

## **A RELAÇÃO DO TURISMO E ARTESANATO NA ALDEIA INDÍGENA PATAXÓ DE COROA VERMELHA- SANTA CRUZ CABRÁLIA –BAHIA.**

Gregório Tadeu Bonifácio dos Santos<sup>1</sup>  
Salette Vieira<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Esta pesquisa tem como objetivo analisar o artesanato enquanto expressão da cultura do povo Pataxó articulado ao mercado turístico sob a perspectiva de desenvolvimento local no centro de artesanato da aldeia urbana de Coroa Vermelha, município de Santa Cruz Cabrália, na Zona turística Costa do Descobrimento, Estado da Bahia. Para elaboração deste trabalho foi realizado como procedimento metodológico técnicas de pesquisa bibliográfica e documental a partir de uma revisão de literatura pertinente em livros, dissertações, documentos e artigos. Além de pesquisa de campo caracterizada pela observação *in loco* e aplicação de questionário e perguntas semiestruturadas com um grupo de 15 de artesãos indígenas no centro de artesanato de Coroa Vermelha. Nesse sentido verificou-se que artesanato constitui-se para esses indígenas uma estratégia de resistência identitária, bem como de adaptação na sua relação com a comunidade envolvente dentro da dinâmica de um mundo globalizado. Mostrando-se uma importante oportunidade de desenvolvimento local e (re)afirmação de suas tradições. No entanto, ressalta-se algumas lacunas nesse processo como a ausência de instituições públicas, civis ou privadas que apoiem a atividade artesanal indígena, uma vez ser esta a principal fonte de renda deste grupo. Somado a isso, conseqüentemente a carência de um posicionamento mais estratégico do ponto de vista mercado. O artesanato Pataxó, portanto tem o desafio de manter-se como porta-voz da cultura de seu povo sendo reorientado para suas raízes, buscado justamente nesse viés o seu principal diferencial de mercado.

**Palavras-chave:** Turismo. Pataxó. Identidade. Desenvolvimento.

### **1. INTRODUÇÃO**

Turismo e cultura sempre estiveram imbricados no transcurso da história, tanto nas bases do que é considerado protótipo do turismo bem como na sua configuração moderna. Entrelaçados num processo de significados e ressignificações construindo e reconstruindo tradições, memórias e identidades.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo – UNEB Universidade do Estado da Bahia. E-mail: gregoriobonifacio@hotmail.com.

<sup>2</sup> Mestre em Cultura e Turismo – UESC. Professora Assistente Curso de Turismo e Hotelaria UNEB. E-mail: saletur@hotmail.com.

Nesse sentido, de acordo com Wainberg (2003) o turismo tem se constituído um fenômeno específico da comunicação humana, promovendo uma tarefa importante, porém desafiadora: apresentar o “estranho”, as singularidades alheias, como algo não ameaçador e passível de ser vivenciado. A viagem turística torna-se um dos mais impressionantes fenômenos humanos da contemporaneidade.

Trata-se de um encontro, um fenômeno de consumo e interação simbólica e sua construção é acionada pelo gatilho da diferença, de maneira que a sensibilidade e mundos distintos interagem, permitindo uma fluidez e diluição cada vez mais intensa das fronteiras. Assim fala-se em elementos que permeiam os aspectos materiais e imateriais de culturas autóctones, transformando patrimônios e heranças culturais em atrativos turísticos.

Nesse contexto destaca-se o artesanato indígena Pataxó, que é utilizado para uso doméstico, como também é comercializado para os turistas que visitam a aldeia urbana de Coroa vermelha, no município de Santa Cruz Cabralia. O ofício artesanal tem se configurado como um dos principais símbolos artísticos e culturais dessa etnia.

Dito assim o objetivo geral dessa pesquisa é analisar o artesanato enquanto expressão da cultura Pataxó articulado ao mercado turístico sob a perspectiva de desenvolvimento local no centro de artesanato da aldeia urbana de Coroa Vermelha, município de Santa Cruz Cabralia, na Zona turística Costa do Descobrimento, Estado da Bahia.

