

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO
TOCANTINS
CAMPUS PALMAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

KASSIO NORRAY MARTINS DA CUNHA

**CULTURA E PATRIMÔNIO IMATERIAL: UM ESTUDO DO *RITXOKO* COMO
FORTALECEDOR DO PRODUTO TURISTICO NO ESTADO DO TOCANTINS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como
requisito para obtenção do Título de Tecnólogo em
Gestão de Turismo do Curso Superior de Tecnologia em
Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia do Tocantins, *Campus Palmas*.

Orientador: Prof.^aMsc.Jaci Câmara de Albuquerque.

**PALMAS - TO
2018**

KASSIO NORRAY MARTINS DA CUNHA

CULTURA E PATRIMÔNIO IMATERIAL: UM ESTUDO DO RITXOKO COMO FORTALECEDOR DO PRODUTO TURISTICO NO ESTADO DO TOCANTINS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do Título de Tecnólogo em Gestão de Turismo do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência de Tecnologia do Tocantins, *Campus Palmas*.

Orientador: Prof.^aMsc. Jaci Câmara de Albuquerque.

Aprovado em: ____ / ____ / ____

BANCA AVALIADORA

Prof^a. MSc. Jaci Câmara de Albuquerque (Orientadora)
IFTO, *Campus Palmas*

Prof ^a. MSc.Antônia Maria da silva (Membro)
IFTO, *Campus Palmas*

Prof^a. Esp. Camile Azevedo Cunha (Membro)
IFTO, *Campus Palmas*

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todos que contribuíram parcialmente em minha formação acadêmica, em especial, meus pais Elenilza e Manoel que me incentivaram a permanecer firme no meu objetivo e mantendo-me justo e seguro.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que me apoiaram em especial: Deus, a quem nunca me desamparou onde devo a minha vida e que me proporcionou forças para continuar esta jornada. Aos meus amados pais, Elenilza e Manoel, que sempre me apoiaram nos estudos e nas escolhas tomadas e por acreditarem em mim. Aos meus amigos que me influenciaram a todo instante a persistir e compreenderem nos momentos difíceis me dando forças. A minha ilustre orientadora Prof. MSc Jaci Câmara de Albuquerque, que veio a exercer um papel fundamental na elaboração deste trabalho, além de ser uma mulher de vigor no decorrer da elaboração do trabalho, que exerceu um papel de sincero prestígio. Meus mais sinceros agradecimentos a ti. Aos meus colegas e a senhorita Renara agradeço pela compreensão e por me apoiarem em todos os momentos.

RESUMO

O processo de compreensão do patrimônio cultural imaterial que trata da boneca *Ritxoko* como um elemento importante para a atividade turística no estado do Tocantins é o objeto central deste trabalho. Parte-se do entendimento de que o patrimônio cultural não está limitado apenas ao conjunto de bens materiais de uma comunidade ou população, mas também se entende a tudo aquilo que é considerado valioso pelas pessoas, mesmo que isso não tenha valor para outros grupos sociais ou valor de mercado. A boneca *Ritxoko* é produto reconhecido como bem cultural registrado no livro dos saberes como patrimônio imaterial devido suas características que apresentam as formas de vida da comunidade indígena do povo *Karajá*, confeccionado em cerâmicas e pintadas com grafismos que representam as formas humanas, a pintura corporal, os adereços, e também a fauna regional das margens do rio Araguaia, nos estados de Goiás e Tocantins. Neste sentido utilizou-se para realização desta pesquisa método descritivo exploratório e abordagem qualitativa, onde inicialmente através de pesquisas bibliográficas e documentais, e em sites do IPHAN, obteve-se melhor conhecimento do patrimônio material e imaterial e a relação com o turismo. Em seguida a aplicação de questionário semi estruturado e entrevista com a comunidade artesã em Santa Isabel do Morro, na Ilha do Bananal, comunidade de índios *Iny Karajá* que se encontra localizada na Ilha do Bananal. A pesquisa tinha como foco perceber a importância da boneca enquanto produto cultural para comunidade e se a mesma poderia ser produzida e se tornar um elemento fortalecedor do turismo na região. Percebeu-se assim que sua produção é baseada na tradição cultural repassada pelos seus ancestrais e que atualmente não existe o interesse por parte dos mais jovens em adquirir as técnicas de confecção, pois as jovens meninas índias, estão em busca de novas oportunidades em outras cidades, a pesquisa revelou também que a boneca é de fato reconhecida pela comunidade como um produto fortalecedor da atividade turística para o estado do Tocantins, porém seria necessário a promoção e divulgação da mesma no mercado turístico, bem como o apoio do poder público e de outras entidades no que se refere a logística de distribuição de uma maior produção. A escolha da boneca *Ritxoko* como objeto de estudo partiu de interesse pessoal e pela admiração do produto enquanto bem cultural, e a possibilidade de incrementar na comunidade indígena uma fonte de renda a mais.

