

CASA DO ARTISTA POPULAR: A PERPETUAÇÃO DA CULTURA POPULAR PARAIBANA E SEUS DESAFIOS

Gillane de Araújo Rolim¹

Resumo

Este artigo traça um mapeamento da Casa do Artista Popular do Estado da Paraíba no que tange à perpetuação da cultura popular paraibana em função do turismo, das ações preservacionistas de cunho endógeno e propõe novas vertentes e usos do local. Tendo como objetivos identificar e analisar o funcionamento da demanda, pontos positivos e negativos, a relação dos visitantes com o museu e se ocorre a perpetuação da cultura paraibana a seus visitantes de forma satisfatória. Dessa forma, realizou-se um levantamento de informações a partir de um estudo bibliográfico a cerca dessa temática, pesquisa documental, além de observações empíricas da realidade a que pertence o objeto de estudo. Para tanto, foi realizado um estudo histórico do local onde está inserido o museu e suas interfaces atuais propondo alternativas para minimizar as problemáticas existentes. Em seguida, faz-se um breve comparativo entre a Casa do Artista Popular e o Mercado de Artesanato Paraibano no que tange às suas diferenças, de maneira ilustrativa, em quais pontos se complementam e se contrapõem. São enumeradas, ainda, propostas para melhor utilização do espaço em detrimento de sua arte, melhorias de infraestrutura e acessibilidade além de promover o turismo cultural sustentável e baseado na comunidade local. Os resultados alcançados foram a proposta de um roteiro cultural paraibano integrado e sustentável, aliado ao turismo de base local, a sugestão de mudanças na estrutura do lugar e as estratégias de divulgação mais enfáticas e condizentes com a realidade estudada.

Palavras-chave: Patrimônio Cultural, Casa do Artista Popular, Turismo, Artesanato.

¹ Pós-Graduanda em Turismo de Base Local pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB – João Pessoa, PB. Bacharel em Turismo – Habilitação Planejamento Turístico pela UFPB – João Pessoa, PB. Email: gillanearaujo@yahoo.com.br

Introdução

A diversidade cultural observada ao redor do mundo é imensurável, cada localidade é conhecida ou identificada através de seu patrimônio cultural revelando assim sua história, sua essência e o modo de vida dos seus habitantes. A sociedade é multicultural ao ser caracterizada pelo pluralismo e heterogeneidade logo, a convivência resultante desse intercâmbio deve ser salutar e de respeito mútuo entre os atores sociais pertencentes aos contatos realizados.

A atividade turística é aliada nesse processo à medida que o visitante busca o “diferente” alheio a sua realidade sendo motivado a deslocar-se em busca de novas experiências, novos aprendizados e enriquecimento cultural. Se os visitantes são atraídos pela diversidade então o turismo incita as nações a defender suas civilizações e heranças culturais (BENI, 2004), pois é o que as motivam para ações preservacionistas e de incentivo à prática de visitação.

Nessa perspectiva cultural, o Brasil apresenta diversidades em suas regiões que não são limitadas às tradições populares, mas que são traduzidas em cada peça artesanal, em visitas a museus ou na experiência da coletividade. O objeto de estudo, localizado no Estado da Paraíba, é um celeiro de efervescência cultural do interior à capital, cada município e microrregião apresentam suas peculiaridades culturais dentro da diversidade do todo e formam assim atrativos que visitantes do Brasil e do mundo são convidados a conhecer e a vivenciar, tais como: gastronomia, artesanato, danças folclóricas, museus, festas populares, peças culturais e a própria história da localidade.

A Casa do Artista Popular, localizada na capital João Pessoa, antes de ser um atrativo turístico, é um museu que reúne obras de artistas paraibanos que traduzem diversas realidades do estado, com técnicas peculiares e que traduzem de forma sensorial a identidade de um povo, onde o visitante é convidado a viajar pelas diversas tipologias artístico-culturais.

A perpetuação desse patrimônio cultural é de imensurável relevância para a preservação da identidade e dos ofícios e técnicas que muitas vezes são transferidos de geração a geração caracterizando a sucessão da arte de forma genuína. É preciso ressaltar que não é apenas a contemplação, mas a prática da vivência, participação e interpretação desse acervo que faz da visita uma experiência rica e educativa. Portanto, para isso que o presente trabalho realizou tal estudo, pois o dilema da autenticidade aliada à devida interpretação patrimonial associada à vivência cultural do indivíduo nesses recantos de memória precisa ser uma experiência verdadeira, intercultural, sustentável e educativa.

Há muitas lacunas que precisam ser preenchidas através de ações incisivas e executáveis para que o turismo cultural na Paraíba, mais precisamente no objeto de estudo, aconteça de forma satisfatória, crescente e consolidada.

Cultura e Patrimônio: a Casa do Artista Popular e a Conjuntura Moderna Cultural

A sociedade, ao longo do tempo, tem sofrido diversas modificações sociais, econômicas, tecnológicas, ambientais e por que não dizer, culturais. A busca pela identidade, pela história, pelo grupo social similar tem garantido um resgate cultural e uma nova visão sobre o “antigo”, através de sua valorização, se transformando e se inserindo no contexto social atual.

Nesse panorama exposto, Pérez (2009, p. 94) afirma que “a cultura é algo vivo e dinâmico, e não estático ou essencialista, e muda constantemente para dar conta das necessidades sociais presentes, daí que esteja sempre a ser inventada e reinventada.” Logo a cultura é algo intrínseco, representativo e resultante da própria sociedade e se molda à mercê das alterações humanísticas da coletividade, realçando as diversidades dos povos.

No que concerne ao conceito de cultura, há duas perspectivas, de acordo com Pérez (2009, p. 104):

A visão antropológica que consiste no modo de vida, isto é, o modo como os seres humanos pensam, dizem, fazem e fabricam e a visão estética que é definida por atividades intelectuais e artísticas como a música, literatura, teatro, cinema, pintura, escultura e arquitetura.