Analisar, portanto, esse cenário justifica-se pela relevância social, econômica e cultural da atividade, considerando os impactos e a influência do fenômeno turístico sobre a mesma. Além de gerar novos dados e informações sobre a temática podendo auxiliar no planejamento turístico local, incrementando de forma significativa esse segmento, beneficiando tanto a comunidade indígena bem como a população envolvente.

Para desenvolvimento o procedimento metodológico utilizado foi o qualitativo, quanto às técnicas de pesquisa foi empregado levantamento bibliográfico e documental que fundamentaram teoricamente os conceitos abordados no decorrer do trabalho por meio de leituras e fichamentos de literatura específica, em livros e periódicos, sites e artigos.

A coleta de dados primários se deu através da observação *in loco* e pesquisa de campo com questionário de perguntas semiestruturadas com 15 indígenas que produzem e comercializam o artesanato, amostragem de conveniência que segundo Dencker (1998, p. 179) é aplicada em “pesquisas piloto para levantamento de problemas, testes de questionário etc. Os elementos são escolhidos de acordo com a conveniência do pesquisador”, e por fim a análise dos dados a partir dos resultados obtidos.

## 2. ETNOTURISMO

Etnoturismo ou turismo étnico é uma importante e expressiva vertente do turismo cultural distinguindo-se pelo acesso às culturas tradicionais que se destacam pelo seu caráter excepcional e singular. Sendo definido pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2010, p.20) “como atividades turísticas que permitem a vivência de experiências autênticas com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos”. Trata-se, desse modo, de uma experiência que permite uma imersão na cultura do outro, permitindo transpor “velhos estereótipos” e ideias preconcebidas promovendo o encontro entre diferentes expressões étnicas.

O turista busca estabelecer proximidade com a comunidade autóctone, participando dos seus ritos, manifestações e expressões culturais, apreendendo e aprendendo com e sobre o seu estilo de vida (VIEIRA; CARVALHO, 2013). Esse segmento turístico contempla as comunidades oriundas dos processos migratórios europeus e asiáticos, as comunidades indígenas e as comunidades quilombolas que preservam seus legados étnicos como valores que direcionam seu modo de vida, costumes e práticas (BRASIL, 2010). Trata-se de uma forma de turismo que promove e valoriza o a etnicidade dos diferentes grupos sociais.

Nessa esteira de acordo com Bahl (2009) o composto do turismo étnico se realiza a partir dos resultados de dois tipos de sentimentos voltados ao estabelecimento de laços de identidade.

O primeiro está associado ao aparato social e cultural de uma localidade como seu marco de identidade e diferenciação, já no segundo, a ideia de divulgação da existência de uma etnia ou grupo em particular visando o seu reconhecimento e inserção num contexto nacional ou internacional (BAHL, 2009, p.124).

Assim essas comunidades acabam em muitos casos fazendo da atividade turística uma estratégia de posicionamento a partir da qual conseguem falar de si ao mundo, mantendo suas tradições. Nesse sentido, o turismo se configura como instrumento de revitalização de símbolos, sinais, e referências de um determinado grupo étnico, na medida em que seus traços de diferenciação será a garantia da atratividade turística, bem como de legitimidade frente a outros grupos sociais.

De acordo com Dias (2006) quando o turista visita uma comunidade, este surge como o diferente em relação àqueles que são semelhantes entre si por pertencerem ao mesmo grupo, e/ou a mesma etnia. Desse modo, a presença de turistas, com práticas e costumes distintos, tende a realçar os traços culturais que caracterizam a comunidade receptora, uma vez que se estabelece uma linha nítida entre ambos. Dito assim, as relações interétnicas promovidas pelo turismo pode ser um estímulo para o aspecto identitário desses povos diante do outro.

Conforme pontua Freire (2006) é na interação que emergem as identidades étnicas e não no isolamento, não podendo, assim serem entendidas independentes das culturas com as quais se cruzam.

