevistados que não souberam precisar de onde obtiveram a informação, se sabe apenas que 13 saíram de suas cidades em direção a Morretes, sabendo da existência da manifestação; 7 ouviram falar do fandango na primeira vez em que estiveram em Morretes (sempre atrelado à história do Barreado); e 12 simplesmente não responderam por não saberem com precisão. Ou seja, a maior parte da divulgação do fandango de Morretes é realizada pelo setor privado, através dos guias de turismo e restaurantes. Observa-se, portanto, que os principais atrativos reais do município (barreado e o passeio de trem - onde o município de Morretes compõe em parte o produto oferecido por agências de turismo de Curitiba) possuem estreita ligação com o fandango e que se o empresariado não buscasse divulgar a cultura local, para agregar valor ao seu produto, talvez o número de turistas que ignoram a presença do fandango fosse ainda maior. Conclui-se, portanto, que é necessário uma efetiva divulgação do legado cultural de Morretes, onde o poder público e a própria comunidade estejam envolvidas e cumpram suas funções.

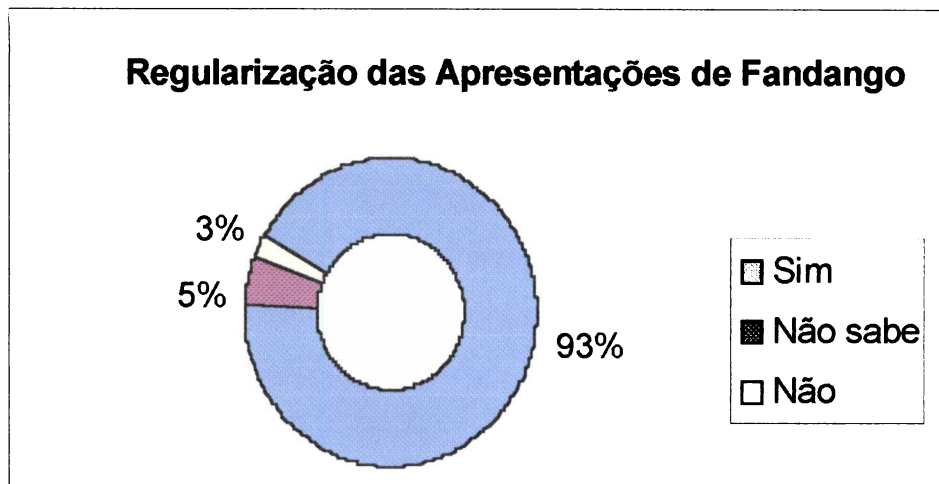
Buscou-se analisar a parcela de visitantes que acompanhou alguma apresentação (ou parte de apresentação) do Grupo de Fandango, para detectar a opinião dos mesmos quanto à manifestação e à forma como ela esta sendo representada e constatou-se que apenas 23% dos visitantes já assistiram à representação da manifestação. Este é um número muito pequeno em relação ao universo da pesquisa. Constata-se novamente que é necessário uma divulgação efetiva da manifestação e maiores oportunidades para que os turistas/visitantes tenham acesso à essa expressão cultural do município. Dentre os que assistiram, foi analisado o grau de satisfação em relação à apresentação da manifestação:

GRÁFICO 4.9 - OPINIÃO SOBRE APRESENTAÇÃO DE
FANDANGO - MORRETES - DEZ 2002



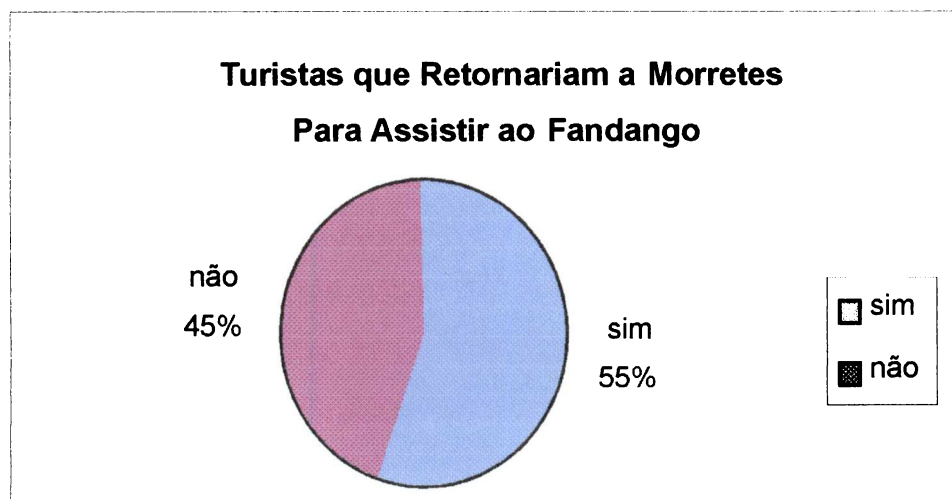
Uma das hipóteses levantadas durante a realização desta pesquisa sugere que se houvessem apresentações regulares de fandango na cidade e estas fossem bem divulgadas, o município receberia turistas e visitantes curiosos ou que gostem de turismo cultural, aumentando assim a atratividade da região. Tendo isso em vista, foi elaborada uma questão tratando da opinião dos turistas sobre a realização de apresentações de fandango regulares nas praças da cidade, e o resultado obtido foi quase unânime, todos são a favor desta realização. Porém, a pergunta seguinte demonstrou que apesar dos turistas acharem importante a regularização das apresentações, isso não seria um forte motivo para tirá-los de suas casas nos finais de semana ou período de férias.

GRÁFICO 4.10 - REGULARIZAÇÃO DAS APRESENTAÇÕES DE FANDANGO - MORRETES - DEZ 2002



Na opinião da amostra analisada, o fandango, por si só, não possui força de atração suficiente para captar turistas a Morretes, como foi comprovado através da pergunta 19 ("Você retornaria a Morretes para assistir ao Fandango?"). Pois, conversando com os turistas foi possível detectar que o fandango poderia ser uma das razões pelas quais eles visitariam o município desde que somada a outras, que segundo eles, são mais interessantes, como a culinária e o potencial ecoturístico.

GRÁFICO 4.11 - TURISTAS QUE RETORNARIAM PARA ASSISTIR AO FANDANGO - MORRETES - DEZ 2002



4.2.2.4 Resultados obtidos referentes ao artesanato

Para analisar a situação atual do artesanato de Morretes do ponto de vista dos turistas e visitantes, buscou-se detectar se os mesmos conheciam o artesanato local. Constatou-se que de um universo de 98 pessoas, 74% disseram conhecer o artesanato de Morretes. O restante dos entrevistados não soube identificar o artesanato local. Este fato demonstra uma falha no processo de distribuição ou de divulgação do artesanato local. Existem duas possibilidades para o turista não reconhecer peças produzidas em Morretes, uma é a ausência das mesmas nos locais de venda e exposição de artesanato e a outra seria a falta de percepção por parte dos turistas em reconhecer o típico da região visitada.

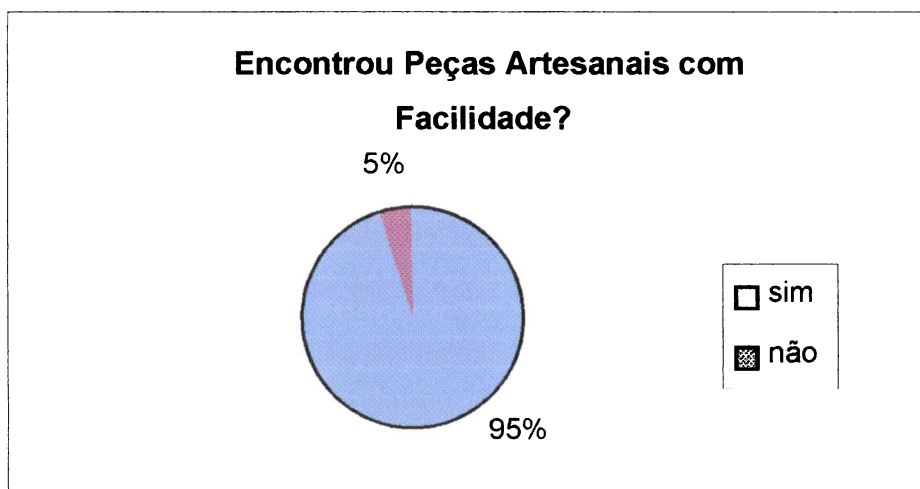
Foi questionado ao universo inteiro se ao comprar artesanato, o entrevistado procurava adquirir peças que foram produzidas no município (região) em que estava visitando e porquê. De todo o universo, 73% respondeu que sim, enquanto 27% respondeu que não. A intenção desta questão era observar a consciência do turista em relação ao artesanato. Porém aplicando a pesquisa observou-se que apesar dos entrevistados responderem sim, suas compras efetivas eram na maioria das vezes de produtos artesanais importados. Ou seja, os turistas compram as peças sem se preocuparem com sua origem, e os que se preocupam, compram acreditando que a peça é autêntica da região. Como foi o caso de um turista que citou o pandeiro⁴, importado de Porto Seguro, como exemplo de artesanato local.