Palavras-chave: Patrimônio Imaterial. Turismo. Atrativo turístico *.Ritxoko.*

ABSTRACT

The process of understanding the immaterial cultural heritage that treats the Ritxoko doll as an important element for tourism activity in the state of Tocantins is the central object of this work. It is based on the understanding that cultural heritage is not limited only to the material assets of a community or population, but also that which is considered valuable by people, even if it has no value for other social groups or market value. The Ritxoko doll is a product recognized as a cultural asset registered in the book of knowledge as intangible heritage due to its characteristics that present the life form of the indigenous community of the Karajá people, made of ceramics and painted with graffiti representing human forms, body painting, the props, and also the regional fauna of the banks of the river Araguaia, in the states of Goiás and Tocantins. In this sense, a descriptive exploratory method and a qualitative approach were used to carry out this research. Initially, through bibliographic and documentary research, IPHAN sites obtained a better knowledge of the material and immaterial heritage and the relationship with tourism. Then the application of a semi structured questionnaire and an interview with the artisan community in Santa Isabel do Morro, in Bananal Island, an Iny Karajá Indian community located on Bananal Island. The research aimed to understand the importance of the doll as a cultural product for the community and if it could be produced and become a strengthening element of tourism in the region. It was thus realized that their production is based on the cultural tradition passed on by their ancestors and that there is currently no interest on the part of the youngest in acquiring the techniques of making, since the young Indian girls are in search of new opportunities in other cities, the research also revealed that the doll is in fact recognized by the community as a product that strengthens the tourist activity for the state of Tocantins, but it would be necessary to promote and disseminate it in the tourist market, as well as the support of the public power and other distribution logistics of higher production. The choice of the Ritxoko doll as an object of study was based on personal interest and the admiration of the product as a cultural asset, and the possibility of giving the indigenous community an additional source of income.

Keywords:Intangible Assets.Tourism. Tourist Attraction.*Ritxoko*

LISTA DE SIGLAS

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

CIMI – Conselho Indigenista Missionário

AXA– Articulação Xingu Araguaia

FUNAI – Fundação Nacional do Índio

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Capim Dourado	19
Figura 2: Boneca <i>Ritxoko</i>	20
Figura 3: Mapa do Tocantins – Localização da Ilha do Bananal.	24
Figura 4: Ilha do Bananal	25
Figura 5: Aldeia Santa Isabel do Morro	28
Figura 6: Bonecas em processo de construção	29
Figura 7: Produtos produzidos na aldeia.....	30

Sumário

1 INTRODUÇÃO	10
2 REVISÃO DE LITERATURA	12
2.1 Cultura e Turismo	12
2.2 Patrimônio e Suas Definições	14
2.3 Produto e Atrativo Turístico	17
2.3.1 Ritxoko	20
2.3.2 Ilha do Bananal	22
3 METODOLOGIA	25
3.1 Tipo de pesquisa	25
3.2 Universo e amostra	26
3.3 Instrumento de coleta de dados	26
3.4 Tratamento dos dados.....	27
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	27
4.1 - Questionário aplicado com as artesãs da comunidade santa Isabel do morro .	32
4.2 - Entrevista com o chefe político da comunidade (Cacique).....	38
5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
ANEXOS	42

1 INTRODUÇÃO

A relação do patrimônio e do turismo está associada à cultura, pois se pode entender que a cultura permeia todos os segmentos de turismo, uma vez que o turista é atraído pelo diferente, pelo novo, pelo característico, desde que lhe sejam garantidos conforto e segurança (BRASIL, 2006).

Podemos ainda dizer que tais relações, vêm do início das duas invenções. Duas, pois tanto Turismo como Patrimônio, nunca é demais repetir, são característicos das sociedades industriais, elementos localizados e datados dos fins do século XVIII.

O Patrimônio de fato, surge com a Revolução Francesa. O conceito foi gerado enquanto patrimônio, nascido de razões práticas e ajustado à ideologia do Estado Nacional. Para evitar a destruição (o “vandalismo”, neologismo cunhado à época para condenar a desapareição dos bens produzidos pelo “gênio do povo francês”) era preciso proteger e catalogar as propriedades remanescentes, pois, além da destruição muitas foram vendidas: da monarquia, dos aristocratas imigrados e da Igreja.