Dessa forma o grupo étnico é entendido como grupo cujos membros possuem uma identidade auto atribuída. Essas categorias étnicas, que classificam uma pessoa em termos de sua identidade básica e geral, são produzidas pelos próprios atores sociais. Os indivíduos se enquadram nas identidades étnicas, assim como essas identidades são reelaboradas por eles. (FREIRE, 2006 p.184).

As identidades culturais não são intocadas, estáticas ou congeladas no tempo o que implicaria em uma ausência de contato com o mundo externo inviabilizando ou descaracterizando a sua essência em razão do seu uso pelo turismo. Antes, porém, se devidamente direcionado, o turismo, oportuniza um excelente dinamismo cultural, produzindo experiências importantes em sua prática e construção. De maneira que as comunidades ao envolver-se na experiência turística podem se transformar a partir da geração de novos padrões e permanecerem autênticas mesmo através da mudança (GRÜNEWALD, 2001).

De acordo com Cardozo (2006), portanto, a etnicidade ultrapassa os limites do autoctonismo, contemplando também a culturas transplantadas, ou seja, aquelas movidas do seu território para outro sendo ali reconfiguradas, como resultado do deslocamento turístico ou de migrações. De maneira que estas culturas étnicas,

autóctones ou transplantadas, fundamentam-se em elementos que as referenciam em suas expressões identitárias, como arquitetura, gastronomia, festividade, língua, dança, música, e artesanato, agregando mais valor e dinamizando a atividade turística, além de ser um diferencial estratégico para muitos destinos turísticos.

### **3. ARTESANATO COMO DESENVOLVIMENTO LOCAL E TURISMO**

O mundo contemporâneo encontra-se fortemente marcado pelo processo de globalização das economias, da oferta dos padrões de consumo no qual as organizações e os destinos turísticos apostam cada vez mais na criatividade como principal fonte de diferenciação (MENDES; GUERREIRO, 2010). Nesse contexto está o artesanato como um elemento iconográfico, isto é uma forma de linguagem visual que utiliza imagens para representar a vida cotidiana de um povo, integrando nesse processo sua memória e manifestações culturais (FERNADES, 2009).

O artesanato nessa direção está intimamente ligado a etnicidade de um povo uma vez que traduz e materializa os seus valores, costumes, crenças e práticas promovendo uma importante interface entre o tangível e o intangível a subjetividade e objetividade. O artesanato apresenta-se com o objetivo de ser aquilo que transmite as raízes autênticas de uma cultura, um instrumento que transmite a história de uma comunidade (PINHO, 2002).

Não por acaso, o artesanato está em ascensão em todo mundo, no Brasil, depois de décadas de abandono, entidades como Serviço Brasileiro de apoio de Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), diversas organizações não governamentais, ONGs e designers promovem hoje a revitalização, o resgate do artesanato baseado nas mais variadas tradições culturais, abrindo caminhos para uma nova realidade do segmento (FRANÇA, 2005).

Marquesan e Figueiredo (2014), entretanto, sinalizam que o assédio do capitalismo sobre as manifestações culturais tem estimulado uma tendência à perda dos valores pertinentes às práticas artesanais e à descaracterização de certos aspectos simbólicos dessa cultura. Nesse aspecto, o artesanato seria visto basicamente a partir de uma lógica do capital globalizante, o seu valor simbólico identitário seria na melhor das hipóteses um adereço apropriado pela indústria do marketing como diferencial competitivo.

Como contraponto a interseção turismo e artesanato são apresentados por Pinho (2002) como um encontro salutar, uma vez que mantenha na sua prática uma imbricação com a cultura.

