

# Turismo Cultural, Gestão e Trabalho Artesanal Oleiro no Sul de Goiás (Brasil)

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.48.16>

**Jean Carlos Vieira Santos**

Universidade Estadual de Goiás, Anápolis, Brasil  
jean.vieira@ueg.br

## Resumo

O propósito norteador deste artigo é trazer algumas reflexões sobre a produção, a gestão e o trabalho artesanal oleiro, o desenvolvimento e a promoção dessa arte popular como componente cultural de cidades turísticas da mesorregião sul do estado de Goiás (Brasil). Hoje é possível afirmar, explicitamente, que a arte popular oleira do sul de Goiás é, por direito próprio, um símbolo vivo da história e tradição de sujeitos que desenvolvem (e desenvolveram) seus modos de vida contemporâneos em municípios como Caldas Novas, Rio Quente, Lagoa Santa e São Simão, ao manter raízes, conteúdos e densidades de um saber fazer popular com o barro que ainda se revela como importante para a identidade cultural e social de suas populações. A partir da ideia central apresentada, é possível afirmar que existem lacunas de estudos que abrangem, a nível nacional e regional, o levantamento e a caracterização de algumas abordagens sobre a olaria das cidades turísticas do interior de Goiás e sua relação de existência associada às atividades de turismo cultural. Nesse contexto, a análise documental e bibliográfica apresentada neste artigo está orientada para o levantamento que caracterize as olarias e turismo cultural, bem como a arte popular e a enorme força artística com o barro. Este estudo conta, ainda, com o trabalho de campo que proporciona uma melhor compreensão das dinâmicas espaciais da escala de análise. É importante ressaltar que esta investigação se dá a partir do método qualitativo, tendo o trabalho oleiro como representante da arte popular em cidades turísticas carentes de valorização do seu potencial cultural.

## Palavras-chave

inspiração erudita, cultura popular, cidades, olarias, trabalho

## Introdução

O ensino, a investigação e as discussões acerca do patrimônio oleiro na região sul do estado de Goiás, mais especificamente nas cidades turísticas de Caldas Novas, Rio Quente, Lagoa Santa e São Simão no interior do Brasil vêm ocorrendo, mesmo que timidamente, com mais precisão nas primeiras décadas do século XXI, integrando o âmbito mais alargado de um movimento de defesa do patrimônio cultural regional ainda em quantificação e classificação, ou seja, do diagnóstico.

Essas cidades possuem um relevante patrimônio cultural oleiro, uma arte popular tradicional que também é contemporânea, reflexo de um conhecimento que se mantém ao longo do tempo e espaço. Nesse contexto, não se pode esquecer o papel de seus sujeitos oleiros, pois o mérito é, sem dúvida, desses artesãos do barro, cuja aptidão tradicional revela grande maestria técnica e notabilíssimo sentido da forma que são comercializados em cidades turísticas goianas. É necessário, portanto, assinalar que

hoje é possível afirmar, explicitamente, que a arte popular oleira é, por direito próprio, um símbolo vivo da história e tradição de sujeitos que desenvolvem (e desenvolveram) seus modos de vida contemporâneos (...), ao manter raízes, conteúdos e densidades de um saber fazer popular com o barro que ainda se revela como importante para a identidade cultural e social de suas populações. (Santos & Silva, 2015, p. 934)

Diante desse quadro, não se pode negar que existem carências de registros e análises dos patrimônios produzidos pelos modos de vida de oleiros nas cidades turísticas do sul de Goiás, mostrando que esses não são apenas elementos pretéritos, mas vestígios de uma vida cotidiana que ainda está viva na memória, mostrando que o passado é uma das dimensões mais importantes da singularidade:

materializado na paisagem, preservado em “instituições de memória”, ou ainda vivo na cultura e no cotidiano dos lugares. (...) A busca da identidade dos lugares, tão alardeada nos dias de hoje, tem sido fundamentalmente uma busca de raízes, uma busca de passado. (Abreu, 2012, p. 21)

Nesse contexto, a memória é importante “para a dinâmica social porque é um sistema depositário, não só de passado distante, mas também vividamente das representações sociais do presente” (Guimarães, 2017, p. 232). Assim, é preciso considerar a trajetória vivida e observada, pois são nessas circunstâncias, fincadas em diferentes memórias, que os lugares com seus patrimônios diversos não documentados se alternam ou simplesmente desaparecem ou ressurgem diante de novas concepções. Logo, eles perdem suas particularidades e densidades, não sendo reutilizados por outras atividades, entre elas a turística.