De alguma forma essas duas linhas de definição se encontram e se complementam, pois as atividades intelectuais são realizadas através de suas próprias vivências, experiências coletivas ou de forma individual, a partir de suas formações, a exemplo de uma técnica para esculpir obras de arte que é construída a partir da visão do artesão e de sua sensibilidade em conjunto com métodos específicos para a construção do objeto.

Dentro do contexto explanado, eclode um novo termo ligado diretamente à cultura que é denominado de Patrimônio Cultural cujo conceito surge na França nos primórdios de 1980 (CALVO, 1995 *apud* PÉREZ, 2007) “e que redefine os conceitos de folclore, cultura popular e cultura tradicional” de acordo com Pérez. Seu significado derivada do latim *patrimonium* para se referir à “propriedade herdada do pai ou dos antepassados, uma herança”

(FUNARI, 2001, p. 01). Há o conceito mais objetivo e clássico evidenciado por Camargo (2005) “bens culturais ou monumentos de excepcional valor histórico e artístico cultural nacional (identidade homogênea e unitária).” Deste modo, podemos perceber que, tudo que remete ao passado, à identidade, à reunião de artigos culturais e à memória de uma civilização pode ser denominada de Patrimônio Cultural dessa localidade.

Na sociedade atual cuja lógica do capital está intrínseca nas relações, a cultura e seus produtos em sua grande maioria, são utilizadas como mercadoria ao realizar um escambo entre moeda e “produto”, onde na verdade deveria ocorrer um intercâmbio cultural entre seus atores. Valcuende del Rio (2003) *apud* Pérez (2009, p. 161) confirma que o patrimônio cultural se transforma em “cartão de visita” que agrega a identidade e que hodiernamente revela uma visão economicista.

Na ótica do consumo e da economia global cada sociedade sente a necessidade de autoafirmação e busca atrair consumidores culturais locais e no

circuito turístico vigente. Friedman (1994) *apud* Pérez (2009, p. 160) reafirma tal realidade ao falar do “consumo do patrimônio cultural como uma estratégia de auto sobrevivência e auto definição do ‘local’, que acaba por vender o passado como autêntico”. A busca por autenticidade pelos indivíduos incentiva à preservação da identidade, a retomada de sua história e enaltece a diversidade cultural intrínseca à humanidade.

Entretanto, a procura pelo autêntico está embasada na percepção pessoal de cada ser, seu modo de vida e experiências viventes, e esses ingredientes mesclados com os conhecimentos particulares dos demais membros da sociedade formam uma teia imagética e cultural e que é consumida conforme Santana (2009, p. 161) especifica:

Embora alguns se empenhem em vendê-la, a autenticidade é criada individualmente como constructo (Cohen, 1988 *apud* Santana, 2009) contextualizado nas próprias experiências do sujeito, representando uma alternância de experiências que compensa os padrões e as rotinas do cotidiano, nas quais se misturam os estereótipos do estilo de vida e uso da cultura material dos

visitados, com a imagem vendida dos mesmos.

Diante da conjuntura moderna da cultura, das transformações e da perspectiva preservacionista dos grupos sociais com seu patrimônio cultural e histórico, os Estados² pelo seu poder supremo de tutela sobre os bens naturais e culturais em seus territórios, em alguns casos em parcerias com ONG³ ou acordo público-privado, responsabilizaram-se pelas políticas públicas, ações (revitalização de prédios históricos, por exemplo) e construção de espaços que reúnem acervos de obras representativas e relevantes socialmente capazes de traduzir a alma, as tradições e a história do sítio. Beni (2004) explica o porquê da assistência organizacional ao patrimônio ao dizer que essa instituição oficial que

² Divisão política, administrativa e territorial de certos países (Brasil, Estados Unidos da América, México, Venezuela). / O governo, a administração superior de um país. Informação disponível em <<http://www.dicionariodoaurelio.com/Estado.html>>. Acesso em Março/2012.

³ Organizações não governamentais (ONGs) são associações da sociedade civil, sem fins lucrativos, que desenvolvem ações em diferentes áreas e que, geralmente, mobilizam a opinião pública e o apoio da população para melhorar determinados aspectos da sociedade. Disponível em <<http://revife.com/2011/01/31/ong-o-que-e-como-criar-e-administrar/>>. Acesso em Março/2012.

preserva em defesa da coletividade acaba por intervir criando um patrimônio ou uma memória.

Ao criar um espaço coletivo de face patrimonialista, tradução da essência da coletividade, é possível entender os valores intrínsecos interpretativos ao observar o bem material, teoria bem explicitada por Camargo (2002, p. 30):

O valor simbólico que atribuímos aos objetos ou artefatos é decorrente da importância que lhes atribuí a memória coletiva. É esta memória que nos impele a desvendar seu significado histórico-social, refazendo o passado em relação ao presente, e a inventar o patrimônio dentro de limites possíveis, estabelecidos pelo conhecimento.

Diante das devidas explanações, existe a necessidade de conceituar esse espaço criado para reunir composições artísticas e o patrimônio cultural de uma localidade ou região que é denominado de museu. A definição clássica de museu de acordo com o (ICOM⁴, 1961 *apud* PÉREZ, 2009, p. 185) “converte-o numa instituição

que coleciona, preserva, expõe e interpreta produtos da atividade humana e do mundo natural: objetos, artefatos e espécimes”, cuja função é proporcionar turismo cultural associado à uma “experiência de aprendizagem e uma vivência educativa” (Pérez, 2009, p. 191).

É de extrema importância a criação e o funcionamento eficaz desses lugares de reunião e encontro de culturas, civilizações e reencontros pessoais e societários. Espaço onde o indivíduo aprende e reaprende sobre si e sobre o coletivo e onde pode se enxergar no passado, se encontrar no presente e se projetar no futuro. Pérez (2009, p. 185) intensifica o pensamento ao dizer:

Necessitamos de museus pelo profundo sentido humano que tenta conservar parte da nossa memória coletiva, perpetuando-nos culturalmente de alguma maneira, e transmitindo às novas gerações os valores fundamentais do nosso patrimônio cultural. Mas o museu cumpre também uma função social imprescindível, que é a de interpretar os nossos modos de vida e os dos outros num mundo cada vez mais multicultural.