Dentre os entrevistados que responderam preferir comprar peças locais, suas principais justificativas foram: estar no contexto, representar a região, ser um souvenir autêntico, ajudar o desenvolvimento local e dos artesãos e expressar a cultura da região. Entre os que responderam não, as justificativas foram por não encontrarem e/ou porque preferem levar o que os agrada, indiferente de ser do local ou não.

⁴ Em Morretes ainda existem artesãos que produzem instrumentos musicais, porém estes não participam efetivamente do mercado de peças artesanais, como é o caso de Martinho dos Santos, reconhecido por seu trabalho de luteria como artista popular paranaense, cujo trabalho foi pesquisado pelo músico, pesquisador e compositor José Eduardo Gramani e se encontra publicado no livro *Rabeca, o Som Inesperado*. FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA, 2003.

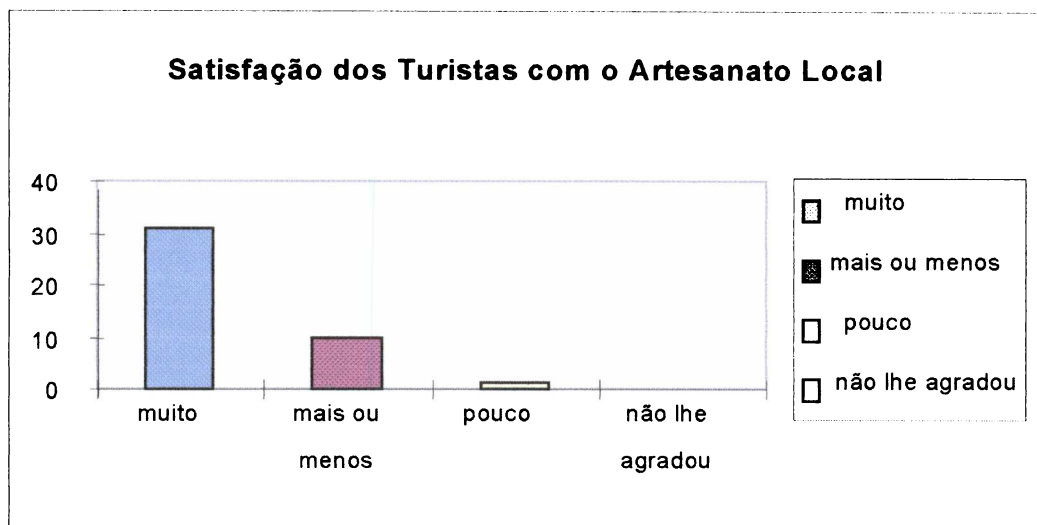
Trabalhando com a amostra que respondeu conhecer o artesanato local, foi-lhes questionado se haviam comprado peças artesanais naquele dia, 57,5% (42) dos entrevistados disseram que sim, enquanto 42,5% (31) disseram que não. Para os entrevistados que haviam comprado peças artesanais, foi questionada a facilidade de encontrar as peças. A resposta obtida está demonstrada no gráfico abaixo:

GRÁFICO 4.12 - FACILIDADE DO TURISTA EM ENCONTRAR
PEÇAS ARTESANAIS – DEZ 2002



Em relação à satisfação dos turistas com o artesanato local, o resultado foi um tanto otimista, pois a maioria dos entrevistados disseram estar muito satisfeitos com o artesanato local, porém, alguns deles citaram a ausência de produtos típicos da região. Este resultado nos leva a conclusão de que, para responderem esta questão, os turistas tomaram por base as peças artesanais expostas nas lojas do município, onde se encontram poucas peças locais, e muitas peças importadas de outras regiões do país e, inclusive, do exterior.

GRÁFICO 4.13 - SATISFAÇÃO DOS TURISTAS COM O
ARTESANATO LOCAL – DEZ 2002



Com a intenção de detectarmos o nível de saturação do mercado de peças artesanais no município, foi perguntado aos turistas e visitantes dentre os que conheciam o artesanato de Morretes, sua opinião quanto a quantidade de locais para compra de peças artesanais. Do total de entrevistados, 74% disseram que o município possui mais que o suficiente ou o suficiente de lojas de artesanato, enquanto o restante (26%) respondeu que não há lojas suficientes para atender a demanda.

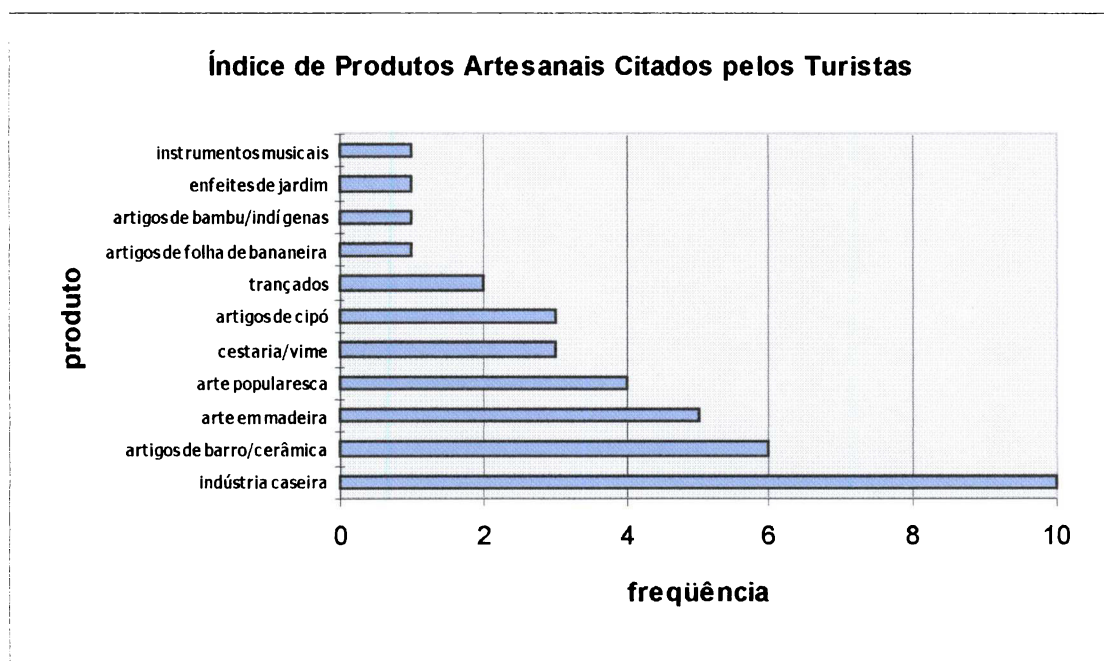
A última questão aplicada junto aos entrevistados que responderam conhecer o artesanato local buscou saber se os produtos artesanais locais são diversificados.

GRÁFICO 4.14 - DIVERSIFICAÇÃO DO ARTESANATO LOCAL



Foram solicitados aos entrevistados exemplos de peças artesanais locais, que possibilitaram a constatação de que existe uma falha em relação ao aproveitamento do artesanato no município. Conferindo os resultados, percebe-se que a maioria dos entrevistados se negaram a exemplificar. Uma das principais causas para esse fenômeno seria devido à insegurança do turista referente à falta de conhecimento exato do que seria uma peça local. A segunda resposta mais obtida nesta questão foram exemplos de indústria caseira, como bala de banana, pinga, etc. (ao todo 10 votos), vindo logo em seguida a opção pelas panelas de barro e cerâmica, que estariam vinculadas ao Barreado. De fato, os turistas encontram com facilidade estas peças nas lojas locais, porém a maior parte delas é importada de Minas Gerais. O que é estranho é que artigos como cestas de cipó, folhas de bananeira e trançados, que são os mais comuns e são realmente típicos da região não foram percebidos, encontrados e/ou lembrado pelos turistas de maneira relevante, como está exposto no gráfico abaixo.

GRÁFICO 4.15 - ÍNDICE DE PRODUTOS ARTESANAIS CITADOS PELOS TURISTAS - MORRETES - DEZ 2002



Este fato sugere a conclusão de que é necessário desenvolver um meio de divulgar o que é típico de Morretes, melhorar a distribuição das peças artesanais

locais junto aos comerciantes do município e criar um mecanismo que os identifique por parte dos turistas.

4.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pesquisas realizadas permitiram a conclusão de que o fandango e o artesanato já estão sendo aproveitados para o turismo, porém detecta-se a necessidade de um planejamento adequado de tais manifestações visando sua adaptação à realidade do turismo no município de Morretes.

O envolvimento da comunidade, do poder público e do setor privado nesse processo é imprescindível, constituindo-se em uma maneira de atender aos interesses desses setores de maneira conjunta e integrada. Verifica-se que ações de conscientização também devem abranger esses três níveis da sociedade, e são de grande valia para se divulgar a importância de ambas as manifestações para o município.

O trabalho de conscientização da comunidade necessita abranger questões referentes à valorização do artesanato local e à sua comercialização adequada; com relação ao fandango a conscientização deve visar a sua difusão entre a comunidade, bem como atrair a atenção dos setores públicos e privados para o real potencial do fandango como um atrativo turístico e a necessidade de apoio para seu fortalecimento.