Mercado de turismo e produto artesanal são definitivamente um selo esperado e uma união oportuna. Mas vale lembrar que não estamos sugerindo que o produto artesanal, seja nessa mudança de enfoque, alocado ao que costuma designar por industrializado. Ao contrário, estamos afirmando que esta fusão é benéfica se tivermos claro que a proposta não é ‘souvenirização’ do produto artesanal, risco que se corre de fato, considerando que a indústria do turismo pode causar uma nova massificação de produtos artesanais, ao promover a produção de souvenirs descaracterizados. A busca é por um novo caminho e novas oportunidades, por novas conquistas de mercado, um feixe renovado de oxigênio para o segmento artesanal (PINHO, 2002, p.172).

Dessa forma, o artesanato pode ser entendido dentro das relações de mercado sem, todavia perder a sua capacidade de imprimir valores, crenças e costumes de um determinado grupo social. A sua inclusão produtiva posiciona-se como via estratégica para oportunizar famílias e comunidades o acesso ao mundo do trabalho favorecendo formas de desenvolvimento de sua capacidade de produção, tornando-as capazes de garantir sua sobrevivência, autonomia e cidadania (FRANÇA, 2005).

Assim a atividade artesanal apresenta-se como um dos eixos estratégicos de valorização e desenvolvimento de territórios destacando-se no conjunto de estratégias e atuação pelos setores públicos e privados (SANTOS, 2011). De modo que o estímulo ao artesanato articulado ao turismo tem se configurado como uma alternativa recorrente em projetos relacionados ao desenvolvimento de várias localidades.

Diante disso o fenômeno turístico traz oportunidades significativas para incremento da demanda do produto artesanal nas comunidades que se dedicam a essa prática, como expressão de identidade cultural, uma vez que é comum a procura de objetos simbólicos por parte do turista. Destaca-se nesse contexto o artesanato tradicional ou de raiz, como um objeto que traz consigo valor cultural agregado, o que lhe confere vantagem de mercado frente a outras modalidades do segmento (LIMA, 2005).

#### **4. CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO**

Coroa Vermelha está distante da Capital Salvador 722 km, localiza-se a aproximadamente 16 km ao sul do município de Porto Seguro, e faz parte do município

de Santa Cruz Cabrália, 8 km ao norte, na zona turística Costa do Descobrimento, Estado da Bahia (2015).

A região foi reconhecida e demarcada como Terra Indígena (TI) em 1996. Antes disso era apenas um bairro de Santa Cruz Cabrália; A Terra Indígena Coroa Vermelha é ocupada tradicionalmente pelo povo indígena Pataxó e tem uma população constituída por 950 famílias totalizando 5000 índios, tem uma extensão de 1.492 hectares - em duas glebas de 72 e 1420 hectares (SAMPAIO, 2010). Conectando os dois principais destinos da costa do descobrimento.

Essa aldeia distingue-se, sobretudo pelo seu aspecto urbano dispendo de uma estrutura tipicamente citadina, com hotéis, supermercados, bares, restaurantes, postos de gasolina, lojas e pavimentação. Fato que pode ser explicado em razão dessa aldeia ter sido reconhecida como Terra indígena muitos anos depois do seu processo de urbanização.

Segundo Neves (2015) é possível dividir as áreas da TI Coroa Vermelha em três partes para facilitar o entendimento a respeito da separação entre região turística e região não turística. Assim, compreende-se a TI Coroa Vermelha como estando dividida entre a região da Praia, composta basicamente pelo chamado Parque Indígena (praia, Cruz do Descobrimento, estacionamento e centro de artesanato), local onde é desenvolvido o comércio de artesanato; a região de mata, composta basicamente pela Gleba B da demarcação ou Reserva da Jaqueira; e as residências, distribuídas ao longo do bairro do Karajá.

A economia da aldeia gira principalmente em torno do artesanato para a grande parte dos moradores; embora outras atividades são também desenvolvidas pelos indígenas para sua subsistência como a agricultura, mariscagem, extrativismo vegetal e um pequeno número que conseguem se inserir como assalariados no comércio local (MAURO, 2007).