Portanto, nos museus ao realizar uma conexão entre os conceitos e a

⁴ *International Council of Museums* é o Código de Ética para Museus, que estipula padrões mínimos para a prática profissional e atuação dos museus e seu pessoal. Disponível em <<http://www.alvarestech.com/lillian/Museologia/CodigoEtica20062010.pdf>>. Acesso em Março/2012.

aplicabilidade de cultura e patrimônio cultural em sua essência, é imprescindível para entendimento da pesquisa compreender a história da localidade onde o objeto de estudo está inserido, o estado da Paraíba.

O estado da Paraíba, localizado na região Nordeste do Brasil, possui 223 municípios⁵, divididos em quatro mesorregiões pelo IBGE: Mata Paraibana, Agreste Paraibano, Borborema e Sertão.⁶ Cada mesorregião possui peculiaridades, diversidade e história que são transmitidas em diversos artefatos e tipologias. Não há como repartir a História de uma localidade de seus indivíduos, da mesma forma que uma peça artesanal não fará sentido sem a interpretação em seu contexto.

Para que haja o entendimento sobre o acervo e todo o patrimônio cultural da localidade é preciso antes de tudo, interpretá-lo. Albano (2002) *apud* Pires e Alvares (2010) avisa que é preciso que o “visitante deixe de ser um estranho e

naquele momento sinta-se parte do lugar, captando a singularidade do atrativo.” Vivê-lo e compreender através do olhar histórico e sua inserção naquele contexto social conforme evidencia Magnani (2000) *apud* Pereira e Murta (2008):

O que importa ao olhar antropológico não é apenas o reconhecimento e registro da diversidade cultural nesse e em outros domínios das práticas culturais, mas também a busca do significado de tais comportamentos: são experiências humanas – de sociabilidade, de trabalho, de entretenimento, de religiosidade – que só aparecem como exóticas, estranhas ou até mesmo perigosas quando seu significado é desconhecido

A Paraíba por se localizar no nordeste brasileiro possui características peculiares e inerentes ao modo de vida de seus habitantes e segundo Mello (2002, p. 270) “formada pelo povo índio, negro, mestiço, curiboca, mameluco e plasmou a chamada cultura popular, derivada da apropriação da natureza pelo homem” a exemplo da gastronomia que é feita com o ingrediente típico de cada região, podemos citar os pratos feitos com o Bode no Cariri Paraibano, peixadas no litoral, comidas de milho, tapioca e demais artefatos que se

⁵ Disponível em

<<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=pb>>. Acessado em mar. 2012.

⁶ Disponível em

<<http://historiadaparaiba.blogspot.com/>>. Acessado em mar. 2012.

estendem a toda a extensão do estado, além de outras atividades que traduzem seu cotidiano, as bordadeiras e os artesãos que tão fielmente revelam suas essências que são repassadas por gerações e técnicas rudimentares próprias, desenvolvidas a partir de recursos limitados, criatividade e muita sensibilidade. Essa regionalidade é resultado de mudanças realizadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN a partir do ano de 1980 inserindo alguns elementos e bens de origem popular (Camargo, 2005).

A Casa do Artista Popular, localizada na cidade de João Pessoa, de acordo com Marques e Córdula (2010) é um museu que foi criado através do Programa de Artesanato Paraibano e tem a finalidade de agregar o acervo representando o artesanato e a arte popular da Paraíba, com o objetivo de promover a integração eficaz das atividades artesanais com a turística, e contribuir para a preservação da cultura que conservam traços da história, das crenças, tradições, costumes e características socioculturais da Paraíba. Para Pérez (2009, p.92) artesanato

“é na origem, uma mostra de conteúdos étnicos e tradicionais da cultura própria.”

A localização do museu é na Rua Dom Pedro I, quadra 23, no bairro do Centro, setor 22, em frente à Praça da Independência. O casarão foi construído em 1929 e ao longo dos anos houve trocas de proprietários e de funções sociais servindo como residência, pensão, sediou o Centro de Artes Tambiá e depois foi doado para o Governo do Estado da Paraíba. O mesmo está situado em uma área de preservação, ao seu redor existem casarões do mesmo estilo da época propiciando identidade e harmonia visual do mesmo com a área a qual está inserido. O prédio foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba – IPHAEP e adaptou-se para abrigar o memorial. (MARQUES & CÓRDULA, 2010).

Em 2005, foi inaugurado o Museu Casa do Artista Popular onde se localiza também a sede da Curadoria do Artesanato, órgão vinculado a Secretaria de Cultura, “que analisa, classifica e registra o artesanato e o artesão paraibano garantindo também a inclusão dos artesãos

no Programa de artesanato”⁷ (PARAÍBA,2012), espaços para lojas para comercialização de artigos, mas se encontravam fechadas, um espaço para demonstração da gastronomia paraibana, que também não estava disponível no momento da pesquisa além de uma biblioteca da Arte e da Cultura Popular que também se encontrava indisponível para visitaçãõ.

O acervo é constituído de mais de mil peças seletas e exclusivas que traduz o mais puro artesanato da Paraíba. São diversos objetos que são divididos em cada compartimento da casa de acordo com as tipologias: barro, que é representado por vasos, quartinhas e objetos feitos com a matéria-prima que ainda hoje faz parte de parte da população paraibana, principalmente no interior do Estado, retratando e perpetuando o estilo de vida do passado sendo refletida ainda no presente; madeira, tipologia que evidencia principalmente a religiosidade com santos esculpidos com ricos detalhes; fibras e fios, na qual há a preocupação em tornar

perpétuos os ofícios das rendas cujo acervo é denominado de renascença e na qual observa todos os desenhos criados no Estado através de várias peças exemplificando a singularidade em toalhas, xales, cortinas, e roupas; metais, cujo material é transformado em animais típicos da localidade do artesão; brinquedos populares, que resgata o modo rústico de divertimento infantil feito com madeira, tecidos, bonecas de pano dentre outros; e o Couro sendo apresentada majoritariamente por roupa típica toda feita pela matéria-prima dentre outros objetos. O algodão colorido, fabricado unicamente no estado e reconhecido internacionalmente, também tem seu acervo e sua valorização no museu com diversas peças confeccionadas pelo material.