Verificou-se que o fandango e o artesanato são atrativos de potencial confirmado pela opinião dos turistas e que a comunidade também valoriza suas manifestações e se reconhece diante delas. O poder público e o setor privado também a reconhecem e demonstram ter consciência em relação ao seu poder como fator que agrega valor ao produto turístico. Constatou-se o desejo, por parte dos turistas de conhecer a cultura local, bem como certo grau de consciência sustentável entre os turistas e visitantes devido a algumas justificativas estarem relacionadas com a busca dos entrevistados em consumirem os produtos locais, aplicando dinheiro no município (aumentando assim, sua arrecadação e seu capital). Verificou-se, sobretudo, a necessidade de algo que diferenciase o produto local do “importado”, mesmo porque alguns entrevistados reclamaram a

falta de identificação dos mesmos. Desta maneira, seria mais fácil para o visitante optar por eles e ter certeza de estar tomando a atitude correta (conscientização).

Através das pesquisas, foi possível constatar que levar o fandango até os turistas por meio de apresentações no coreto, em praça pública, apesar de ser um bom método de divulgação da atividade, não é o suficiente. É necessário que o fandango tenha um ponto de apoio constante no município, onde o turista que esteja interessado, possa encontrá-lo e vivenciá-lo. É ainda mais importante para a própria comunidade, para que ela possa desenvolver sua capacidade criativa e resgatar a manifestação do fandango de maneira autêntica e natural, de acordo com seu ritmo próprio. A proposta Casa do Fandango, portanto, parte deste princípio, onde além de cumprir com essas funções, seria um espaço cultural, contribuindo, antes de tudo com o desenvolvimento e a qualidade de vida da população, através do desenvolvimento cultural do fandango (que abrange música, dança, histórias e tradições populares e lúdicas) de seus cidadãos, dando-se prioridade às crianças, adolescentes, jovens e à terceira idade.

A partir desta comprovação e considerando-se os problemas detectados concernentes a ambos os objetos, o próximo capítulo será dedicado à proposição de ações voltadas para a melhoria de sua utilização turística, de maneira a promover o desenvolvimento adequado do turismo cultural no município.

5 PROPOSTA DO PROGRAMA DE INCENTIVO AO FANDANGO E ARTESANATO PARA O APROVEITAMENTO TURÍSTICO - FANDARTE

Neste capítulo serão apresentadas as diretrizes de uma proposta para o resgate e o incentivo do fandango de Morretes, para a valorização e o desenvolvimento do artesanato local e para a conscientização da população, que visa o apoio das lideranças políticas, o aporte de recursos para o turismo cultural e o fomento do desenvolvimento sustentável da atividade turística em Morretes. Esta proposta constitui-se no Programa de Incentivo ao Fandango e ao Artesanato para Aproveitamento Turístico - *FANDARTE*, que apresenta três ações a serem tomadas: uma direcionada à conscientização da população quanto ao fandango e o artesanato local, a importância de se conservar e incentivar estas atividades e sua relação com o turismo; outra que objetiva a criação de um espaço para o fandango em Morretes; e, finalmente, uma última proposta para a identificação do produto artesanal local.

O primeiro item do capítulo é direcionado à conscientização da população, apresentando o papel de cada esfera populacional dentro da atividade turística, além de apresentar a metodologia utilizada para trabalhar essas esferas. O segundo item do capítulo apresenta uma proposta de criação de um *selo* para identificação da produção artesanal de Morretes, chamado *Ô de Casa!*. O terceiro item traz a proposta da criação de Casa do Fandango, seus objetivos, suas atividades e a quem se direciona.

5.1 PROPOSTA 1 - CONSCIENTIZAÇÃO

A Proposta de Conscientização sobre o Fandango e o Artesanato em Morretes constitui-se numa ação a ser tomada junto à comunidade de Morretes, visando despertar a importância das atividades para a identidade, o patrimônio cultural e o turismo no município. Neste sentido, ela objetiva sensibilizar e conscientizar a população local com relação ao potencial turístico do fandango e do artesanato e dos benefícios que a comunidade pode auferir através dos mais diversos modos de participação na atividade turística.

Com duração média prevista para 8 meses, a Proposta de Conscientização deve utilizar uma série de instrumentos metodológicos e técnicas de planejamento como oficinas de *Enfoque Participativo*¹, entre outros, principalmente junto ao Conselho Municipal, garantindo agilidade e flexibilidade e atraindo e detectando novas oportunidades, mantendo sempre a participação e a colaboração entre todos os envolvidos, resultando em ações de curto, médio e longo prazo.

Partindo-se do princípio de que a conscientização turística e o envolvimento da comunidade local são requisitos básicos para o bom desenvolvimento turístico de uma localidade, faz-se necessário e fundamental trabalhar a consciência de todos os setores da sociedade do município de Morretes. Portanto, dentro do programa de conscientização, para garantir uma ação conjunta, deve-se abordar o poder público, a comunidade local, os turistas e o setor privado.

Dentro da atividade turística o Poder Público possui o fundamental papel de gestão e controle da atividade, intervindo de forma direta nas estratégias e ações para o desenvolvimento da mesma. Neste sentido, verifica-se que o departamento responsável pela gestão da atividade turística precisa estar consciente quanto à vocação, ao potencial, à capacidade de carga, aos impactos positivos e negativos e às oportunidades que a atividade pode trazer ao município, e deve atuar como incentivador e gestor da atividade junto aos demais setores da economia local.

A comunidade local de Morretes compõe a sua mão de obra, e é o setor populacional que obtêm maior contato com os turistas e visitantes. Vendo por este ângulo, nota-se que Morretes já possui uma sutil consciência da importância econômica da presença dos turistas, porém, é necessário conscientizar a população quanto à importância da conservação de sua própria identidade, além de apresentar-lhes as vantagens do turismo sem, com isso, esquecer das inconveniências e perigos que implicam. Porque a comunidade autóctone é composta de indivíduos que compõem tanto o setor privado (administradores e

¹ Entende-se por Enfoque Participativo toda a aproximação sistemática de processos de grupos com o objetivo de maximizar o aproveitamento e a participação dos participantes, fornecendo instrumentos e melhorando as suas ações de forma incorporada ao seu meio socioeconômico e cultural de acordo com cada situação. Os princípios básicos do Enfoque Participativo são o diálogo ativo, a problematização e a condição compartilhada do processo. (CORDIOLI, 2001, p.26)

proprietários de equipamentos turísticos), funcionários públicos, como pessoas residentes ou estabelecidas no município, que estão relacionadas (direta ou indiretamente) com o turismo através de empresas prestadoras de serviços, do setor de engenharia civil, do comércio, de profissões liberais e outros, vindo a ter algum tipo de relação com o setor.

Quanto ao setor privado de Morretes, verifica-se que muitos proprietários de restaurantes, lojas de artesanato, lanchonetes, meios de hospedagem e inclusive estabelecimentos que não estão diretamente relacionados com o turismo (como farmácias, mercados, postos de abastecimento) auferem retorno econômico com a atividade, sendo que a sensibilização para o turismo, por parte dos proprietários, está relacionada, principalmente, a este aspecto. Isto demonstra a necessidade de um trabalho de conscientização turística que amplie a visão para além do econômico, reforçando os benefícios para o meio ambiente e para a preservação da cultura local.

5.1.1 Metodologia

A *Proposta de Conscientização* deverá ser implantada utilizando-se dois instrumentos metodológicos, sendo eles as oficinas de trabalho com *Enfoque Participativo* e palestras, voltados para quatro diferentes grupos. As palestras serão direcionadas a todos os setores da sociedade, e as oficinas serão ministradas ao Conselho Municipal de Turismo (CMT) e ao Poder Público, podendo ser aplicadas a outros grupos da sociedade quando solicitado e/ou ao se detectar a necessidade. Porém, a realização das oficinas será prioritária ao CMT devido à sua função de unir ações do Poder público e da sociedade civil, representando os três setores da comunidade e promovendo ações em prol do desenvolvimento turístico. Estas oficinas e palestras estarão estruturadas da seguinte maneira:

a) *Palestras para Comunidade*

- estas palestras deverão ser realizadas em diversas localidades de acordo com o público alvo abordado pelo Programa, que abrange toda a rede de ensino, Associação de Moradores, Líderes religiosos, Sindicatos e demais entidades representativas da comunidade em geral. Tratarão de assuntos

referentes à história, ao resgate da cultura e à importância do fandango e do artesanato no município. Para a direção e os docentes das redes de ensino e para a Associação dos Artesãos (ARTEM) as palestras farão uma abordagem específica. Para o primeiro grupo, será mostrada a importância de se incluir o fandango e o artesanato no enfoque das matérias regulares, bem como fomentar a realização de atividades (como gincanas, por exemplo) relacionadas a esse tema. Para a ARTEM, será enfatizada a necessidade da troca de conhecimento entre os artesãos, por meio de oficinas informais que possibilitem a diversificação do artesanato local, sem que este seja descaracterizado. Sendo detectada a necessidade de trabalho com enfoque participativo junto aos líderes e representantes da comunidade, os resultados obtidos nas oficinas deverão ser levados ao CMT.

b) Palestras e Oficina para o Poder Público

- estas palestras e a oficina deverão ser realizadas para a Prefeitura Municipal de Morretes, tratando de assuntos referentes à importância e às atribuições do poder público no processo de resgate e incentivo ao fandango e ao artesanato. Os resultados deverão ser levados ao CMT.