Por isso, o presente trabalho objetiva trazer algumas reflexões sobre a produção, a gestão e o trabalho artesanal oleiro, o desenvolvimento e a promoção dessa arte popular como componente cultural de cidades turísticas da mesorregião sul do estado de Goiás (Brasil). Os fatos aqui apresentados mostram que a arte popular oleira é

um dos mais importantes elementos identitários dessas populações e, mesmo para além de sua salvaguarda, é necessário colocá-la como um instrumento a serviço do desenvolvimento dessa região, nomeadamente por meio da promoção de um turismo cultural – isso quer dizer que as políticas públicas devem articular as duas dimensões. Desse modo, Costa (2010) explica que os espaços

não são criados por si só (não são sujeitos de mudanças, existem a partir da percepção humana). Os homens os criam e transformam de acordo com a lógica de seu tempo, os estruturam conforme suas necessidades produtivas e reprodutivas, de uma ideologia que é, ao mesmo tempo, um dado da essência e um dado da existência humana. (p. 43)

A partir desse debate, a pesquisa tem como ponto de partida apresentar as cidades mais visitadas da região turística das águas que se localiza no sul do estado de Goiás, que compartilha experiências e existências culturais tão abrangentes quanto divergentes não só nos campos da geografia, da gestão e do turismo, como nas áreas afins. Como dito, este artigo focaliza na apresentação do patrimônio oleiro, que deve ser abordado por investigadores que desenvolvem suas pesquisas nas perspectivas do turismo cultural.

Os procedimentos metodológicos adotados para o desenvolvimento da investigação consistem em duas etapas: na primeira foi realizada uma revisão bibliográfica; e a segunda etapa consistiu na realização do trabalho de campo, o que aumentou o conhecimento acerca das comunidades oleiras e de seus negócios que se fazem presentes em municípios turísticos como Rio Quente, São Simão, Lagoa Santa e Caldas Novas. Desse modo, o debate aqui proposto

não almeja findar o tema, pois se sabe que a globalização e os avanços tecnológicos conduzem ao aumento da competitividade. Portanto, esses fatores têm levado a atividade artesanal associada à pintura artística, mesmo em destinos turísticos consolidados, à adoção de novas estratégias e à tomada de decisões mais rápidas, fundamentais à sua sobrevivência em um sistema que assola a arte e a cultura de minorias. (Santos, 2018, p. 53)

A compreensão dos sistemas de produção, comercialização e a gestão da atividade oleira nesses municípios propícia a análise de uma arte popular realizada predominantemente em unidades produtivas do tipo familiar (Calado, 2013), desenvolvida por artesãos que “agem movidos por aspirações além das metas ou fronteiras de uma organização” (Goleman, 2015, p. 137), sustentando uma arte que é do cerrado brasileiro. Isso continua ainda, de algum modo, a satisfazer necessidades de moradores e turistas que chegam a tais destinos do interior de Goiás.

## Região Turística das Águas, Sul de Goiás

Considerar a região um conjunto de lugares é fundamental para orientar as direções teóricas deste artigo, englobando os municípios turísticos do sul de Goiás, alguns mais propícios que outros à atividade turística. De acordo com Gunn (2002, como

citado em Santos, 2013), a região turística “é uma unidade geográfica que engloba uma comunidade, a sua área circundante, suas atrações e ligação de acesso, que são peças principais de uma região geográfica turística” (p. 71).

É pertinente apontar que os destinos podem englobar uma ou várias nações; uma ou várias regiões, estados ou sub-regiões; uma ou várias comarcas, ou subcomarcas; uma ou várias províncias, sejam elas ou não de uma mesma região ou subprovincia. Eles englobam também um lugar, “grupo de municípios, um município e um lugar ou comunidade, de modo que cada uma dessas unidades de gestão turística se configure de acordo com suas características históricas, geográficas, antropológicas ou sociológicas ou por qualquer outro motivo” (Santos, 2013, p. 56).

Então, a região turística será concebida, neste artigo, “como um espaço em que o aspecto principal é a presença do turista e as possibilidades oferecidas, o portal de entrada e corredores de circulação dos visitantes, a atração principal, os sujeitos sensibilizados e os lugares sem atrativos turísticos” (Santos, 2012, p. 96). Conforme a Goiás Turismo (como citado em Santos, 2013), no caso desse estado, foram “classificadas nove regiões turísticas, englobando, nessa regionalização ou criação de novos destinos turísticos, as 246 municipalidades do estado existentes até o ano de 2012” (p. 188).