Nesse universo, a criatividade é algo âmago ao ser humano, palavra com múltiplos sentidos, mas que define a aptidão de “criar o novo, de reinventar”, desfazer paradigmas, conciliar pontos divergentes e encontrar respostas para as adversidades.

No contexto econômico, a criatividade é um “combustível renovável”

⁷ Disponível em: <<http://www.casadoartistapopular.pb.gov.br/index.php?option=com>>. Acessado em: mar. 2012.

que associado à ampla concorrência não satura o mercado, mas provoca o surgimento de novos autores. Esses e outros pontos positivos possibilitam o resgate e inserção do indivíduo tanto socialmente quanto economicamente através de sua própria formação e cultura, transformando o indivíduo em cidadão (REIS, 2008, p. 15). Transformar galho seco em esculturas de animais, linhas em bordados de rendas, cerâmica em vasos, madeira em brinquedos, fibras, couro, metais em objetos únicos transparece mais do que criatividade, traduz sensibilidade. É a realidade do artesanato paraibano, mais especificamente o encontrado no museu Casa do Artista Popular.

Através do panorama descrito, surge o termo economia criativa e de acordo com Reis (2008) foi baseado no projeto australiano “*Creative Nation*” de 1994, que dentre outros elementos, evidenciava “a importância do trabalho criativo, sua contribuição para a economia do país e o papel das tecnologias como aliadas da política cultural, dando margem à posterior inserção de setores tecnológicos no rol das indústrias criativas” (REIS,

2008, p. 16). A referida indústria deve aliar-se à tecnologia, mas nunca substituir técnicas peculiares de confecção das peças por máquinas capazes de reproduzir mais e em menor tempo e sem a real contribuição humana para construção do artefato.

No Brasil, essa política da economia criativa e a importância da consciência de seu poder de agente transformador real de uma população através de suas potencialidades, se faz presente através da criação da Secretaria da Economia Criativa pelo Ministério da Cultura, Governo Federal e evidencia o “potencial protagonista das atividades criativas para o país, numa perspectiva de longo prazo, tendo como norte o desenvolvimento mais inclusivo e sustentável” (BRASIL, 2012).

Através do Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014), exalta-se a oposição de ideologias entre a economia vigente com os preceitos defendidos e abordados pela Economia Criativa, no qual os museus e o artesanato têm núcleos específicos para atuação, e que “se caracteriza pela abundância e não pela escassez, pela sustentabilidade social e não

pela exploração de recursos naturais e humanos, pela inclusão produtiva e não pela marginalização de indivíduos e comunidades” (BRASIL, 2012).

Em uma sociedade extremamente capitalista, como transformar a mentalidade dos gestores e da sociedade como um todo, na busca de um desenvolvimento através da criatividade, nos moldes sustentáveis? É necessário transformar mentes e práticas arraigadas no seio social para uma contemplação viva e real das práticas economicistas nos moldes da economia criativa no país, a criação da secretaria a nível federal é uma iniciativa válida nesse processo da cultura nacional.

Casa do Artista Popular: realidade, desafios e perspectivas

A Casa do Artista Popular reúne um acervo produzido em toda a Paraíba, com as mais diversas técnicas e enfrentando eventualidades, mas retratando cada realidade regional e pessoal de cada artista.

O museu que está apto para receber visitantes desde 2006, apresenta-se em

ambiente confortável, porém as peças não recebem proteção apropriada para recepcionar um grande quantitativo de pessoas ao mesmo tempo, nem tampouco crianças, pois há a possibilidade de danificação das peças por descuido ou por comportamento inquieto do universo infantil, por serem peças únicas haveria de ter uma ação efetiva preservacionista adequada no espaço. Uma proposta apreciável encontrada no museu foi placas de sinalização com a foto, o nome e a cidade que pertence o artesão, mas a crítica dada é que seu tamanho é muito pequeno, é preciso reestruturar o tamanho das placas de acordo com o espaço ofertado, pois a cada obra seu artista, sua sensibilidade, sua identidade e sua importância.

A Casa possui dois monitores para acompanhamento de visitantes ou grupos, não há treinamento especializado direcionado para guias culturais, pois no princípio da visita não foi informado sobre normas de comportamento no ambiente, a exemplo de não tocar em nenhuma peça. O conhecimento sobre as peças e seus autores é repassado de monitor para monitor sem uma linearidade de informações ou

reciclagem periódica. É necessário um aumento do número de guias para que a informação seja repassada com mais eficiência e sustentabilidade, pois os grupos seriam subdivididos em forma de rodízio, com um número menor de visitantes em cada espaço.

Além dessa reestruturação, um estudo de capacidade de carga nos ambientes é de essencial importância, e posteriormente a fiscalização de seu cumprimento, para que os espaços nem o acervo sofram alterações irreversíveis. O máximo de pessoas recepcionadas em uma visita no local é de trinta, número considerado alto para o tamanho dos espaços e a importância das peças expostas.

Uma ação importante na educação patrimonial é o agendamento para visita de alunos de escolas de ensino fundamental e médio e promover o encontro do futuro representado pelas crianças/jovens com o passado e presente através das peças artesanais promovendo a conscientização identitária através da memória coletiva histórica povo ao qual pertence. Tamanini e Peixer (2007, p. 329)

realça a relevância da educação em sítios históricos quando diz:

O ponto básico é que toda argumentação da educação pressupõe a existência de um passado. Isto é, a questão da herança cultural é aqui situada nas diferentes formas e proposições, pensamento e linguagem. Paulo Freire (1988) *apud* Tamanini e Peixer (2007) salienta a inter-relação entre educação e o mundo das coisas, ou seja, educação e cultura se mesclam nas teias do processo histórico.