c) Palestras para o Setor Privado

- estas palestras deverão ser realizadas em diversas localidades de acordo com o público alvo abordado, que abrange, por exemplo, Associação Comercial e Associação das Pousadas e Hotéis. Assim como nas outras palestras, os assuntos tratados buscarão apresentar a importância do fandango e do artesanato para o Município e as oportunidades que ambas as atividades oferecem para o comércio local. Se for detectada a necessidade de uma oficina, os resultados obtidos serão levados ao CMT.

d) Oficinas para o Conselho Municipal de Turismo de Morretes:

- estas oficinas terão por objetivo conscientizar, integrar e engajar o CMT na conservação e no desenvolvimento turístico do fandango e do artesanato, através de *métodos e técnicas participativas*, identificando maneiras de se atuar conjuntamente no processo de planejamento voltado às reais

necessidades e interesse de todos os envolvidos com a atividade turística de Morretes e objetivando viabilizar as propostas. Em princípio serão ministradas três oficinas, realizadas durante o processo previsto para a proposta de conscientização. Deve partir deste grupo todo o processo de planejamento do turismo cultural, como o Plano de Ações para que sejam incentivados o fandango e o artesanato. A primeira oficina junto ao Conselho terá como objetivo apresentar a história, as principais características, o resgate, a situação atual, bem como o potencial do fandango e do artesanato de Morretes para o turismo e as propostas da Casa do Fandango quanto do *Selo Ó de Casa!*, buscando identificar sua aceitação e engajamento para buscar captar recursos (humanos e financeiros). A segunda oficina visará diagnosticar o fandango e o artesanato do município, estabelecendo os pontos fortes e os pontos a melhorar de cada aspecto abordado, estabelecendo-se um Plano de Ações baseado nos pontos a melhorar identificados e nas questões levantadas pelas palestras e oficinas realizadas com os outros setores da população. A terceira buscará inserir dentro do Plano de Ações as ações necessárias para viabilizar as propostas dos subcapítulos 8.2 e 8.3, de modo participativo, ou seja, flexibilizado e permitindo todas as alterações necessárias para que as propostas sejam adequadas às reais necessidades da comunidade. A partir deste plano de ações, as oficinas terão o objetivo de acompanhar as atividades e buscar resolver soluções emergenciais.

A partir desse processo de conscientização e envolvimento de todos os setores da comunidade na valorização e no desenvolvimento turístico do fandango e do artesanato, será possível atender às respectivas necessidades e expectativas com relação à viabilização das propostas que serão detalhadas a seguir.

5.1.2 Custos referentes à proposta 1

O custo da proposta de conscientização será baseado na quantidade aproximada de palestras e oficinas a serem ministradas, considerando-se que,

conforme já exposto, poderá ser necessária a realização de uma maior quantidade dessas ações. Para sua concretização foram estimados os seguintes valores²:

- 16 horas técnicas previstas para palestras: $16 \times \text{R\$ } 35,00 = \text{R\$ } 560,00$
- 8 dias previstos para as oficinas: $8 \times \text{R\$ } 1000,00 = \text{R\$ } 8000,00$
- Valor previsto para proposta 1:
 $\text{R\$ } 560,00 + \text{R\$ } 8000,00 = \text{R\$ } 8560,00$

O quadro abaixo resume os pontos principais desta proposta.

² Foram utilizados os valores de mercado referentes a fevereiro de 2003, sendo R\$35,00 a hora técnica da consultoria em turismo e R\$ 1000,00 a diária técnica de um consultor especializado no enfoque participativo. Nesses valores não estão incluídos os custos de transporte, hospedagem e alimentação que se fizerem necessários para a realização da consultoria.

QUADRO 1 – PRINCIPAIS ASPECTOS DA PROPOSTA 1 DO FANDARTE

PROPOSTA DE CONSCIENTIZAÇÃO
OBJETIVO ▪ Sensibilizar e conscientizar a população local com relação à importância do fandango e do artesanato como manifestação cultural, ao seu potencial turístico e aos benefícios e relativas responsabilidades de cada setor no seu processo de conservação e desenvolvimento.
AÇÕES/ PÚBLICO ALVO ▪ <i>Palestras para a Comunidade</i>, tratando assuntos referentes à história, o resgate e a importância do fandango e do artesanato no município. Ministradas em diversas localidades de acordo com o público alvo, como rede de ensino, Associações de Bairros, Associação dos Artesãos e demais entidades representativas da comunidade em geral. ▪ <i>Palestras e Oficina para o Poder Público</i>, tratando de assuntos referentes às atribuições do poder público frente ao resgate e ao incentivo do fandango e do artesanato. Ministradas para a Secretaria de Turismo e Secretaria de Cultura Municipal de Morretes. ▪ <i>Palestras para o Setor Privado</i>, buscando apresentar a importância do fandango e do artesanato para o Município e as oportunidades que ambas as atividades oferecem para o comércio local. Realizadas para as Associações Comerciais, como por exemplo: Associação de Bares, Restaurantes e Similares e Proprietários de Meios de Hospedagem. ▪ <i>Oficinas para o Conselho Municipal de Turismo</i>, com o objetivo de conscientizar, integrar e engajar o Conselho Municipal de Turismo, definindo um Plano de Ações para viabilizar a Casa do Fandango e o Selo <i>Ô de Casa!</i> e delegando as atribuições de cada envolvido, através de <i>métodos e técnicas participativas</i>.
POSSÍVEIS ENVOLVIDOS ▪ Secretaria Estadual de Turismo – Paraná Turismo ▪ Secretaria Municipal de Turismo ▪ Sebrae
FONTE DE RECURSOS ▪ Poder Público e demais parceiros.
CUSTO APROXIMADO: R\$ 8560,00
TEMPO PREVISTO: 8 meses.

5.2 PROPOSTA 2 – SELO “Ô DE CASA!” PARA O ARTESANATO LOCAL

A grande quantidade de artesanato produzido em outras localidades e vendido em Morretes muitas vezes se confunde com o artesanato local, dificultando a identificação do que é realmente produzido no município. Frente a essa questão, elaborou-se a proposta de um selo que identifique o artesanato produzido pelos artesãos de Morretes. Esse selo, chamado “Ô de Casa!”, irá identificar todas as peças artesanais produzidas pelos artesãos filiados à Associação dos Artesãos de Morretes (ARTEM) para que os turistas reconheçam qual o artesanato produzido no município e o tipo de matéria-prima que se é utilizada.

A proposta de elaboração desse selo não visa interferir no tipo de trabalho realizado pelos artesãos, não sendo um selo de garantia quanto à qualidade de produto, mas sim atestando, por meio de sua utilização, a procedência da peça artesanal e os materiais utilizados na confecção.

A identificação da procedência do objeto produzido e do material utilizado em sua confecção pode ser vista como uma estratégia de *marketing* que agregará valor ao trabalho do artesão local na medida em que atesta uma forma organizada de trabalho e de comercialização. Essa identificação corroborará tanto na qualidade do trabalho executado pelo artesão, que então terá a responsabilidade de representar o artesanato do município, como na adesão de mais artesãos à ARTEM, pois assim terão um reconhecimento do seu trabalho.

O nome “Ô de Casa!” foi escolhido por fazer alusão ao fandango. Essa é a frase utilizada pelo violeiro para avisar que ele vai terminar a marca. Para uma pessoa que não tem conhecimento da relação entre a expressão e o fandango, relacionará esse nome a algo que seja próprio “de casa”, ou seja, do local. O símbolo do selo é uma panela de barro, que além de ser uma peça artesanal presente dentro do artesanato de Morretes, remete ao barreado, que é o seu tão difundido prato típico, por ser a panela em que ele é preparado. A intenção em se usar esses símbolos é mostrar a forte relação existente entre o artesanato, o fandango e o barreado dentro da cultura do município.

A ARTEM será a responsável pela distribuição dos selos aos artesãos, e a quantidade de selos distribuídos para cada artesão será proporcional à produção

mensal de cada um, solicitando-se maior número caso seja necessário. É necessário levar-se em consideração a possibilidade de uso incorreto do selo, como a sua colocação em peças que não foram produzidas no município. Esse inconveniente deverá ser fiscalizado de maneira informal pela ARTEM e por seus próprios membros, pois grande parte dos artesãos se conhece e sabe, de maneira geral, o que cada um produz.

O modelo sugerido para tal selo teria 8cm de largura por 5,5cm de altura, sendo dobrado ao meio na largura e com um pequeno furo na lateral esquerda acima, para amarrá-lo ao produto artesanal. Na parte frontal será impressa a marca-símbolo do selo. Na parte interior, à esquerda, haverá um texto sucinto dizendo que aquela peça é produzida por artesãos do município de Morretes e que ao comprá-la, os turistas estariam colaborando para o desenvolvimento do município; à direita haverá dois campos: um espaço acima contendo a frase “*Matéria-Prima Utilizada*” seguida de linhas para que o artesão escreva, à mão ou da maneira que ele preferir, as matérias primas utilizadas para a elaboração de tal produto, e no campo abaixo a frase “*Feito Por*”, no qual o artesão assinará seu nome. O verso do selo será reservado para identificar as empresas patrocinadoras de seu custo e o endereço e telefone da ARTEM. A sugestão é que o selo seja confeccionado em papel *Kraft* - gramatura 120 - e anexado ao produto com o material que for mais adequado para cada artesão (como lascas de cipó, barbante, entre outros), constituindo-se em um selo de baixo custo.