Conhecidos também como bens culturais de natureza material e imaterial, os bens culturais imateriais também chamados de tangíveis como são as paisagens naturais, objetos, edifícios, monumentos e documentos e os bens culturais imateriais ou intangíveis relacionados aos saberes, às habilidades, às crenças, às práticas, aos modos de ser das pessoas, foram assim definidos para organização nos museus.

Já o turismo surge indissociavelmente ligado ao patrimônio enquanto elemento que fundamenta o valor econômico deste último. Certamente os documentos não falam do turismo organizado que será conhecido anos mais tarde com Thomas Cook e outros agentes de viagem ingleses. Mas eles, os documentos, aludem claramente ao Grand-Tour dos britânicos e outros europeus. (Camargo, 2001)

Desta forma, qualquer que seja o motivo da viagem, haverá sempre um elemento cultural quer seja patrimônio a ser consumido dentre toda a produção associada ao turismo: a gastronomia, a arte, o artesanato ou outros produtos locais, as paisagens naturais e culturais do receptivo, suas festas e celebrações, a música ao vivo nos bares e a cultura viva presente nas ruas (BRASIL, 2007).

As pessoas viajam com fins culturais, visitam locais históricos, monumentos, têm contato com a população local, aprecia a gastronomia típica, entre outras atividades sempre vinculadas ao deslocamento e assim o turismo tornou-se rapidamente um dos maiores campos da economia mundial além de valorizar os atrativos naturais e culturais reconhecendo a identidade, melhorando a qualidade de vida dos habitantes, valorizando no sentido de manutenção, identificação e perpetuação sejam individual ou coletiva da história, do modo de vida e identidade levando em consideração que o patrimônio cultural de um povo é formado pelo conjunto dos saberes, fazeres, expressões, práticas e seus produtos, que remetem à história, à memória e à identidade desse povo (BRAYNER, 2007).

E são estes patrimônios (materiais e imateriais) elementos/objetos da memória, da história do lugar; que carregam em si as marcas do tempo e oferecem uma

identidade; são testemunhos de todos os processos de transformação que ocorrem na localidade (MAGNANI, 2010).

Com essa dinâmica a organização da oferta turística por meio da formatação de seus atrativos em produtos turísticos se reveste, portanto, de importância estratégica para o desenvolvimento de destinos. Por essas razões, é fundamental compreender a importância e valorização de elementos culturais relacionados aos produtos turísticos (IPHAN, 2006).

Para Souza e Corrêa (1998) o produto turístico pode ser compreendido como o amálgama de elementos tangíveis e intangíveis, centralizados numa atividade específica, e em uma determinada direção. Compreende e combina atrativos desta destinação, as facilidades e as formas de acesso dos quais os turistas compram a combinação de atividades e arranjos.

Os elementos denominados produto turístico irão facilitar e acelerar a atividade em todos os destinos, como no estado do Tocantins que além de possuir um rico potencial turístico natural com a presença de cachoeiras, matas, animais possuem elementos culturais como a dança, a gastronomia, a cultura material *Karajá* que envolve técnicas de construção de casas, tecelagens de algodão, adornos e plumeiros, artefatos de palha, madeira, minerais, conchas, cabaça, Cortez de árvores e cerâmicas, e no caso específico deste estudo a boneca de cerâmica *Karajá*, produto reconhecido como bem cultural imaterial em 25 de janeiro de 2012 pela Fundação Estadual de Cultural do estado do Tocantins. Esta boneca confeccionada em barro cru, apresentada juntamente como modelo em cera, com as suas formas esteatopígeas (traseiro grande), de bases volumosas, mereceu por parte dos pesquisadores especial atenção e destaque como peças de arte e elemento da cultura indígena.

Pensando nisso, a presente pesquisa teve como problemática identificar: Quais fatores contribuem para inserir a boneca *Ritxoko* na atividade turística do estado do Tocantins.

A possível inserção da boneca *Ritxoko* na atividade turística nos remete a valorizar o patrimônio cultural dos índios *Karajás* sabendo que este patrimônio se apresenta como um instrumento de reconhecimento da diversidade cultural que vive no território brasileiro e que traz consigo o relevante tema da inclusão cultural e dos efeitos sociais dessa inclusão (LIMA, 2015).