É notório que as relações interétnicas ao longo dos séculos com a sociedade envolvente fez com que novas necessidades de consumo fossem assimiladas pelo grupo, as quais não conseguem ser supridas, tão somente com o sistema de organização interno, fazendo com que o turismo seja visto como uma alternativa de subsistência, desenvolvimento e autonomia social pelos indígenas (MAURO, 2007).

A produção de artesanato articulado ao turismo apresenta-se nesse caso como o excelente segmento de mercado, no entanto, muito além de mera atividade econômica, tem sentidos fundamentais ligados à reconstrução e articulação da identidade e etnicidade desses índios.

## 5. ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

O tratamento de dados dessa pesquisa se deu a partir da perspectiva de desenvolvimento local que pode ser definido como um processo endógeno em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos capaz de gerar dinamismo econômico e qualidade de vida para a comunidade envolvida (SANTOS, 2011). Nesse sentido a interface do artesanato indígena com o mercado turístico é visto como uma importante estratégia.

Fato que corresponde a uma nova tendência que pode ser explorada pelo destino, qual seja: o viajante ou turista de vanguarda que busca realização interior e é estimulado pela compreensão da cultura e da história de outros lugares (ALVIGHI, 2005).

O artesanato indígena em certa medida se aplica a esta realidade, uma vez contrastado como aquilo situado como não habitual dos grandes centros urbanos, justificando um interesse relevante dos turistas pelo produto. De modo que o turista ao adquirir o artesanato como souvenir está definindo-se como um viajante que busca e valoriza a cultura local, além de ser uma demonstração iconográfica de ter estado naquele lugar (DIAS, 2003).

Perguntou-se aos indígenas se o artesanato é a principal fonte de renda da comunidade aldeia de Coroa Vermelha, sendo a resposta afirmativa, não só da aldeia de Coroa Vermelha, mas de todo povo Pataxó. A potencialidade do artesanato Pataxó como principal forma de subsistência dessa etnia é indiscutível. No entanto a ausência de um posicionamento estratégico, é percebida como um principal entrave para um melhor desempenho na comercialização desses objetos (SANTOS, 2011). Ratificando essa realidade alguns dos comerciantes indígenas pareciam subestimar o impacto da cultura como valor agregado.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

A respeito de melhores condições de vida da comunidade indígena em função do artesanato, os índios responderam positivamente. Embora a massificação do artesanato, sobretudo por não indígenas tem diminuído as vendas. A produção e venda de Artesanato na Coroa Vermelha não é mais exclusivo dos indígenas, o que tem provocado um declínio nas vendas dos índios Pataxó, conforme muito deles asseguram.

Ressalta-se, porém que a simbiose dos Pataxó e o artesanato faz deste um produto distinto, que se devidamente trabalhado poderá se destacar em meio a competitividade do mercado, promovendo sua identidade e garantido melhores condições de vida para a comunidade indígena (SANTOS, 2011).

Perguntou-se ainda aos indígenas se há incentivo de alguma instituição pública, privada ou civil com o objetivo de expansão do negócio, sendo respondido que atualmente não, mas já houve cursos oferecidos pelo SEBRAE. No entanto entre aqueles que foram ouvidos apenas dois responderam já ter participado de um desses cursos, o que é irrisório diante do valor que poderia ser agregado. A parceria dessas entidades seria capaz de oferecer uma orientação técnica e estratégica de mercado contribuindo para um grande salto nas vendas do artesanato indígena em Coroa Vermelha.

Tendo em vista que o estímulo ao artesanato tem sido crescente pelos diferentes setores da sociedade, público, privado e civil diante do seu potencial como instrumento de desenvolvimento local, além de promover traços, características e expressões culturais de um grupo social (SANTOS, 2011).

Assim, admite-se que as comunidades indígenas podem estar submetidas aos mesmos processos que os demais grupos humanos, o que não significa afirmar que as repercussões e consequências desses processos tenham efeitos idênticos sobre ambos. O artesanato mesmo tornando-se uma estratégia de sobrevivência construída pelo grupo, a sua identidade étnica deve ser um elemento de diferenciação expressada através dos objetos.