Entre esses lugares está a região turística das Águas, formada por 41 municípios do sul do estado de Goiás, a saber:

Água Limpa, Aloândia, Ananguera, Bom Jesus de Goiás, Buriti Alegre, Cachoeira Alta, Cachoeira Dourada, Caçu, Caldas Novas, Campo Alegre de Goiás, Catalão, Corumbáiba, Cromínia, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Goiatuba, Gouvelândia, Inaciolândia, Ipameri, Itajá, Itarumã, Itumbiara, Joviânia, Lagoa Santa, Mairipotaba, Marzagão, Morrinhos, Nova Aurora, Ouvidor, Panamá, Paranaiguara, Piracanjuba, Pontalina, Porteirão, Professor Jamil, Quirinópolis, Rio Quente, São Simão, Três Ranchos e Vicentinópolis. (Santos, 2013, p. 194)

As principais cidades turísticas dessa região são Caldas Novas e Rio Quente, mas aqui serão destacadas também Lagoa Santa e São Simão. Lugares em que os vários agentes, em conjunto, vendem suas águas como um produto total, correspondendo às expectativas que os turistas esperam viver nesses destinos. Em Caldas Novas observa-se o fenômeno das fontes de água termal. Os estudos realizados por Campos et al. (2005) explicitam que as águas são aquecidas através do calor do interior da terra, em camadas profundas do solo e permeáveis – são as águas da chuva que penetram no solo, descendo a uma profundidade de 1.500 metros.

A localização geográfica e a situação climática do município trouxeram condições favoráveis para o uso da água termal como recurso medicinal no início de sua história e atrativo turístico na atualidade. De acordo com o Guiatur (2003):

o médico Ruy Bueno de Arruda Camargo, um dos maiores estudiosos das águas minerais e termais do Brasil, afirma que as mesmas contêm propriedades e indicações terapêuticas, porém, lembra que as mesmas deverão ser usadas na

fonte. A ação medicamentosa das águas termais de Caldas Novas e Rio Quente é reconhecida desde o período imperial, desde quando então, aqui estiveram o naturalista francês Auguste de Saint-Hilaire (1819), o médico cientista Dr. Vicente Moretti Foggia (1839), Dr. João Maurício Faivre (1842), Dr. Azevedo Pimentel (1896), Dr. Orozimbo Corrêa Neto (1918) entre outros, todos com os mesmos objetivos. (p. 47)

Nos primórdios dessa região, as águas eram usadas para a cura de doenças de pele, como o mal de Hansen (ou hanseníase, lepra), dores reumáticas e outras.

Um e outras fontes termais passaram quase despercebidas até o ano de 1818, em que Caldas Novas adquiriu alguma reputação porque Fernando Delgado, penúltimo Governador de Goiás, com o uso das suas águas, conseguiu curar-se de uma dor reumática com paralisia incompleta do braço direito. (Pimentel, s.d., como citado em Oriente, 1982, p. 106)

Além da vocação de estância hidrotermal, Caldas Novas tem grande potencial em outras modalidades turísticas, tais como ecoturismo, turismo cultural, esportes náuticos e pesca no Lago Corumbá. O turismo cultural é um segmento que pode atrair mais turistas a partir do desenvolvimento de programas específicos, buscando explorar os trabalhos artesanais existentes.

Sales et al. (2017) ponderam que Caldas Novas é um cenário que proporciona diversas experiências aos visitantes que chegam ao sul do estado de Goiás, ainda não explorado comercialmente – “do ponto de vista da oferta, o destino possui requisitos essenciais, como: condições de alojamento, atividade de recreio, lazer, cultura, um parque estadual, entre outros capazes de preencher o tempo livre dos turistas, de acordo com as suas motivações” (Sales et al., 2017, p. 51).

Sousa (2011) cita que a cidade é a segunda classificada em verticalização e uma das maiores em concentração de meios de hospedagem do centro-oeste. Entre tais meios se destacam hotéis, pousadas, *flats*, apart-hotéis e condomínios residenciais com águas termais. Todos ofertam acomodação para turistas. Cabe dizer que, apesar de os condomínios terem características residenciais, sua estrutura é composta por parques aquáticos com água termal, e os seus proprietários desenvolvem a atividade de locação de unidades habitacionais no formato de aluguel de temporada, por intermédio de imobiliárias e particulares.