O passado se faz presente através da transmissão do saber e da memória, seu entendimento e a melhor didática são indispensáveis para que os indivíduos pertencentes a essa cultura conscientizem-se da importância de preservação de sua história e promovam ações efetivas brotadas do seio de suas vivências. Não basta apenas visita e aprendizado sobre determinado lugar ou tipologia artesanal, mas vivenciá-la, transpor barreiras e incorporá-la ao seu dia a dia. Concorde Pereira e Murta (2008) a participação da população educa porque proporciona níveis cada vez mais altos de consciência que originam ações efetivas para transformações sociais e reais.

Apresenta-se como alternativa prática o oferecimento de cursos (oficinas) para crianças e jovens monitorados pelos artesãos, em um dos espaços na parte posterior da casa, com o objetivo de perpetuar as técnicas na confecção das peças e suscitar o sentimento de identidade da futura geração.

O horário de visitação da Casa do Artista Popular é de terça a sexta das nove às dezessete horas e sábado, domingos e feriados das dez às dezoito horas, sua entrada é gratuita. Apesar de seu funcionamento ser flexível sugere-se que o horário seja estendido para o horário noturno e aos fins de semana e feriados ou períodos de alta visitação, dezembro e janeiro, junho e julho, para oferecer alternativas de horários para atender a todos, incluindo o dia da segunda-feira. Entretanto, existe o problema com a segurança, pois o museu está inserido em um local ermo no período da noite e aos fins de semana, seria necessário apoio policial na área para que seus visitantes sintam-se seguros.

No espaço posterior da Casa, em seu jardim, há a promoção de eventos

comemorativos a exemplo do dia internacional da mulher, dia do índio, dentre outros. Porém esses eventos não são amplamente divulgados para a população, sendo estendido apenas a algumas escolas ou participantes convidados. Dá-se como sugestão a criação de um calendário fixo de eventos (dia do índio, dia do folclore, dia do artesão, dia da criança dentre outros criados pela própria casa) ofertados com ampla divulgação em internet, folders, programas de televisão e rádio. É indispensável o reconhecimento desses eventos de cunho folclórico e identitário para que a população saiba valorizar seu patrimônio, suas raízes culturais e diversificadas construídas através do tempo.

A Casa do Artista Popular utiliza como ferramentas de divulgação a confecção de folders, dentre alguns álbuns sobre as tipologias encontradas na casa, o site do museu com as informações e características do local e o evento “Salão do Artesanato Paraibano” que será explanado com mais detalhes posteriormente.

A monitora Myrna Vasconcelos realizou um levantamento estatístico do número de visitantes do museu no ano de 2011 e baseado no livro de registro de visitantes, logo seu resultado não evidencia total precisão de suas informações, porém essa amostragem evidencia dados importantes de extrema importância para mudança de ações ou adaptar métodos de captação para aumento de visitas.

De acordo com a monitora, de janeiro a dezembro de 2011, o museu Casa do Artista Popular, recebeu 5.274 visitantes e ao realizar os cálculos, aproximadamente, foram 16,84 visitas por dia de museu aberto ao público. O resultado foi considerado razoável, porém necessita de novas ações para aumento desse número, devido à riqueza e importância de sua coleção.

Ainda de acordo com a estatística, os meses que receberam mais visitas foram Janeiro com 725 pessoas e Julho com 622. Nota-se que são os meses de férias e de alta estação da atividade turística no local, então o que fazer para alavancar as visitas nos outros meses? Cria-se como opção uma divulgação

incisiva em escolas públicas, privadas e universidades, como também instituições particulares e públicas e a divulgação do calendário de eventos da casa para assim, convidar os paraibanos e turistas para visitação frequente ao museu. Com relação aos residentes na localidade, as ações destinam-se àqueles que ainda não conhecem o museu ou quando chegar novas peças no acervo, realizar ações para retornarem.

Os dados relativos aos visitantes por estados da federação estão, dentre os primeiros, a Paraíba com 1.065 pessoas, São Paulo com 760 e Rio de Janeiro com 359. Nessa perspectiva, é importante ressaltar que os paraibanos são os que mais visitam o museu, significando que, de alguma forma, valorizam seu patrimônio cultural, histórico e artesanal para então despontar os estados do sudeste como mais interessados, evidenciando que a cultura do nordeste, principalmente a paraibana, atrai esses visitantes que não são só estereotipadas pelo estigma do turismo do “sol e mar”, é evidente que na maioria dos casos o principal atrativo do estado é o turismo de lazer, porém esses

equipamentos acabam por ser visitados por fazer parte da memória local.

O que fazer para reestruturar a demanda de acordo com as limitações espaciais? De acordo com Braga (2003, p. 47) a “demanda total é o conjunto total de pessoas que consomem ou que venham a consumir um produto turístico” que pode ser associado à capacidade da carga máxima do espaço. A “demanda real é o conjunto de pessoas que, efetivamente, consomem o produto turístico em estudo” o que no caso analítico foram as amostragens estatísticas dos visitantes efetivos. E a “demanda futura que é o conjunto de pessoas que podem tornar-se consumidores de bens e serviços turísticos se forem motivadas”, esse estudo dos potenciais visitantes é de suma importância aliado ao planejamento adequado para a sustentabilidade e para a efetivo aprendizado cultural que é a proposta desse tipo de visita.

Ainda segundo Braga (2003, p. 51) que ressalva a relevância de captar os dados da demanda para que além de melhoria da visita, haja ações de

prevenção e consequentemente perpetuação do acervo:

Os dados da demanda também ajudam na determinação de limites de uso e de número de visitantes em atrativos naturais ou histórico-culturais e equipamentos turísticos, antecipando a necessidade de ações preventivas e controladoras em função das características do público que usufruirá dos produtos e serviços turísticos planejados.

Conforme material institucional, dentre os municípios paraibanos que fornecem produção de artesanato através de seus artesãos e que promovem eventos culturais se encontram João Pessoa, Campina Grande, Sousa e Cabaceiras.

A Casa do Artista Popular faz parte de um programa criado em 2003 pelo Governo do Estado da Paraíba que é intitulado de “A Paraíba em Suas Mãos”, que atua em todos os segmentos da cadeia de produção do artesanato: organização, produção, capacitação, promoção e comercialização, e através dele proporcionou o resgate do artesanato paraibano, propiciou a dignidade do artesão e criou oportunidades para geração de emprego e renda, atualmente o referido

programa se chama “Programa do Artesanato Paraibano” (PARAÍBA).