Quanto a uma avaliação positiva da relação da cultura indígena com o turismo, os índios responderam que enxergam como positiva essa relação, visto ser o turismo que mantém o seu comércio. A grande diversidade e fluxo de turistas que visitam Coroa Vermelha durante o ano faz do turismo o principal vetor de desenvolvimento dessa aldeia.

Contudo o turismo se mal planejado pode provocar uma série de efeitos colaterais para as comunidades receptoras. O planejamento adequado impõe-se, portanto, como imprescindível com objetivo de minimizar seus impactos negativos e maximizar os seus benefícios sem negligenciar o fomento e a preservação dos bens culturais materiais e imateriais das comunidades autóctones (DIAS, 2006).

Sobre o material utilizado na produção do artesanato foi considerado pelos indígenas um dos desafios. Este é um dos gargalos da produção do artesanato local, principalmente, no que se refere ao artesanato em madeira, uma vez que os recursos são limitados. Uma das alternativas é comprar o artesanato em madeira de outras aldeias. Embora já existam atualmente materiais alternativos para a produção do artesanato como eucalipto, coco, osso e a fibra de piaçava que são considerados sustentáveis.

Figura 02: acessórios de cozinha e maraca.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Desse modo o artesanato uma vez assegurando o seu destaque social, cultural e econômico deve estar calcado, sobretudo na sustentabilidade, permitindo um ciclo renovável de recursos, viabilizando a sua permanência no mercado (SANTOS, 2011).

Outro fato relevante observado ligado ao artesanato nessa aldeia é que, a maioria das lojas do parque indígena são em sua maioria utilizadas por não indígenas que alugam dos índios proprietários. Essa realidade parece ser resultado da ausência de uma orientação estratégica, uma vez que o calçadão possui um fluxo turístico mais expressivo que o centro de artesanato, o que nesse caso deveria ser o espaço mais utilizado para a venda de artesanato pelos indígenas.

O que sinaliza uma vez mais para a necessidade de uma qualificação estratégica por parte dos indígenas comerciantes e artesãos assegurando, todavia a distinção, criatividade e expressividade cultural do artesanato que são características essenciais no processo de (re)construção de identidade, além de serem percebidas pelas a maior parte destes indígenas como relevantes e apropriadas no contexto mercadológico tornando o segmento significativa oportunidade de desenvolvimento local.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O uso da cultura pela atividade turística tem sido uma prática recorrente em muitos lugares do mundo, e em muitos casos posiciona-se como um importante vetor de desenvolvimento econômico. Além de seu aspecto econômico, trata-se ainda de uma oportunidade de mobilizar e sensibilizar a comunidade local para a importância da arte e da cultura e sua salvaguarda. Uma vez que a sua prática pressupõe sua preservação e manutenção para que estes permaneçam como atrativos.

Assim, buscou-se compreender o artesanato indígena Pataxó enquanto expressão cultural articulado ao mercado turístico sob a perspectiva de desenvolvimento local na aldeia urbana de Coroa Vermelha, Santa Cruz Cabralia, Costa do Descobrimento.

Verificou-se que o artesanato constitui-se para esses indígenas uma estratégia de resistência identitária, bem como de adaptação na sua relação com a comunidade envolvente dentro da dinâmica de um mundo globalizado. Mostrando-se uma importante oportunidade de desenvolvimento local e (re)afirmação de suas tradições.

No entanto, ressalta-se algumas lacunas nesse processo como a ausência de instituições públicas, civis ou privadas que apoiem a atividade artesanal indígena, uma vez ser esta a principal fonte de renda dessa etnia. Somado a isso, conseqüentemente a carência de um posicionamento mais estratégico do ponto de vista de mercado.

O artesanato Pataxó, portanto, tem o desafio de manter-se como porta-voz da cultura de seu povo sendo reorientado para suas raízes, buscado justamente nesse viés o seu principal diferencial de mercado.