## Trabalho e Gestão Artesanal: Aspectos Abrangidos Pelo Conceito de “Cultura”

As questões sobre o conceito de patrimônio estão na ordem do dia, nas mais diferentes linhas de pesquisa e discussões acadêmicas. Com efeito, no início de século XXI, o patrimônio aparece como uma possibilidade de diálogo espacial, gerando enormes responsabilidades nas análises dos longos processos de construção regional e territorial, em que os elementos humanos sedimentam historicamente os lugares e, ao mesmo

tempo, sofrem mutações ou interferências. A ampliação do conceito de patrimônio, sobretudo nas últimas décadas, tem proporcionado experiências inovadoras por todo o Brasil, resultado das reflexões teóricas sobre o assunto (Santos & Alves, 2005).

De fato, deve-se atentar aos bens culturais e aos patrimônios mais diversificados, relacionados com o trabalho e a tecnologia, o cotidiano e o povo anônimo ou sem voz. Nesse viés, Mendes (2008) destaca que muitas comunidades se identificam com as atividades nelas desenvolvidas, como tudo o que lhes diga respeito, em virtude daquelas que apresentam fortes elementos identitários, o dito patrimônio tem um valor simbólico.

É relevante trazer algumas posturas teóricas sobre o conceito de patrimônio cultural, que, de acordo com Medina e Santamarina (2004), são os monumentos, conjuntos arquitetônicos que têm valor histórico, estético, arqueológico, científico e etnológico. Esse discurso mostra, porquanto, que o patrimônio cultural, na abordagem sobre cidades turísticas, é uma fonte múltipla e inesgotável, com valores estéticos, particularidades e densidades.

Nesse sentido, o patrimônio cultural é formado por bens materiais construídos por meio das técnicas desenvolvidas pelos sujeitos e por bens imateriais que se ligam ao imaginário, às representações e aos simbolismos. Ele representa a identidade e a memória dos grupos sociais, na medida em que as construções, os artefatos, as lendas e as festas dizem respeito ao lugar construído material e simbolicamente.

Nesse contexto, permeiam os elementos de quantificação e discussão em torno do patrimônio oleiro de cidades turísticas, caracterizado por diferentes trabalhos artesanais e formas de gestão que agregam as funções essenciais de convivência em sociedade. São utensílios domésticos, tijolos e diversos trabalhos artísticos encontrados nas paisagens do sul de Goiás, especificamente nas cidades turísticas de Caldas Novas, Rio Quente, Lagoa Santa e São Simão, com significados profundos que revelam a história dos povos do cerrado com seus modos de morar e de se apropriar do espaço – tais fatores são peculiares daquele lugar onde se inserem.

Dessa forma, passam a se constituírem em bens culturais, formando parte do patrimônio cultural, e, às vezes, tendo significados para uma população maior, o que expande a sua abrangência para além do local (Santos & Alves, 2005). O patrimônio oleiro, portanto, pode representar significado simbólico, ressaltando a identidade de sujeitos que habitam caminhos inseridos ao longo de rodovias que são vias de acesso aos destinos turísticos goianos. Assim, pode-se entender que o espaço oleiro, mesmo

que seja complicado encontrar uma palavra que o caracterize, é uma totalidade que contém e está contida, em par dialético, de elementos que constituem a sociedade. Sendo sustentáculo das relações sociais materializadas e/ou imaterializadas de caráter histórico-cultural “tal dialética é interdependente e a interação entre eles ocorre por intermédio da(s) influência(s) ideológica(s) de maneira contínua e progressiva”. (Bandeira & Galvão, 2016, p. 29)

Nesse processo, as atividades e políticas públicas inseridas nos lugares, nos espaços, nos territórios e na região poderão reinventar as formas de uso do patrimônio oleiro, bem como de outras particularidades responsáveis por construir e organizar os espaços de visitação. Isso indica que, no interior de Goiás, de alguma forma, os sujeitos das diferentes paisagens que formam a região sul precisam se comunicar, organizar e estabelecer relações, definindo linhas gerais norteadoras de conservação, restauração e preservação do patrimônio e dos bens culturais, componentes fundamentais para o desenvolvimento do turismo cultural.

Nesse enquadramento teórico se coloca os negócios turísticos (e suas estratégias territoriais) como um fenômeno civilizacional suportado por cultura, história, povos, língua, trabalho artesanal, gestão, economia criativa e um sistema de símbolos e valores que, em suas contradições, envolve a produção e consumo. Assim, ele deve ser visto “no âmbito de um paradigma moderno de gestão e planejamento de pessoas, do patrimônio, da cultura” (Costa et al., 2014, p. 13).