No início do programa, foram cadastrados 1.140 artesãos em 33 municípios. Hoje, esse número alcança mais de 4.200 artistas beneficiados em 117 cidades no Estado. Alguns eventos são realizados dentro da diretriz do programa, dentre os quais se cita a participação de exposições e feiras no Brasil e no mundo, levando a arte paraibana até as mais variadas localidades, rompendo as barreiras físicas e convidando as mais diversificadas civilizações a conhecer as raízes populares do Estado (PARAÍBA).

Há também a realização do “Salão do Artesanato Paraibano” em João Pessoa geralmente feito em Janeiro, época de férias e mês de alta estação no turismo do estado, o qual é amplamente divulgado e em Junho em Campina Grande, nos festejos juninos. É de grande importância explicar que na Casa do Artista Popular não há o contato do visitante com o artesão, impedindo a troca cultural e rica proporcionada por esse encontro de mundos. Já no Salão do Artesanato Paraibano, há esse contato, porém de modo

superficial, pois com o acúmulo de pessoas impedem que a proximidade seja satisfatória, qualificada através de conversas, descobertas e aprendizados.

O Programa do Artesanato da Paraíba é composto pelos seguintes itens: o Mercado de Artesanato da Paraíba - MAP que está localizado em Tambaú; a Casa do Artesão situada a Rua Maciel Pinheiro, no bairro do Varadouro e o Museu Casa do Artista Popular na Praça da Independência, todos estão localizados na capital do estado, João Pessoa⁸.

Nota-se que há muitas opções culturais em João Pessoa que representam todo o Estado, porém algumas ações estratégicas precisam ser realizadas para melhoria e confirmação desse roteiro a exemplo das opções que já foram citadas e ainda pode-se incluir a reabertura das lojinhas de artesanato com artesãos presentes; cursos periódicos de artesanato ofertados para crianças e jovens; a

⁸ Disponível em: <<http://www.paraiba.pb.gov.br/40702/governo-comemora-dia-do-artesao-com-exposicao-em-campina.html>>. Acessado em: 3 mar. 2012.

cooperação com outros museus (intercâmbio cultural e de informações); parcerias com associações, ONG, universidades e a formação de uma equipe multidisciplinar com artesãos, historiadores, sociólogos, restauradores de obras, arquitetos, administradores e turismólogos que podem organizar eventos e promover a divulgação do museu além de ter uma adaptação para recepcionar deficientes físicos, pois o espaço é limitado e estreito.

Witcomb (2003) *apud* Pérez (2009, p.212) confirma a perspectiva das sugestões citadas quando diz:

O museu antropológico deve explorar novas linguagens expositivas, novos temas, novas vozes, inovações tecnológicas e didáticas. O museu antropológico deve ser cada vez mais interdisciplinar, convertendo-se assim num museu de sociedade que mostre a cultura cotidiana e os problemas do mundo atual, ultrapassando assim o paradigma do museu como mausoléu.

O museu deve se adaptar à contemporaneidade, buscar artifícios e ajustar seus espaços e seu modo de transmitir a história, por exemplo, seu monitor deve utilizar de linguagem

acessível para um grupo de crianças e adequada para deficientes visuais e auditivos.

Rota Turística do artesanato paraibano além do MAP

Para melhor compreensão da importância da inclusão da Casa do Artista Popular no roteiro cultural paraibano, far-se-á uma breve comparação do museu com o Mercado de Artesanato Paraibano (MAP). Este último tendo a sua localização privilegiada, já é um convite para sua visita, próximo à praia, com uma estrutura grandiosa e propícia para visita com parada obrigatória para transporte turístico.

Caracterizado pelo turismo de massa, seus artigos artesanais que remetem à fotografia do nordeste tais como cangaceiros, roupas artesanais e *sourvernies* de água de coco de biscuit, ímãs de geladeira, dentre outros que se encontram facilmente em qualquer outra cidade litorânea nordestina descaracterizando ou esquecendo-se dos elementos genuinamente paraibanos, o artesanato se transforma para os turistas, muitas vezes

sem representar fielmente a identidade local. Pérez (2009, p. 93) confirma que o “artesanato turístico é uma réplica comercializada que inicialmente é para um turismo culto, mas depois se faz miniatura (transportável e barato) para o turismo de massa” a tipologia turística apresentada no museu é o de turismo erudito, precisa-se ter o cuidado para não transfigurá-lo nem transformá-lo em algo comum e facilmente copiado.

Os lojistas são os próprios artesãos, onde é possível a interação visitante-artista, promovendo a troca cultural tão caracterizada pelo turismo cultural. Santana (1996) *apud* Pérez (2009, p.11) define a “cultura do encontro” que é o resultado da interação entre o visitante e o residente que são separados em seus “universos culturais de origem” há empréstimos de ambas as partes e provocam transformações culturais.

Neste encontro, são interceptados “visões de mundo, estilos de vida, modos de reagir e lidar com o outro, padrões culturais, relações de poder”, dentre outros. Na Casa do Artista Popular não há essa troca voluntária com os artesãos, limitada

aos monitores que guiam as visitas, considerada superficial, apenas seria considerada real se houvesse o contato com o artista perpetuador de sua arte.

Questiona-se: qual a diferença estratégica utilizada para que o artesanato do MAP seja mais visitado e valorizado mesmo não sendo “autêntico”? Quais as providências para inclusão da Casa do Artista Popular no roteiro cultural paraibano e quais as diferenças entre os visitantes do MAP e do museu? Qual a diferença entre suas demandas? Esses questionamentos deverão ser respondidos através de pesquisa quantitativa e qualitativa em seus domínios que não cabem a este estudo, mas que se fazem necessárias para a formação de um futuro roteiro sustentável cultural paraibano.