Levando em considerações estes fatores a presente pesquisa aborda a seguinte temática: Cultura e Patrimônio Imaterial: Um estudo do *Ritxoko* como fortalecedor do produto turístico no estado do Tocantins. A pesquisa tem como objetivo geral Identificar o patrimônio material e imaterial como elemento fortalecedor do produto turístico no Tocantins, e como específico a) investigar os aspectos relacionados à Cultura e Turismo; b) analisar a boneca *Ritxoko* como atrativo turístico no estado do Tocantins; c) demonstrar e caracterizar o *Ritxoko* como atrativo turístico cultural.

A pesquisa foi realizada na comunidade indígena Santa Isabel do Morro localizado na Ilha do Bananal, com as artesãs e o Cacique, de 21 a 24 de janeiro de 2018. A pesquisa evidenciou a possibilidade de inserir e promover a boneca *Ritxoko*

como elemento fortalecedor da atividade turística do Tocantins, bem como compreender os aspectos relacionados à Cultura e Turismo e o patrimônio imaterial.

Assim o interesse em realizar o trabalho fundamentou-se à medida que se observa o turismo cultural como um dinamizador da economia em destinos e localidades carentes de outras atividades econômicas, sua expansão e a forma de favorecer a valorização da identidade das memórias locais, e a possibilidade de inserir a comunidade indígena e a boneca *Ritxoko* na atividade turística do estado. A escolha da temática como objeto de estudo, partiu também pela admiração e valorização do pesquisador em relação ao produto enquanto bem cultural.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Cultura e Turismo

Ao falar do patrimônio se faz necessário tratar da cultura, pois a mesma nos remete a entender os processos de construção de elementos e produtos deixados pelos antepassados como forma de registro e de fortalecimento de sua identidade.

A cultura do latim é um conceito de várias interpretações sendo a mais corrente, especialmente na antropologia, a definição genérica formulada por Edward B. Tylor segundo a qual cultura é "todo aquele complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e capacidades adquiridos pelo homem como membro da sociedade" (LARAIA, 2006).

Embora a definição de Tylor tenha sido problematizada e reformulada constantemente, tornando a palavra "cultura" um conceito extremamente complexo e impossível de ser fixado de modo único. Na Roma antiga, seu antepassado etimológico tinha o sentido de "agricultura" (significado que a palavra mantém ainda hoje em determinados contextos), como empregado por Varrão, exemplo.

Sabemos então que a cultura é também comumente associada às formas de manifestação artística e/ou técnica da humanidade, como a música erudita européia (o termo alemão "*Kultur*" – "cultura" – se aproxima mais desta definição). Definições de "cultura" foram realizadas por Ralph Linton, Leslie White, Clifford Geertz, Franz Boas, Malinowski e outros cientistas sociais (KROBER & LUCKHONH, 1952).

Em um estudo aprofundado, Alfred Kroeber e Clyde Kluckhohn encontraram, pelo menos, 167 definições diferentes para o termo "cultura". Clifford Geertz discutia negativamente a quantidade gigantesca de definições de cultura, considerando um

progresso de grande valor o desenvolvimento de um conceito que fosse coerente internamente e que tivesse um argumento definido (LARAIA, 2006).

Assim, definiu-se cultura como:

Um padrão de significados transmitidos historicamente, incorporado em símbolos, um sistema de concepções herdadas expressas em formas simbólicas por meio das quais os homens comunicam, perpetuam e desenvolvem seu conhecimento e suas atividades em relação à vida (LARAIA, 2006 p.12).

E é nessa de herança de comunicação que o turismo passa a ser uma atividade que se apropria da cultura e promove os símbolos formas e implica em experiências positivas do visitante com o patrimônio histórico e cultural e determinados eventos culturais, de modo a favorecer a percepção de seus sentidos e contribuir para sua preservação. Vivenciar significa sentir, captar a essência, e isso se concretiza em duas formas de relação do turista com a cultura ou algum aspecto cultural: a primeira refere-se às formas de interação para conhecer, interpretar, compreender e valorizar aquilo que é o objeto da visita; a segunda corresponde às atividades que propiciam experiências participativas, contemplativas e de entretenimento, que ocorrem em função do atrativo motivador da visita (MAGNANI, 2010).

O aspecto cultural está engendrado no processo turístico. As pessoas quando se deslocam levam consigo uma “bagagem” cultural própria, singular e subjetiva. Nessa mobilidade os contatos culturais são constantes e dos mais diversos, sendo a essência do fenômeno turístico. “Cultura é uma dimensão do processo social, da vida de uma sociedade. Não é estanque ou estável. É mutável e se vale das mais variadas formas de expressão humana” (TRIGO, 2000, p. 50).