5.2.1 Custos referentes à proposta 2

O valor³ aproximado para a confecção de 1000 selos prontos, incluindo o valor do papel e da impressão, é de R\$ 80,00, e o valor da criação da arte da marca-símbolo é de aproximadamente R\$ 30,00. Determina-se assim que o custo inicial total do selo será de R\$ 110,00.

O quadro abaixo resume os pontos principais desta proposta.

³

Tomando-se valores de mercado em fevereiro de 2003.

QUADRO 2 – PRINCIPAIS ASPECTOS DA PROPOSTA 2 DO FANDARTE

PROPOSTA “SELO Ô DE CASA!”	
OBJETIVOS	
▪ Criar um selo que identifique o artesanato feito pelos artesãos de Morretes, informando o autor da peça e as matérias-primas utilizadas em sua confecção e agregando valor ao trabalho dos artesãos locais.	
CARACTERÍSTICAS	
▪ Selo de tamanho pequeno confeccionado em material de baixo custo, sugerindo-se a utilização do papel Kraft – gramatura 120.	
POSSÍVEIS ENVOLVIDOS	
▪ Associação dos Artesãos de Morretes ▪ Conselho Municipal de Turismo	
FONTE DE RECURSOS	
▪ Patrocínio de empresas e recursos da própria Associação dos Artesãos de Morretes.	
CUSTO APROXIMADO: R\$ 110,00	
PRAZO: 6 meses	

5.3 PROPOSTA 3 – CASA DO FANDANGO

A proposta de criar a Casa do Fandango objetiva a constituição de um centro de referência do fandango no município, onde a memória dessa manifestação cultural e suas características possam ser conservadas e estar disponíveis à visitação de toda a comunidade e dos turistas. O resgate da história do fandango é fundamental para que a comunidade possa reviver essa cultura, fortalecendo a manifestação dentro do município e fazendo com que as interferências da atividade turística sobre ela sejam de valorização e incentivo, e não de descaracterização.

A partir da criação desse espaço busca-se também um contato mais profundo entre o seu visitante e o fandango, apresentando-lhe sua história e propondo sua interação com os aspectos que caracterizam a manifestação, como a

música, a dança, a vestimenta, entre outros. Esses objetivos serão alcançados por meio de exposições e de uma série de atividades que serão promovidas pela Casa.

Entretanto é importante ressaltar que esse será um espaço cultural aberto para a divulgação não só do fandango, mas também dos demais aspectos culturais do município. Eventos culturais que forem realizados no município e região poderão encontrar na Casa do Fandango um importante local para divulgação, pois esta apresentará um painel destinado à exposição de cartazes e demais materiais para a divulgação desses eventos.

O espaço que for destinado para a constituição da Casa do fandango será também a sede do Grupo de Fandango Professora Helmosa, e dos demais grupos que possivelmente se formarem no município.

A Secretaria da Cultura, responsável pela administração desse espaço, será incumbida de definir o responsável pela direção da Casa e a contratação do quadro de funcionários. Essas pessoas estariam encarregadas da organização de todas as atividades, como a captação e viabilização de oficinas, trabalho junto às escolas, apresentações e demais atividades.

Em linhas gerais, a estrutura da Casa do Fandango deverá apresentar, primeiramente, uma ampla sala, que receberá a visitação turística e é onde será exposto todo o seu acervo, e deve ter um tablado de madeira que será utilizado para os ensaios dos grupos, suas possíveis apresentações e para a realização das oficinas; um pequeno espaço reservado para a sua administração; uma sala privada onde os grupos possam guardar seus pertences; sanitários para os visitantes; vestiário e sanitários para o grupo; e espaço para a venda de produtos, que será detalhada a seguir.

A Casa do Fandango apresentará um acervo, que em princípio será mínimo, composto pelo atual acervo do Grupo de Fandango Professora Helmosa e da Secretaria Municipal da Cultura de Morretes, que se constitui em alguns painéis e fotos que mostram a história e as características da manifestação, como, por exemplo, sua relação histórica com o barreado; os instrumentos que acompanham a dança, os tamancos e a vestimenta; e outros aspectos relacionados. Os painéis desse acervo deverão ser confeccionados pelos próprios integrantes do grupo de fandango, e a outra parte do acervo será obtida por meio de doações e de atividades promovidas pelo Conselho Municipal de Turismo, como por exemplo, a

solicitação de que as escolas realizem provas voltadas ao resgate de peças e personagens importantes para o fandango em gincanas escolares.

Entre as atividades promovidas pela Casa do Fandango está a organização de oficinas. Serão viabilizadas, em datas marcadas antecipadamente, oficinas de música e de construção de instrumentos musicais, acreditando-se que a música é um importante instrumento para se sensibilizar e despertar o interesse das pessoas para sua cultura. Para ministrar estas oficinas, os administradores da Casa do Fandango deverão entrar em contato, primeiramente com os antigos músicos de fandango e construtores de instrumento musicais (como Martinho dos Santos - Foto em anexo) para que estes recebam para transmitir seus conhecimentos. Caso não seja viável ou não haja interesse por parte dos mesmos, os administradores deverão contratar estes instrutores em outros municípios onde o fandango também tem recebido incentivo (como Paranaguá e Guaraqueçaba). Ou seja, para todos os projetos da Casa, deverá ser priorizado o envolvimento da comunidade autóctone de Morretes, buscando a continuidade do autêntico desenvolvimento cultural local, inserir e valorizar no ponto de vista econômico o conhecimento dos agentes reais da manifestação na região e articular esta atividade tradicional no processo de construção do produto turístico cultural de Morretes. Também serão realizadas dentro da casa atividades lúdicas e brincadeiras para pessoas de todas as idades, utilizando-se dos instrumentos e dos tamancos que estarão disponíveis todo o momento para o conhecimento e utilização do visitante.

A Casa do Fandango terá um espaço destinado à exposição de artigos para a venda, como CDs de canções populares, em especial de fandango, de instrumentos musicais, livros e publicações de pesquisas relacionadas às tradições da região. Será cedido um espaço para que a Associação dos Artesãos de Morretes possa expor os produtos dos seus artesãos, sendo de sua responsabilidade o controle e a venda de seus artigos.

Uma outra atribuição desse espaço é a organização de apresentações de grupos de fandango de outras localidades em conjunto com o grupo de Morretes, aumentando a atividade cultural no município e promovendo a integração da região litorânea do ponto de vista da constituição de mais um fator de atração turística, salientando-se que outras apresentações folclóricas que não o fandango também poderão ser organizadas e promovidas. Essas apresentações poderão ser feitas no

coreto do centro da cidade, que já é utilizado pelo Grupo de Fandango Professora Helmosa para apresentações ou na própria Casa do Fandango, com ampla divulgação na mídia da data e do horário de sua realização.

Do ponto de vista turístico, esse espaço irá compor a oferta turística local, constituindo-se em um atrativo de entretenimento e informação que favorecerá uma maior permanência do turista no município. A divulgação adequada e ampla de suas atividades poderá culminar na atração de um público específico, interessado no conhecimento dos aspectos culturais locais.

A Casa estará aberta para a visitação, em princípio, de quarta-feira a domingo, das 14h00 às 21h00, e será gratuita. Esse horário foi escolhido para que ela seja uma opção de entretenimento cultural disponível até o período da noite e para que as demais atividades promovidas possam ocorrer fora desses horários. Algumas dessas atividades poderão ser custeadas pelos participantes, como por exemplo, algumas das oficinas.

Sua divulgação deverá ser ampla em toda cidade pelos meios de comunicação (jornais, televisão e rádio), nos restaurantes e bares, igrejas, na estação ferroviária, na rodoviária, nos meios de hospedagem, nas lojas de artesanato, escolas, na Casa Rocha Pombo e demais locais públicos, por meio de cartazes patrocinados pelos estabelecimentos comerciais que se dispuserem.

5.3.1 Custos referentes à proposta 3

Para a viabilização da Casa, conta-se com o apoio do Poder Público, sendo que o espaço físico seria cedido pela Prefeitura Municipal de Morretes - por meio da reutilização de espaços públicos que não estão sendo atualmente aproveitados - ou pela Secretaria do Estado da Cultura, que inclusive está analisando projetos culturais para serem implantados numa antiga fábrica abandonada no centro do município de Morretes. Neste caso, a proposta seria encaminhada para o órgão competente através de licitação, dependendo portanto, de sua aprovação para implementação. Porém, cabe ressaltar aqui, que a proposta seria criteriosamente reelaborada, incluindo modelos e c culos de custos exatos, passando assim, de proposta para projeto de implementação de um equipamento de entretenimento, cultura e promoção do turismo cultural no município.

O quadro a seguir resume os principais aspectos desta proposta.