Nas palavras de Barretto (2007), tal atividade tem, entre seus principais atrativos, a “cultura humana, que pode ser a história, o cotidiano, o artesanato ou qualquer dos aspectos abrangidos pelo conceito de cultura” (pp. 87–88). Para a autora, esse tipo de turismo é uma incursão “personalizada em outros locais e culturas para aprender sobre as pessoas, seus estilos de vida, seu legado e sua arte, características que devem ser mostradas de uma forma tal que represente genuinamente essas culturas e seus contextos históricos” (Barretto, 2007, pp. 87-88). Além disso, o turismo

pode ser considerado um dos veículos da promoção das aprendizagens onde as pessoas adquirem alguns estímulos que determinam a mudança da sua conduta. Com o turismo, as pessoas aprendem a valorizar o que é dos outros, por exemplo, os traços culturais, o *modus vivendi* e a sua manifestação. (...) o turismo produz, inevitavelmente, mudanças sócio-espaciais, na medida em que reorganiza o território e estabelece novos usos. (Piedade, 2017, p. 25)

Nesse sentido, a obra de Fayos-Solà e Jafari (2009) ajuda a compreender que o turismo deve respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs e que deve conservar suas potencialidades culturais, arquitetônicas e seus valores tradicionais. É possível, porquanto, pensar que o sujeito que interessa ao turismo é também um ser de cultura, pois aprende o que sabe fazer e possui motivações para isso a partir do que o rodeia. A cultura assim adquirida é feita de elementos díspares, às vezes contraditórios (Claval, 2008).

No caso das cidades turísticas do sul de Goiás, Almeida (2003) sublinha que, quando o turismo avança, “parece-nos que temos ainda de desvendar, projetar mais luzes sobre aqueles que fazem o lugar, fazem a ‘produção da vida’: as pessoas” (p. 18). À luz desse debate, Cravidão (2014) ainda assevera que o turismo é um território de memórias materiais e imateriais, como também uma teia de contradições. Para muitos, a viagem continua a ser um emaranhado de fronteiras entre o imaginário e o concreto, entre o real e a ficção, em que o lugar adquire cada vez mais um valor simbólico. É aqui que as atividades turísticas do cerrado goiano podem ter um campo completamente aberto para serem desenvolvidas.

No caso dos negócios de artesãos oleiros das cidades do sul de Goiás, existem particularidades a serem apontadas, pois em todos os estabelecimentos investigados a gestão é familiar, e está intimamente relacionada ao trabalho, logo, o proprietário além de planejar o que deve ser feito, também executa as tarefas do cotidiano. Além disso, essa gestão familiar envolve variados aspectos de complicada equação, é uma relação entre as variáveis família, empresa e gestão (Martendal & Tomio, 2015). Durante os trabalhos de campo, constatou-se a ausência de sistemas formais de atuação relacionados às funções administrativas.

De acordo com Duarte e Silva (2015), “na gestão de serviços é de vital importância o estudo das relações humanas no trabalho, a administração participativa, a capacitação do trabalhador, a capacitação do empresário, assim como um modelo de gestão da qualidade” (p. 629). Nesse contexto, as empresas oleiras investigadas se caracterizam por gente que produz sua arte e por gente que não tem formação na área administrativa, com baixos índices de escolaridade, mas no cotidiano aprendeu “a compreender os outros e a sua postura e, diante dos outros, toma um valor importante na vida das pessoas” (Piedade, 2017, p. 25).

Diante do exposto neste estudo, pode-se dizer que o artista oleiro é um empreendedor dentro de um contexto não formal, sabendo que o “empreendedorismo é a capacidade de aproveitar oportunidades, assumir riscos, criar algo novo e inovador” (Araújo & Marques Júnior, 2018, p. 131). E o artesanato oleiro enquanto atividade econômica familiar geradora de emprego e renda, com um mercado voltado a um interesse cultural de consumo bastante particular, mostra que a gestão familiar nesse setor torna-se de grande valia por agregar valor ao produto turístico.

Por fim, Davel e Madureira (2018) arrazoam que nem sempre investidores, empreendedores, empresários e outros agentes locais entendem o potencial da cultura local em se tornar foco de experiência. Além disso, uma vez que esse entendimento aconteça, será necessário repensar todo o negócio local como negócio cultural, o que exige uma mudança de lógica, de mentalidade e de capacidade organizativa.