## REFERÊNCIAS

ALVIGHI, Carlos Marcos. Turismo, Globalização e Cultura. *In*: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. et al. (Eds). **Análises Regionais e Globais do Turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.

BAHIA. **Destinos**. Disponível em: <<http://www.bahia.com.br/roteiros/santa-cruz-cabralia/>>. Acesso em: 22 de mar. 2019.

BAHL, M. **Dimensão Cultural do Turismo Étnico**. *In*: ANSARAH, M. G. dos R.; PANOSSONETTO, A. (Org.). **Segmentação de Mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, São Paulo: Manole, 2009. p.121-140.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de

Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CARDOZO, P. F. Considerações preliminares sobre produto turístico étnico. **Revista de Turismo / Patrimônio Cultural**, Universidade Paranaense-PR, v. 4, n. 2, p.143-152, 2006.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

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

\_\_\_\_\_. Reinaldo. **Turismo e patrimônio cultural**: recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: Saraiva, 2006.

FERNANDES, Hélènemarie Dias. **A (re)territorialização do patrimônio cultural tombado do Porto Geral de Corumbá-MS no contexto do desenvolvimento Local**. 148 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Local)–Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande-MS, 2009.

FRANÇA, Rosa Alice. Design e artesanato: uma proposta social. **Revista Design**, Universidade do Estado da Bahia-Ba, v. II, n. 2, jul-dez, p. 9-15, 2005.

FREIRE, José R. Bessa. Sociedades Indígenas e Turismo. *In*: BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo social**: Diálogos do turismo: uma viagem de inclusão. Rio de Janeiro: IBAM, 2006.

GRÜNEWALD, R. A. **Os Índios do descobrimento**: tradição e turismo. Rio de Janeiro: Contra Capa livraria, 2001.

\_\_\_\_\_. Turismo e Etnicidade. **Revista Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 141-159, out. 2003..

LIMA, R. G.. **Artesanato de tradição: cinco pontos em discussão**. *In*: ARTESANATO SOLIDÁRIO/ ArteSol (Org.). **Olhares itinerantes**: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição (p. 13-42). São Paulo: Artesanato Solidário/ArteSol, 2005.

MARQUESAN, Fábio Freitas Schilling; FIGUEREDO, Marina Mantas. De artesão a empreendedor: A resignificação do trabalho artesanal como estratégia para a reprodução de Relações desiguais de poder. **RAM. Adm. Mackenzie**, v.15, n.6, Edição Especial, 76-97, São Paulo-SP, nov./dez, 2014.

MAURO, Victo Ferri. **Turismo em terra indígena**: o caso da Reserva Pataxó da Jaqueira. Brasília: Monografia (especialização)–Universidade de Brasília, 2007.

MENDES, Júlio; GUERREIRO, Manuela. **Reconstruir a experiência turística com base nas memórias perdidas**. *In*: NETO PANOSSO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

NEVES, S. C. “O Índio não gosta de ficar cativo”: Trabalho e Tradição nas Atividades Econômicas dos Pataxó da Aldeia de Coroa Vermelha. **Revista Pasos**, *online*, v. 13, n. 01. p. 131-143. 2015

PINHO, Maria Sonia Madureira. Produtos artesanais e mercado turístico. *In*: MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (orgs). **Interpretar o Patrimônio**: um olhar de exercício. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

SAMPAIO, J. A. L. **Sob o signo da cruz**. Relatório circunstanciado de identificação e delimitação da terra indígena Pataxó de Coroa Vermelha. **Cadernos do LEME**, Campina Grande, vol. 2, n. 1, p. 95 – 176. jan/jun, 2010.

SANTOS, Thiago de Sousa. **Desenvolvimento local e artesanato**: um análise de dois municípios de Minas Gerais. 2011. 108 f. Dissertação (Mestrado em administração)-Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2011.

WAINBERG, J. **Turismo e Comunicação**. A Indústria da Diferença. São Paulo: Contexto, 2003.