QUADRO 3 – PRINCIPAIS ASPECTOS DA PROPOSTA 3 DO FANDARTE

PROPOSTA “CASA DO FANDANGO”	
OBJETIVOS	▪ Constituição de um espaço onde a comunidade e os turistas possam ter um contato profundo com a história do fandango, contribuindo na conservação da memória da manifestação, além de contribuir para o fomento do turismo cultural no município de Morretes.
ATIVIDADES	▪ Exposição de acervo referente à história do fandango, realização de oficinas e atividades lúdicas, captação de eventos culturais, ensaios abertos e apresentações, venda de artigos referentes ao fandango e à cultura local de Morretes.
POSSÍVEIS ENVOLVIDOS	▪ Secretaria Municipal da Cultura ▪ Secretaria Municipal de Turismo ▪ Conselho Municipal de Turismo
FONTE DE RECURSOS	▪ Prefeitura Municipal de Morretes; Secretaria do Estado da Cultura; Lei Estadual de Incentivo à Cultura; empresas que destinam parte do orçamento anual para a viabilização de projetos culturais.
CUSTO APROXIMADO: Indefinido	
TEMPO PREVISTO: 15 meses	

5.4 OPERACIONALIZAÇÃO

A proposta do FANDARTE será apresentada pelas autoras deste trabalho primeiramente ao Conselho Municipal de Turismo, cabendo a este a aprovação e a gestão de todas as ações, sendo o responsável pela captação dos recursos necessários.

Para operacionalizar a primeira etapa do trabalho, referente à Proposta de Conscientização, deverão ser contratados consultores em turismo para a apresentação das referidas palestras. As oficinas realizadas para o CMT e para o Poder Público serão moderadas por consultores especializados no enfoque participativo, garantindo a elaboração e viabilização da Casa do Fandango e do Selo *Ô de Casa!*. Poderá ser solicitado apoio da Secretaria Estadual do Turismo - Paraná Turismo para a viabilização dessas atividades, além de demais parcerias institucionais.

A segunda etapa do trabalho refere-se ao desenvolvimento das propostas de criação da Casa do Fandango e do selo *Ô de Casa!*, e para tanto poderá se recorrer às Secretarias Estaduais da Cultura e do Trabalho para a solicitação de apoio.

A proposta do selo *Ô de Casa!*, após a captação dos recursos, deverá ser operacionalizada pela própria Associação dos Artesãos de Morretes devido a sua simplicidade.

A administração da Casa do Fandango ficará a encargo da Secretaria Municipal da Cultura, que determinará a sua direção geral e o quadro de funcionários, os quais atuarão diretamente na sua montagem e na organização das atividades. A Secretaria Municipal da Cultura poderá desenvolver parceria com o próprio CMT para definir e viabilizar a operacionalização desse espaço.

5.5 RECURSOS FINANCEIROS

Os custos iniciais do programa FANDARTE serão definidos a partir da somatória dos custos aproximados das propostas de conscientização e do selo *Ô de Casa!* devido à impossibilidade de se fazer o detalhamento dos custos da Casa do Fandango, pois esses dependerão da definição do espaço em que ela será estruturada. A partir disso, obtém-se que os custos iniciais do programa proposto serão de: $R\$ 8560,00 + R\$ 110,00 = R\$ 8670,00$ (Oito mil seiscentos e setenta reais).

De acordo com os dados já descritos, a primeira etapa da proposta poderá ser viabilizada em parceria com outras entidades, como o Sebrae e a Paraná

Turismo. Cabe ressaltar que o município de Morretes não possui o Fundo Municipal de Desenvolvimento do Turismo.

Para a Casa do Fandango deverão ser captados recursos por meio de Leis de Incentivo a Cultura, patrocínios de organizações e grandes empresas que anualmente destinam parte de seu orçamento para o desenvolvimento de projetos culturais e da Prefeitura Municipal de Morretes, além do possível apoio da Secretaria de Estado da Cultura.

Para o selo do artesanato deve-se obter recursos através de patrocínios do comércio local, além de buscar o apoio do Poder Público Municipal e utilizar os recursos captados pela própria Associação.

Com os dados apresentados acima, verifica-se que a consolidação de parcerias, em todos os níveis de atuação, é imprescindível para a viabilização e o desenvolvimento do programa proposto.

CONCLUSÃO

No seu processo de desenvolvimento, o turismo promove o contato entre o viajante e os vários aspectos do ambiente receptor, tais como econômicos, naturais, históricos e culturais. As interferências ocasionadas por esse contato nas esferas da localidade receptora podem certamente contribuir para o seu desenvolvimento integral, como podem, por outro lado, gerar a sua degradação. Frente a esse contato envolvendo culturas e costumes diferentes, a cultura local também está muito vulnerável às possíveis interferências. A cultura da comunidade local deve ser mantida e conservada, pois, por definir os traços de sua identidade cultural, constitui-se a referência que baliza o seu cotidiano e seu modo de vida e confere sentido a suas práticas, folclore e costumes.

A atividade turística, através da valorização e do incentivo à cultura local, pode fortalecer os aspectos culturais da comunidade autóctone, permitindo um intercâmbio cultural benéfico e equilibrado. Porém, se a comunidade não estiver consciente dos benefícios do turismo e envolvida em seu processo de desenvolvimento, a atividade turística pode descaracterizar a sua cultura e interferir em sua identidade cultural. Através do planejamento sustentável da atividade turística, buscando-se a utilização responsável dos aspectos culturais locais, é possível obter-se a harmonia entre eles e o desenvolvimento do turismo.

Em Morretes, o fandango e o artesanato são manifestações culturais que compõem a oferta turística do município como atrativos culturais de grande importância para a história e cultura locais, e segundo o Secretário de Turismo de Morretes citou em entrevista, “o fandango diz pro turista onde ele está, e o artesanato diz onde ele esteve”. Fazendo uma referência de que ao assistir ou participar do fandango, o turista experimenta as diferenças culturais do local visitado, se sentindo efetivamente longe de seu local de moradia, e ao retornar à sua casa, com uma peça artesanal do local onde visitou, leva consigo a concretização das lembranças do que ele vivenciou em sua viagem.

As pesquisas realizadas evidenciaram o real interesse dos turistas e visitantes que se deslocam a Morretes pelos aspectos de sua cultura, assim como mostrou a identificação e o apreço que a comunidade tem com o fandango e com o artesanato de seu município. Entretanto, verificou-se que o aproveitamento turístico

de ambas as manifestações necessita de um planejamento que otimize a utilização do seu potencial e garanta a sua conservação como aspectos tradicionais da cultura local.

O trabalho realizado visa justamente aliar o melhor aproveitamento turístico e a conservação dos atrativos em questão, diversificando a oferta cultural local, pois se encontra muito centrada na gastronomia (barreado), e aumentando o tempo de permanência do turista no município.

O Programa de Incentivo ao Fandango e ao Artesanato para o Aproveitamento Turístico – *FANDARTE* propõe justamente ações a curto, médio e longo prazo que solidifiquem o fandango e o artesanato como atrativo turístico em Morretes, buscando o envolvimento e a conscientização de toda a população. Nesse sentido, propõe a conscientização e o trabalho integrado entre a comunidade, o poder público e o setor privado, como uma maneira de assegurar a colaboração de todos para a conservação do fandango e da valorização do trabalho do artesão local.

Ressalta-se que o *FANDARTE* é o início de uma série de ações a serem tomadas em prol do desenvolvimento do turismo cultural no município de Morretes, visto que deve estar inserido em um plano maior, que vise o desenvolvimento sustentável do turismo de maneira integral. Sua implementação depende, além da ação conjunta por meio de parcerias institucionais, do fortalecimento das entidades relacionadas, como a Associação dos Artesãos de Morretes, as Secretarias de Turismo e Cultura do município e, fundamentalmente, o Conselho Municipal de Turismo, atuando de maneira participativa e representativa da comunidade. Assim, a conservação e a valorização das manifestações culturais locais advirá com o envolvimento da comunidade - que participando de sua cultura faz com que suas tradições permaneçam - e com o engajamento e o trabalho dos seus representantes.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, J. V. de. **Turismo**: fundamentos e dimensões. 3ª. Ed. São Paulo: Ática, 1997.
- BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do Turismo**. São Paulo: Papirus, 1998, p.21.
- BARROS, S. Arte Popular e Artesanato. In: _____. **Arte, Folclore, Subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Ed. Paralelo/ MEC, 1971. p. 179 - 225.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 2ª ed. São Paulo: SENAC, 1998.
- BOLETIM DA COMISSÃO PARANAENSE DE FOLCLORE. Ano 4, n. 4, Curitiba: Lítero-técnica, 1980. p. 10-15/28-34.
- BROLI, C. O Comércio da Cultura. **Correio de Notícias**, Curitiba, 16 nov. 1979. Entrevista.
- CAMPOS, Robson S. Morretes Sedia a: Primeira Festa do Fandango. **Jornal do Estado**, Curitiba, 24 de julho de 1991.
- CANCLINI, N. G. O Patrimônio Cultural e a Construção Imaginária do Nacional. In: _____. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, [s. l.], n.23, 1994. p. 95-113.
- CORDIOLI, S. Enfoque Participativo no Trabalho com Grupos. In: BROSE, M. **Metodologia Participativa**: uma introdução a 29 instrumentos. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2001. p.25-40.
- DURHAM, E. R. Texto II. In: ARANTES, A. A. (org). **Conduzindo o Passado**. São Paulo: ed. Brasiliense, 1984. p. 23-35.
- GOLÇALVES, J. R. Autenticidade, Memória e Ideologias Nacionais: o problema dos patrimônios culturais. In: _____. **Estudos Históricos**: Rio de Janeiro, vol. 1, n.2, 1988, p. 264-275.
- HEYE, A. Repensando o Artesanato: algumas considerações. In: RIBEIRO, B. (et al.). **O Artesão Tradicional e seu Papel na Sociedade Contemporânea**, Rio de Janeiro: FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore, 1983. p. 103-132.