O empreendedorismo cultural oleiro goiano é a força que poderá ajudar a transformar os desafios em ações concretas, vetores de prosperidade para o turismo e para as cidades turísticas do interior do estado. Desse modo, para Davel e Madureira (2018), a cultura torna-se processo de criação simbólica na medida em que “os valores da comunidade, as imagens, os significados, as representações locais vão se misturando com o fazer artesanal, com a experiência que os turistas vão tendo durante o contato com as artesãs e com os diversos atrativos da comunidade” (p. 211). Os gestores familiares ou empreendedores oleiros expressam as identidades individuais e sociais do cerrado goiano.

## Oleiros das Cidades Turísticas do Sul de Goiás

Não se sabe ao certo quando os oleiros chegaram aos municípios de Caldas Novas, Rio Quente, Lagoa Santa e São Simão formadores da região turística das águas, sul

de Goiás. No entanto, sabe-se que a presença de olarias no contexto regional trouxe traços profundos e diversos de uma cultura que ocupou primeiro os espaços urbanos e, depois, os espaços rurais foram sedimentados, com novos hábitos e mentalidades. Porém, na primeira década do século XXI, elas voltaram a ocupar territórios das pequenas cidades, localizadas às margens das rodovias goianas que são corredores de circulação de turistas, com o intuito de chegar aos núcleos urbanos turísticos.

A partir dos elementos naturais (barro) que os municípios turísticos oferecem, os sujeitos oleiros passaram a se constituir com o pensamento de vender arte aos turistas, gerando princípios comerciais e de gestão artesanal que não se faziam presentes nessas urbanidades. Atualmente, tais espaços são loci da vida social, uma vez que trazem relações comerciais e de gestão familiar singulares, com traços particulares de “tornos oleiros” que têm expressões formais e aparentes.

Essa expressão formal, aparente e repleta de conteúdos imaginários é responsável pelas relações entre sujeitos oleiros e turistas; são “relações sociais em movimento e que se materializam espacialmente” (Cavalcanti, 2001, p. 14). Esse patrimônio artesanal, além do seu valor próprio, é documento, testemunho e suporte de memória dos sujeitos que habitam as cidades turísticas do sul de Goiás que, por sua vez, também possui um valor simbólico.

Tal entendimento pode ser respaldado em Pla (2006), que discorre sobre o artesanato como uma expressão primordial, original e também objeto de valores estéticos e socioculturais, que enriquece artisticamente o cotidiano dos lugares. Enquanto isso, Castro e Santos (2005) arrazoam que nas diferentes culturas do mundo a cerâmica se coloca como manifesto ao longo da história.

O modo de produção, a gestão familiar e o saber fazer das pessoas que ainda ocupam ou habitam esses lugares mostram a preocupação com a produção de peças que são comercializadas aos diferentes turistas. Assim sendo, é possível afirmar que os sujeitos oleiros que habitam as cidades turísticas do sul de Goiás deixam suas marcas e sua arte nas formas de produzir e de gerir os pequenos comércios. Não é demasiado dizer que esses sujeitos

mobilizam as paixões das pessoas e promovem organizações nas quais o trabalho tem um significado mais profundo. Os empregos tornam-se um “trabalho bom”, uma combinação poderosa em que as melhores habilidades das pessoas estão plenamente engajadas, seu foco plenamente imerso e seu trabalho alinhado com seus valores. (Goleman, 2015, p. 138)

São artesãos que contribuem para a viabilidade de suas comunidades, beneficiando não somente as bases de suas famílias, mas sintonizados fortemente com o funcionamento do território que é fundamental para a existência da gestão artesanal. Apesar de toda a relevância regional do saber fazer artesanal, na realidade se observa uma situação que desintegra o patrimônio e a cultura popular oleira, que são testemunhos de paisagens atuais e pretéritas a serem preservadas por meio da valorização contínua e integradas aos seus recursos endógenos.

O dito patrimônio também possui um valor simbólico e estético; todavia, o que se tem vivenciado no sul de Goiás é uma impossibilidade de preservar os elementos dessa cultura, visto que faltam informações e apoio público aos sujeitos oleiros que comercializam sua arte em cidades como Lagoa Santa, São Simão, Caldas Novas e Rio Quente. Sem projetos desenhados e com a escola da vida passada empiricamente de geração em geração, os sujeitos artesãos de cidades turísticas do sul de Goiás reproduzem belas peças rústicas, ou recriam peças mais artísticas. Vale ressaltar que o segundo modelo de peça traz consigo um domínio da arte com elementos de inspiração erudita, fortalecendo o desenvolvimento do turismo cultural regional.