Quando se visita ou se conhece um lugar nos questionamos: Qual a cultura dessa sociedade? Há algum museu? Qual a história dessa cidade? Onde se localiza o Centro Histórico? O lugar da memória? É de extrema relevância que, ao visitar qualquer povoado ou cidade, realizar interfaces para responder tais questionamentos. São perguntas que ficam

no imaginário quando se procura descobrir os espaços e o que estes dizem sobre a história do lugar, sendo de extrema relevância que, ao se visitar qualquer povoado ou cidade, se realizem interfaces para responder a tais questionamentos.

Nessa diretriz, o turismo e a cultura estão intrínsecos nas relações humanas, a vontade de conhecer o novo e descobertas aliadas às convivências com pessoas alheias ao nosso convívio transformam a atividade em uma experiência rica em aprendizado, ou seja, “sem cultura não há turismo” como apontam Hunziker e Krapf apud Beni (2004).

Segundo Luchiari (2000) *apud* Pereira e Murta (2008) “a atividade turística é um dos vetores mais importantes para associar o mundo ao lugar, o global ao local, considerando que a urbanização turística conduz os lugares no fluxo de informações, bens e pessoas, inserindo-os no movimento global”. O turismo estreita relações e minimiza distâncias físicas e culturais.

As viagens de cunho cultural emergem principalmente entre o século XVIII e XIX com o chamado “Grand

Tour” que se define como uma viagem para formação dos nobres e burgueses que tinha como finalidade ter proximidade com outros povos e culturas, e ao possuir um “capital cultural” seriam aceitos definitivamente em seu próprio país e também conseguir encargos importantes, principalmente de liderança e confiança (PÉREZ, 2009).

Diante de tantos segmentos e nichos turísticos é necessário explanar a definição de turismo cultural determinado por Beni (2004, p. 430):

Afluência de turistas a núcleos receptores que oferecem como produto essencial o legado histórico do homem em distintas épocas, representado a partir do patrimônio e do acervo cultural, encontrados nas ruínas, nos monumentos, nos museus e nas obras de arte.

Os turistas que visitam a Paraíba, a priori, praticam o turismo de lazer, de sol e mar, porém ao visitar sítios históricos da localidade acabam por praticar o turismo cultural. Como descobrir aqueles que vieram unicamente com o segundo intuito? Não há como diferenciar sem pesquisa, visto que a Paraíba oferece uma

diversidade de opções do litoral ao sertão para os mais variados tipos de visitantes e que esses atrativos são visitados de acordo com as possibilidades do turista.

O visitante que pratica o turismo cultural tem características próprias dentre as quais evidenciado por Almeida (2007, p.153) *apud* Seabra (2007) “o interesse por fazer o turismo cultural dependerá de sua formação, de sua escolaridade e de sua bagagem cultural” ou seja os turistas culturais, aqueles que se interessam por diversas culturas, e que se deslocam até a localidade para vivenciar e descobrir novas histórias, são aqueles que possuem alto grau de instrução, geralmente universitários, professores, pessoas com hábitos de leitura e curiosos sedentos por cultura.

Alguns autores enumeram algumas características socioeconômicas sobre o turista cultural dentre elas de acordo com (BODO 1995; PRENTICE 1993) *apud* Pérez (2009, p. 123) pode-se citar: “cidadãos do próprio país, que procuram uma relação mais aprofundada com o seu patrimônio cultural; residentes locais que procuram um conhecimento mais

aprofundado do território que habitam; pessoas com rendimentos acima da média” logo, conclui-se que boa parte dessa constatação foi encontrada nos resultados estatísticos de visitantes do museu, no qual o estado campeão de visitas foi o próprio estado da Paraíba.

O turismo com a motivação cultural pode fomentar um fortalecimento da economia local dentre outras consequências positivas dentre as quais, evidencia Aguiar e Dias (2002) *apud* Pires e Alvares (2010):

Um aumento de orgulho das comunidades receptoras por seu patrimônio, reforçando uma identidade cultural local; maior informação sobre a herança cultural tanto para os visitantes quanto para a comunidade, gerando uma consciência para a preservação da memória e do patrimônio cultural; além de ser uma alternativa para se encontrar novos usos para edifícios do passado que integram o presente e sua própria manutenção.

Os efeitos positivos são inúmeros, se realizado de forma sustentável e respeitável. O benefício da restauração do prédio antigo no caso do museu e sua reutilização também ressaltam a proposta de preservação do patrimônio de acordo

com as normas arquitetônicas e respeitando sua fachada característica sendo apenas adaptado para a atualidade.

Dentre os efeitos negativos pode-se citar a visão mercantilista do patrimônio cultural que se transforma em uma produção para “os outros” (exemplo: turistas, mercado) e que vê nessa escala a solução para o desemprego, incentiva o consumo e tem a finalidade de atrair o turista cultural (CANCLINI, 1989 *apud* PÉREZ, 2009).

Entretanto, para que o turismo seja aliado nesse processo de forma favorável, é necessário que ele seja planejado e desenvolvido de forma sustentável não atuando apenas na revitalização dos ambientes como também na intensificação dos valores locais e para criação de emprego e geração de renda nas comunidades locais por meio do efeito multiplicador proporcionado pelo turismo (GOODEY e MURTA, 2002 *apud* PIRES e ALVARES, 2010).

No museu Casa do Artista Popular, não foi mencionado acerca de nenhum planejamento turístico em prol do desenvolvimento da atividade em parceria

com os artesãos, o foco é a exposição das peças para os visitantes. Canclini (1990) *apud* Pérez (2009, p. 160) promove “a relação entre patrimônio cultural e desenvolvimento turístico como a representação do popular”, já que o representativo de um lugarejo é sua alma, então provocar a curiosidade para visitaçã colabora com o aumento do fluxo turístico da localidade.

A inserção da comunidade no processo de perpetuação do patrimônio é de extrema relevância, pois é ela própria quem representa a cultura. Por isso, Camargo (2002, p. 92) diz “criar oportunidades através de participação da comunidade para que o patrimônio fosse um meio de expressão de todos os segmentos sociais” o erudito e o popular fazem parte da memória coletiva do local e necessitam atuar juntas representando as diversidades em um universo totalmente diversificado.