LOPES, Adélia M. Batendo o Fandango com os Folgadeiros de Morretes. **O Estado do Paraná**, Curitiba, 27 jul. 1986.

MENEZES, U. T. B. de. Os usos “culturais” da cultura. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, F. A.; CRUZ, R. C. de. **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: ed. Hucitec, 1999. p. 88-99.

MORAES, Wilson Rodrigues. **Folclore Básico**: orientação para trabalhos escolares. São Paulo - Esporte Educação, 1974

OLIVEIRA E SILVA, A. Artesanato. In: **Atlas Folclórico do Brasil**. Curitiba: Universidade Católica do Paraná. 1982, p.28.

PARANÁ. Secretaria de Estado do Trabalho e Ação Social. **Desvendando o Artesanato Paranaense** - PAP/ Marilisa Fagundes Cunha ... (et al) (org.) - Curitiba: Secretaria de Estado do trabalho e Ação Social: Secretaria de Estado da Cultura, 1994.

PERON, Desidério. Fandango na Festa de Bento Cego. **Diário Popular - Especial**, Curitiba, dez. 1973.

PETROCCHI, Mario. **Turismo, Planejamento e Gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

PINTO, I. C. Tentando Salvar o Folclore. **O Estado do Paraná**, Curitiba, 29 ago. 1981.

POLLAK, M. Memória, Esquecimento, Silêncio. In: _____. **Estudos Folclóricos**, Rio de Janeiro, vol.2, n.3, 1989. p.3-15.

RELEITURA da Carta do Folclore Brasileiro. In: VII CONGRESSO BRASILEIRO DE FOLCLORE, 1995, Salvador, Bahia.

RIBEIRO, B. (org.) **O Artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore, 1983.

RIBEIRO, J. Os Caiçaras (III). In: _____. **Os Brasileiros**: Rio de Janeiro: Pallas, 1977. p. 51-87.

RODERJAN, R. V. **Folclore brasileiro**: Paraná. Rio de Janeiro: MEC/ FUNARTE - Instituto Nacional do Folclore, 1981.

SANCHO, A. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Rocca/ OMT - Organização Mundial de Turismo, 2001.

VILA NOVA, S. Artesanato, Cultura e região. In: _____. **Arte e Cultura: uma perspectiva sociológica**, Recife: Ed. Bagaço, 1995. p. 49-55.

VILA NOVA, S. Artesanato e Arte Popular de Pernambuco. In _____. **Artesanato e Arte Popular em Pernambuco**, Recife: Ed. Bagaço, 1995. p. 71-81.

VIVES, V. de. A Beleza do Cotidiano. In: RIBEIRO, B. (et al.). **O Artesão Tradicional e seu Papel na Sociedade Contemporânea**, Rio de Janeiro: FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore, 1983. p. 133-148.

BIBLIOGRAFIA

ALBANO, C.; MURTA S. M. (org.) **Interpretar o Patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasilis, 2002.

ARAÚJO, Alceu M. **Cultura Popular Brasileira**. São Paulo: Melhoramentos, 1973.

BANDUCCI JR, A., BARRETO, M. **Turismo e Identidade Local**. São Paulo: Papirus, 2001.

BARRETO, Margarita. **Turismo e Legado Cultural**: as possibilidades do planejamento. São Paulo, Papirus, 2000, p.20.

BOULÓN, R. **Las actividades turísticas y recreacionales**, 3ª.ed. México: Trilhas, 1992.

BROSE, M. Introdução. In: _____. **Metodologia Participativa**: uma introdução a 29 instrumentos. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2001. p.9-16

COLETTE, M. Moderação. In: BROSE, M. **Metodologia Participativa**: uma introdução a 29 instrumentos. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2001. p.17-24.

COLI, J. Memória e Preservação: a mansão dos matarazzo. **Resgate**: revista de cultura do centro de memória da UNICAMP, Campinas, SP, n.3, 1991. p.88-96.

CORREA, R.; MARCHI, L.; SAENGER, J. **Tocadores**: homem, terra, música e cordas. Curitiba: Ed. Studio Alba/Olaria, 2002.

DENCKER, A de F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998. p.133.

DIEGUES, A C. O Mito do Paraíso Desabitado. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, São Paulo, n.24, p.141-151, 1996.

FERREIRA, J. C. **O Paraná e seus Municípios**, Maringá, PR: Ed. Memória Brasileira, 1996.

Folclore do Paraná está vivo; o que falta é maior divulgação. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 02 ago. 1983.

FONSECA, M. C. L. **O Patrimônio em Processo**: trajetória da política federal de preservação no Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. p. 85-283.

FREITAS, M. de. Boi-de-mamão, Pau-de-Fita e Fandango. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 22 ago. 1995.

GIFFONI, M. A. C. **Danças Folclóricas Brasileiras** e suas aplicações educativas. 2ª ed. São Paulo: Melhoramentos, 1964.

GONÇALVES, M F. O Fandango faz Pé Firme. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 04 mai. 2002.

GONZALEZ, N. E. K. de. Hospitalidade e Preconceito no Turismo. **Turismo - Visão e Ação**, Itajaí, ano 4, n.10, p.91-100, out-2001/mar-2002.

GOODEY, B. Interpretação e Comunidade Local. In: **Interpretar o Patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasília, 2002. p. 47-58.

INFORME ABM. **Opinião o livro dos tombos**: editorial do jornal do Brasil em 25/02/1996. [s. l.] [s.n.] vol.3. (2) 67-78 p.77 mar-mai, 1996.

KRIPPENDORF, J. A Maquinaria das férias ou o ciclo da reconstituição. In: **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989. p. 77-84.

_____. Capítulo 4 - Tese para a Humanização da Viagem. In: **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989. p. 172 - 235.

LOPES, A M. O último dos Fandangos, antes que desapareça. **O Estado do Paraná**, Curitiba, 25 mai. 1980.

OLIVEIRA JR, O A de. Litoral Paranaense: integrar ou morrer. **Gazeta do Litoral**, Antonina, nov 2002, ano 7, n.155, p.4.

OLIVEIRA, L. L. As Festas que a República Manda Guardar. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, RJ, vol.2, n.4, 1989. p.172-189.

PINHO, M. S. m. de. Produtos Artesanais e Mercado Turístico. In: **Interpretar o Patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasília, 2002.

REJOWSKI, Miriam. **Turismo e Pesquisa Científica: Pensamento Internacional X situação brasileira**. Campinas, SP: Papirus, 1996.

SANCHIS, J. F. P. As Festas Populares. In: SIMPOSIO DE COMUNICAÇÃO SOBRE PESQUISA EM FOLCLORE, n. 2, 1980, Belo Horizonte. **Simpósio de Comunicação sobre Pesquisa em Folclore**. Belo Horizonte: Coordenadoria da Cultura, 1981. p. 25-30.

SILVA, Y; SANTIL, J.; OLIVEIRA, L.; Animação Turística: uso e resgate de manifestações culturais e folclóricas em cidades litorâneas dos estados de Santa Catarina e Ceará. **Turismo: visão e ação**, Itajaí, ano 4, n.9, p.75-92, fev. 2002.

SUSIN, J; ALVES, L.; GOMES, M.; Diagnóstico Rápido Urbano Participativo - DRUP. In: **Metodologia Participativa: uma introdução a 29 instrumentos**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2001. p.79-86.

TEIXEIRA, P.; BRANCO, S.M. Lazer e Sociabilidade: Consumo Cultural em Curitiba. In: **Percurso: Curitiba Em Turismo**. Ano 1, n.1. Curitiba: Faculdades Integradas Curitiba. p. 77-90.

TONIAL, A M. Viagem Pela História do Paraná. **Turismo Brasil Sul**, Florianópolis, n.3 ano 9 ed. 43, p.47-71, set/out - 2002.

WACHOWICZ, R. C. **História do Paraná**, 2ª. Ed. Curitiba: Ed. dos Professores, 1968.

ANEXO 1 - ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA PARA PESQUISADORES E/OU FOLCLORISTAS

Solicitamos sua colaboração para a realização do projeto de pesquisa proposto. Por favor, responda a seguinte entrevista:

1 – Qual é a origem do fandango e do artesanato em Morretes/ Paraná?

2 – Na sua opinião, quais foram as principais mudanças ocorridas nas características básicas do fandango? E do artesanato?

3 – Como o fandango se caracteriza atualmente? E o artesanato?

4 – Quais são as maiores dificuldades do fandango e do artesanato atualmente?

5 – Na sua opinião, é válida a preservação de ambas manifestações? Por quê?

6 – As manifestações possuem alguma relação com a atividade turística em sua opinião? É uma relação boa ou ruim? Comente um pouco a este respeito.

Muito obrigada!