Fundamentado em Santos (2018), pode-se afirmar que sem se limitar à abordagem do artesanato em regiões e territórios turísticos, revisitar as referências aqui apresentadas também abarca discussões e análises relevantes para outros campos do saber, a exemplo da interlocução entre geografia e arte, que abre um universo de possibilidades. Isso demonstra que a aproximação entre os dois campos pode contribuir para os geógrafos pensarem os territórios de sujeitos artesãos, suas relações de trabalho e gestão, seus comércios, modos de vida e substâncias culturais, algo essencial para os negócios e as atividades turísticas.

## Considerações Finais

Apesar dos tímidos números assinalados na primeira década do século XXI e nas últimas décadas do século XX, o ensino e a pesquisa abordando o patrimônio oleiro registraram poucos avanços nas cidades turísticas do sul de Goiás, na contramão do rápido crescimento que tem ocorrido com as discussões acerca do agronegócio. Os autores citados no trabalho consideram a consolidação territorial da expansão do modelo agropecuário capitalista, mas não conseguem perceber a relevância dos modos de vida oleiros, compostos por hábitos, costumes, habilidades, gestão de base familiar e saberes.

Fomentar a pesquisa em torno do patrimônio oleiro, como uma possível componente do turismo cultural, é criar oportunidades de novas discussões e debates nas diversas áreas da academia, permitindo aprofundar a investigação científica. É preciso abordar as resignificações, as relações com o meio físico e a atual condição social desses sujeitos, frente às transformações das modernidades econômicas impostas às cidades turísticas que também são dominadas pela força do agronegócio.

## Agradecimentos

Este artigo é parte do projeto de pesquisa *Cerrado da Microrregião de Quirinópolis, uma Terra de Oleiros: História, Tradição, Memória e Arte Popular*, desenvolvido na Universidade Estadual de Goiás (UEG) e financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa de Goiás (FAPEG).

## Referências

- Abreu, M. (2012). Sobre a memória das cidades. In A. F. A. Carlos, M. L. Souza, & M. E. B. Sposito (Eds.), *A produção do espaço urbano* (pp. 19–39). Contexto.
- Almeida, M. G. de. (2003). Lugares turísticos e a falácia do intercâmbio cultural. In M. G. de Almeida (Ed.), *Paradigmas do turismo* (pp. 11–19). Alternativa.
- Araújo, F. S. G., & Marques Junior, S. (2018). Empreendedorismo e turismo: Caracterização do perfil empreendedor do setor de turismo no Rio Grande do Norte. *Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)*, 7(1), 112–135.
- Bandeira, J. M. de A., & Galvão, M. L. de M. (2016). O conceito de espaço geográfico: Um esforço de definição. *Revista GeoConexões*, 2(2), 26–30. <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/geoconexoes/article/view/6289>
- Barretto, M. (2007). *Cultura e turismo: Discussões contemporâneas*. Papirus.
- Calado, J. (2013). *Redondo – terra de oleiros*. Gráfica Eborense.
- Campos, J. E. G., Tröger, U., & Haesbaert, F. F. (2005). Águas quentes de Caldas Novas, GO – Notável ocorrência de águas termais sem associação com magmatismo. In M. Winge, C. Schobbenhaus, M. Berbert-Born, E. T. Queiroz, D. A. Campos, C. R. G. Souza, & A. C. S. Fernandes (Eds.), *Sítios geológicos e paleontológicos do Brasil*. SIGEP.
- Castro, I. A. F., & Santos, I. U. (2005). *Raqchi – cerâmica pre-hispânica y contemporânea*. Graficolors.
- Cavalcanti, L. de S. (2001). *Uma geografia da cidade – elementos da produção do espaço urbano*. Alternativa.
- Claval, P. (2008). Geografia e dimensão espacial: A importância dos processos na superfície da terra. In M. G. de Almeida, E. F. Chaveiro, & H. C. Braga (Eds.), *Geografia e cultura: Os lugares da vida e a vida dos lugares* (pp. 17–46). Vieira.
- Costa, C., Brandão, F., Costa, R., & Breda, Z. (2014). *Turismo nos países lusófonos: Conhecimento, estratégia e territórios*. Escolar.
- Costa, E. B. (2010). *A concretude do fenômeno turismo e as cidades patrimônio mercadoria: Uma abordagem geográfica*. Livre Expressão.
- Cravidão, F. (2014). Velho(s) território(s): Novo(s) turismo(s). In C. Costa, F. Brandão, R. Costa, & Z. Breda (Eds.), *Turismo nos países lusófonos: Conhecimento, estratégia e territórios* (pp. 59–69). Escolar Editora.
- Davel, E., & Madureira, A. G. de C. (2018). Empreendedorismo cultural e turismo na comunidade ceramista de Coqueiros na Bahia (Caso para Ensino). *Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)*, 7(1), 174–217.
- Duarte, S. R., & Silva, P. J. (2015). Gestão familiar versus gestão de rede na hotelaria de Fortaleza. *Revista Hospitalidade*, XII(2), 626–643. <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/605>
- Fayos-Solà, E., & Jafari, J. (2009). *Cambio climático y turismo: Realidad y ficción*. Publicacions de la Universitat de València.
- Goleman, D. (2015). *Liderança: A inteligência emocional na formação do líder de sucesso*. Objetiva.
- Guiatur. (2003). *Guia turístico de Goiás*. Goiânia.
- Guimarães, V. O. S. (2017). Memória, temporalidade e religiosidade: Rastros de presentismo no neopentecostalismo. *Revista Sapiência: Sociedade, Saberes & Práticas Educacionais*, 6, 227–244. <https://www.revista.ueg.br/index.php/sapiencia/article/view/6994>
- Gunn, C. A. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Routledge.