O planejamento turístico adequado deve reunir órgãos públicos, associações, *trade turístico* e comunidade, equilibrando interesses e visando o desenvolvimento da atividade aliado a sua sustentabilidade,

proporcionando difusão cultural entre os indivíduos.

Considerações Finais

A Paraíba é um estado rico e diversificado, que em cada lugarejo é descoberto algo novo, simbólico e endógeno, representativo da alma e coração do povo paraibano. É preciso que o paraibano conheça a Paraíba e que se reconheça em cada trabalho artesanal, sua história e conquista; precisamente olhar e identificar-se, fazer parte.

O Museu Casa do Artista Popular possui muitas lacunas no processo de perpetuação cultural paraibano, é um lugar relativamente novo e que ainda caminha para reconhecimento da população e dos roteiros de visita turística. Apesar de figurar entre o estado que mais visita o próprio museu, ainda há muito trabalho para consolidação do atrativo cultural entre seus habitantes.

A maior falha encontrada foi a exposição do acervo sem a presença dos artesãos, impedindo o contato e o aprendizado detalhado sobre as peças e seus mundos. Porém, diante de tanta

diversidade de objetos e artesãos, o espaço interno ficaria inviável podendo ser transferido para o externo com adaptação, aumento das lojinhas e seu funcionamento regular. Através dos eventos do Salão do Artesanato esse contato é possível, porém com suas limitações.

Através da pesquisa empírica, observa-se que o museu está em reestruturação administrativa, visto que pertence à administração pública estadual, no qual as políticas internas são decisivas nesses setores. É uma das dificuldades em continuação das ações, pois ao mudar o governante também mudam as equipes de trabalho, prejudicando então os possíveis avanços ao longo do tempo.

Aproximar a cultura de seu povo, proporcionar a interação e vivência entre eles é um dos papéis do Estado, como também preservar tal memória para as futuras gerações.

O museu representa a história da Paraíba, o conviver do passado vivo no presente através das técnicas do artesanato, do barro, do algodão colorido dentre outros, que são expressão da criatividade. Quando a arte e a cultura se terçam com a

originalidade e o talento, desabrocha o resgate da história de um povo e a vontade de formação da cidadania, associações que implicam em emprego e renda auxiliando no processo de recordação do coletivo.

A Casa do Artista Popular é mais uma vertente cultural oferecida pela Paraíba para os residentes e para os visitantes, com alguns ajustes, estará enraizada no povo e atraindo turistas através da genuína cultura popular paraibana.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Maria Geralda de. **Desafios e possibilidades de planejar o turismo cultural.** In: SEABRA, Giovanni (org.). Turismo de Base Local – identidade cultural e desenvolvimento regional. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2007.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo.** 10ª Ed. São Paulo: Editora Senac, 2004.

BRAGA, Debora Cordeiro. **Investigação da demanda turística como fator fundamental para o planejamento e o desenvolvimento do turismo.** In: REJOWSKI, Mirian; COSTA, Benny (orgs). Turismo Contemporâneo:

desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003.

CAMARGO, Haroldo Leite. **Patrimônio Histórico e Cultural.** São Paulo: Aleph, 2002. (Coleção ABC do Turismo).

CÓRDULA, Thaís; MARQUES, Ariadne. **Casa do Artista Popular:** Um resgate da nossa cultura. Trabalho apresentado ao Curso Superior de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção da avaliação da disciplina de História da Arquitetura no Brasil I. João Pessoa, 2010.

FUNARI, P.P.A. **Os desafios da destruição e conservação do Patrimônio Cultural no Brasil.** Trabalhos de Antropologia e Etnologia, Porto, 41, ½, 2001, 23-32. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/maea/files/2009/10/texto1.pdf>>. Acessado em: 3 mar. 2012

PARAÍBA. **Governo comemora Dia do Artesão com exposição em Campina Grande.** Disponível em: <<http://www.paraiba.pb.gov.br/40702>>. Acessado em: 3 mar. 2012.

_____. **X Salão do Artesanato Paraibano.** Material institucional. Campina Grande, 2009.

_____. **A Paraíba em suas mãos:** Arte e Artesanato. Material institucional.

MELLO, José Octávio Arruda de. **História da Paraíba**. 10ª Ed. João Pessoa: A União, 2002.

MUSEU CASA DO ARTISTA POPULAR. **A casa do artista popular**. Disponível em: <<http://www.casadoartistapopular.pb.gov.br/>>. Acessado em: 1 mar. 2012.

PEREIRA, Lorraine ; MURTA, Rachel. **Antropologia urbana e turismo: um exercício de interpretação**. E-civitas Revista Científica do Departamento de Ciências Jurídicas, Políticas e Gerenciais do UNI-BH. Belo Horizonte, vol. I, no 1, Disponível em: <<http://revistas2.unibh.br/index.php/dcjpg/article/view/13>>. Acessado em: 2 mar. 2012.

PLANO DA SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. Disponível em: < <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/04/livro-portuguesweb.pdf>>. Acessado em: 3 ago. 2012.

PÉREZ, Xerardo Pereiro. **Turismo Cultural**: uma visão antropológica. El Sauzal (Tenerife. Espanha): ACA y PASOS, RTPC. 2009. Disponível em: < <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasoedita/PSEdita2.pdf> >. Acessado em: 2 mar. 2012.

PIRES, Fabiana ; ALVARES, Lucia. **A interação entre o patrimônio cultural e o visitante**: A Sinalização Interpretativa nos casos de La Pedrera, Barcelona e da Casa do Baile, Pampulha. 2010. Disponível em: < <http://www.fdr.edu.br/revista/edicoes/volume-1>>. Acessado em: 3 mar2012.

REIS, Carla Fonseca (org.). **Economia criativa**: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SANTANA, Agustín. **Antropologia do Turismo**: analogias, encontros e relações. Editora Aleph. São Paulo, 2009. Série Turismo.

TAMANINI, Elizabete ; PEIXER, Zilma. **Turismo, Cultura e Identidade**: a interface com os museus e a educação patrimonial. In: SEABRA, Giovanni (org.). Turismo de Base Local – identidade cultural e desenvolvimento regional. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2007.