ANEXO 2 - ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA PARA PESSOAS RELACIONADAS AO TURISMO E/OU ÀS MANIFESTAÇÕES DO FANDANGO E DO ARTESANATO

Solicitamos sua colaboração para a realização do projeto de pesquisa proposto. Por favor, responda a seguinte entrevista:

1 – Qual é a contribuição de sua profissão para o artesanato e/ou fandango? (se a pessoa atuar diretamente em alguma das manifestações: Como é a sua participação no fandango/artesanato?).

2 – Como são atualmente as condições de trabalho para quem atua diretamente no fandango/artesanato? Há o reconhecimento desse trabalho por parte do poder público?

(para quem atua no artesanato)

3 – Qual é a sua opinião sobre a atuação da Associação dos Artesãos de Morretes?

4 – Na sua opinião, qual é a importância do fandango para a população de Morretes? E do artesanato?

5 – Na sua opinião, qual é a relação das manifestações já citadas com o turismo?

6 – Como o fandango poderia ter um melhor aproveitamento para o turismo? E o artesanato?

Muito obrigada!

ANEXO 3 – QUESTIONÁRIO PARA A COMUNIDADE

QUESTIONÁRIO PARA A COMUNIDADE												
CARACTERIZAÇÃO												
1. Sexo:	masculino		feminino		2. Estado civil	solteiro		casado		viúvo		outro
3. Qual a sua idade?					4. Em que bairro você mora?							
5. Grau de escolaridade:		1º. grau incompleto			1º. grau completo		2º. grau incompleto					
		2º grau completo			Superior incompleto		Superior completo					
6. Ocupação atual?					7. Renda individual bruta mensal?							
8. Tem filhos?	Sim. Quantos?		não									

Fandango							
1. Você conhece o Fandango de Morretes?							
sim		Não (pule p/ 16)					
2. Você conhece a história do Fandango de Morretes?							
sim		Não					
3. Tem envolvimento com o fandango local?							
Sim. Qual?		Não					
4. Já participou alguma vez do Fandango?							
sim. Quando (pule p/ 6)		Não					
5. Pretende participar do Fandango?							
sim		Não. Por quê?					
6. Você já assistiu a apresentação do Fandango na rua?							
Sim		Não. Pule p/ 8					
7. O que achou?							
Ótimo		bom		regular		Ruim	
8. Acha que deveria haver apresentações regulares de fandango na cidade?							
sim		Não					
9. Como você avalia a forma com que o fandango vem sendo realizado?							
Ótimo		bom		regular		Ruim	
10. O fandango é:							

Artesanato							
1. Você conhece o artesanato de Morretes?							
Sim.		Não					
2. Você tem algum envolvimento com o artesanato local?							
Sim De que forma?		Não					
3. Você conhece a Associação de Artesãos de Morretes?							
Sim		Não					
4. Você tem costume de comprar peças artesanais?							
Sim		Não					
5. Na sua opinião a qualidade do artesanato vendido é:							
Ótimo		bom		regular		Ruim	
6. Você acha que o artesanato de Morretes possui diversas opções de produtos?							
Sim		Não. Pq?					
7. Você observa que o artesanato está sendo comercializado de forma adequada?							
Sim		Não. Pq?					
8. O que você acha da comercialização de artesanato característico de outras localidades?							

	Uma manifestação cultural tradicional em Morretes						
	Uma manifestação cultural não existente em Morretes						
	Uma manifestação cultural que já existiu em Morretes, porém não existe mais						
11. O fandango em Morretes é importante para o município?							
Sim. Pq?		Não. Pq?					
12. Na sua opinião, o fandango representa os costumes locais:							
Muito		Mais ou menos		pouco		Não representa	
13. O fandango possui a participação de:							
Muitos cidadãos		Uma parte dos cidadãos		Poucos cidadãos		Pouquíssimos cidadãos	

14. Você acha que o Fandango representa a tradição da cidade?				
Sim		não		
15. Na sua opinião, o fandango pode contribuir para o turismo?				
Sim. De q maneira?		Não		
16. Você teria interesse em conhecer o Fandango de Morretes?				
Sim. Por quê?			Não. Por quê?	

ANEXO 4 – QUESTIONÁRIO PARA OS TURISTAS

PREZADO TURISTA:

Solicitamos sua colaboração para a melhoria do turismo no município. Por favor, responda a seguinte pesquisa. Desde já agradecemos muito a sua colaboração.

QUESTIONÁRIO PARA TURISTAS													
CARACTERIZAÇÃO													
1. Sexo:	masculino		feminino		2. Estado civil	solteiro		casado		viúvo		outro	
3. Qual a sua idade?					4. De onde veio?								
5. Grau de escolaridade:					1º. grau				1º. grau incompleto				
					2º grau completo				2º. grau incompleto				
					Superior incompleto				Superior completo				
6. Ocupação atual?					7. Renda bruta mensal individual?								
8. Tem filhos?	Sim. Quantos?				não	9. É sua primeira vez em Morretes?		sim				não	
10. Pretende retornar	sim				não								
11. Você viaja:	sozinho		Em grupo		Com família		Excursão						
12. Quanto em dinheiro pretende gastar na cidade (incluindo o que já foi gasto e os gastos com hospedagem)?													

(fandango)

13. Você já ouviu falar do fandango da cidade de Morretes?

(Se "sim", prossiga. Se "não", pule para 20)

() Sim. Onde?

() Não

14. Você conhece a história do fandango de Morretes?

() Sim

() Não

15. Você já assistiu às apresentações de fandango?

() Sim

() Não

17. O que achou?

() Ótimo () Bom () Regular () Ruim

18. Na sua opinião, deveriam ser feitas apresentações regulares de fandango?

() Sim

() Não

19. Você retornaria a Morretes para assistir ao fandango?

() Sim

() Não

20. Você teria o interesse em conhecer essa expressão cultural do município de Morretes?

() Sim. Por quê?

() Não. Por quê?

(artesanato)

21. Você já conhece o artesanato de Morretes?

(Se "sim", prossiga. Se "não", pule para 27)

() Sim. Exemplo?

() Não

22. Você comprou peças artesanais aqui?

(Se "não", pule para 24)

() Sim

() Não

23. Você encontrou estas peças com facilidade?

() Sim

() Não

24. O artesanato de Morretes lhe agradou:

() Muito () Mais ou menos () Pouco () Não lhe agradou

25. Na sua opinião há aqui em Morretes muitos locais para a compra de peças artesanais?

() Sim

() Não

26. Quanto à diversificação, você considera o artesanato de Morretes:

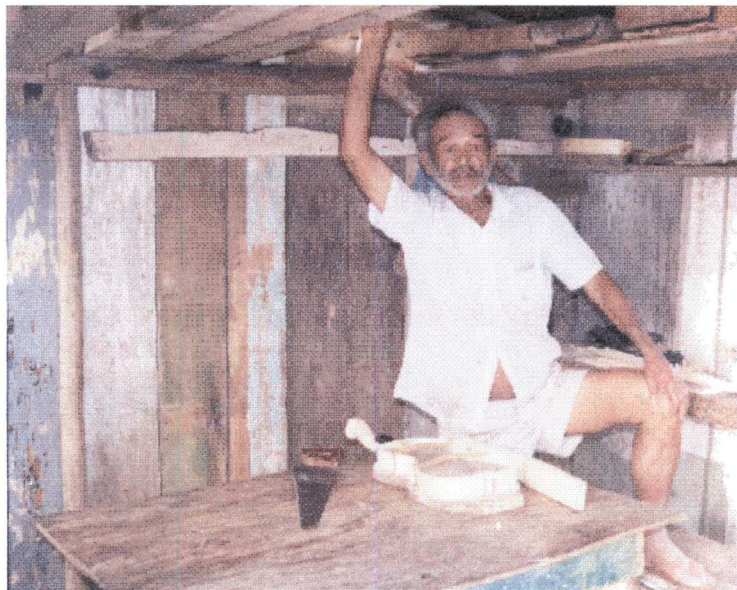
() Muito diversificado () Mais ou menos diversificado () Pouco diversificado

27. Ao comprar artesanato, você procura (ou procuraria) adquirir peças que foram produzidas aqui no município de Morretes?

() Sim. Por quê?

() Não. Por quê?

ANEXO 5 – SENHOR MARTINHO DOS SANTOS



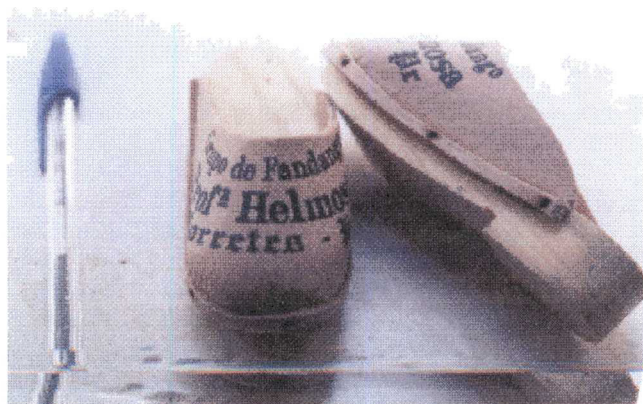
ANEXO 6 – CONSTRUÇÃO DE RABECAS



ANEXO 7 – ARTESAO E SUAS MATÉRIAS-PRIMAS



ANEXO 8 – TAMANCOS ARTESANAIS EM MINIATURA



ANEXO 9 – PEÇAS DA CASA ROCHA POMBO