- Martendal, A. G., & Tomio, M. (2015). Gestão familiar no agroturismo em Santa Catarina: A experiência da Acolhida na Colônia. *Revista Turismo em Análise*, 26(4), 903–918. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i4p903-918>
- Medina, N., & Santamarina, J. (2004). *Turismo de natureza en Cuba*. Ediciones Unión.
- Mendes, J. A. (2008). Patrimônio e cultura como alavancas do desenvolvimento. In R. M. Cunha, J. A. Mendes, D. Folgado, J. Gameiro, M. Ramos, & A. Nabais (Eds.), *Actas das IX Jornadas do Patrimônio do Algarve: Arqueologia e Patrimônio Industrial* (pp. 28–37). Artes Gráficas.
- Oriente, T. (1982). *Antologia: As fabulosas águas quentes de Caldas Novas*. Goiânia.
- Piedade, B. da. (2017). A pedagogia social e o turismo: Interfaces. *Revista Eletrônica de Investigação e Desenvolvimento (REID)*, 1(8), 18–35. <http://reid.ucm.ac.mz/index.php/reid/article/view/199/0>
- Pla, J. (2006). *La cerámica popular paraguaya*. Editora de la Universidad Católica de Nuestra Señora de La Asunción.
- Sales, T. K. P., Freitas, D. P. de., & Santos, J. C. V. (2017). Inovação e desenvolvimento econômico-sustentável: Uma análise sobre as micro e pequenas empresas do setor de alimentação na cidade turística de Caldas Novas (GO). *Turismo: Estudos & Práticas*, 6(1), 50–68.
- Santos, J. C. V. (2012). Partes geográficas de uma região turística: Abordagens preliminares. In A. P. Portuêz, G. Seabra, & O. T. M. M. Queiroz (Eds.), *Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local* (pp. 94–104). Editora Universitária da UFPB.
- Santos, J. C. V. (2013). *Região e destino turístico: Sujeitos sensibilizados na geografia dos lugares*. All Print.
- Santos, J. C. V. (2018). Olaria portuguesa de Porches e o aprofundado discernimento artístico regional de Lima de Freitas. *Espaço em Revista*, 20(1), 38–54. <https://doi.org/10.5216/er.v20i1.53442>
- Santos, J. C. V., & Silva, J. A. (2015). Olaria e turismo cultural: Reflexões sobre o caso Alentejo-Portugal. *Turismo em Análise (USP)*, 26(4), 933–959. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i4p933-959>
- Santos, R. J., & Alves, K. B. (2005). *Registro do patrimônio cultural e edificado das áreas diretamente afetadas, de entorno e influência das usinas hidrelétricas de Capim Branco I e II*. Composer.
- Sousa, B. M. (2011). *Inventário de meios de hospedagem de Caldas Novas*. Fundação Caldas Novas Convention & Visitors Bureau.