O turismo passa assim a ser uma atividade relacionada à cultura desde que “o turismo cultural compreenda as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (MYANAKI, 2007).

A atividade turística implica no deslocamento de grandes contingentes de pessoas, que passam a frequentar lugares que estão “fora” do seu cotidiano. Isto ocasiona um contato entre diferentes culturas propiciando que turistas e residentes vivenciem a alteridade (BARRETTO, 2001). Seguindo essa abordagem, cultura e turismo são indissociáveis, interdependentes e interlocutores.

Há uma tendência do turismo contemporâneo em valorizar os aspectos ligados à cultura. A autenticidade, a identidade, o patrimônio, a história e as particularidades dos lugares têm sido requisitados pelo turista. Conforme Trigo (2000, p. 112) “O interesse das pessoas pela história, a arte e a cultura em geral tem gerado grandes projetos integrando turismo e cultura”.

Pode-se dizer que o turismo vem proporcionando interferências na vida social, na dinâmica cultural e na identidade local.

Na comunidade de Santa Isabel do Morro, o assunto em questão tem sido muito pouco discutido, pois a comunidade sofre com os períodos sazonais que dificulta o acesso de turistas e visitantes, apesar de possuir um forte potencial turístico natural e cultural.

2.2 Patrimônio e Suas Definições

A noção de patrimônio não está limitada apenas ao conjunto de bens materiais de uma comunidade ou população, mas também se estende a tudo aquilo que é considerado valioso pelas pessoas, mesmo que isso não tenha valor para outros grupos sociais ou valor de mercado.

O patrimônio cultural de um povo é formado pelo conjunto dos saberes, fazeres, expressões, práticas e seus produtos, que remetem à história, à memória e à identidade desse povo.

A Constituição Brasileira de 1988, ao dispor sobre a cultura, define, em seu artigo 216, o patrimônio cultural brasileiro composto por bens de natureza material e imaterial:

Constitui patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I - as formas de expressão; II - os modos de criar, fazer e viver; III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. § 1º. O Poder Público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação. § 2º. Cabem à administração pública, na forma da lei, a gestão da documentação governamental e as providências para franquear sua consulta a quantos dela necessitem. § 3º. A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento de bens e valores culturais. § 4º. Os danos e ameaças ao patrimônio cultural serão punidos, na forma da lei. § 5º. Ficam tombados todos os documentos e os sítios detentores de reminiscências históricas dos antigos quilombos (CF, 1988. art. 216)

Divididos por características distintas Patrimônio Material é formado por um conjunto de bens culturais classificados segundo sua natureza: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas. Eles estão divididos em bens imóveis – núcleos urbanos, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais – e móveis – coleções arqueológicas, acervos musicológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos (MAGNANI, 2010).

Já o patrimônio imaterial reconhecido no artigo 2º da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial (UNESCO, 2003) identifica o patrimônio cultural imaterial como:

As práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana.

Não obstante a conceituação do Patrimônio Cultural Imaterial no Brasil acompanha de perto essa formulação. O Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000, que institui o registro e cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial, compreende o Patrimônio Cultural Imaterial brasileiro como os saberes, os ofícios, as festas, os rituais, as expressões artísticas e lúdicas, que, integrados à vida dos diferentes grupos sociais, configuram-se como referências indenitárias na visão dos próprios grupos que as praticam. Essa definição bem indica o entrelaçamento das expressões culturais com as dimensões sociais, econômicas, políticas, entre outras, que articulam estas múltiplas expressões como processos culturais vivos e capazes de referenciar a construção de identidades sociais (BRASIL, 2006).

A Resolução nº 1, de 3 de agosto de 2006 (IPHAN, 2006), que complementa o Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000, opera claramente com uma definição processual do Patrimônio Cultural Imaterial, entendendo por bem cultural de natureza imaterial “as criações culturais de caráter dinâmico e processual, fundadas na tradição e manifestadas por indivíduos ou grupos de indivíduos como expressão de sua identidade cultural e social”; e ainda “toma-se tradição no seu sentido etimológico de dizer através do tempo’, significando práticas produtivas, rituais e simbólicas que são constantemente reiteradas, transformadas e atualizadas, mantendo, para o grupo, um vínculo do presente com o seu passado”.

O conceito de patrimônio cultural imaterial é, portanto, amplo, dotado de forte viés antropológico, e abarca potencialmente expressões de todos os grupos e camadas sociais. Verifica-se no país a tendência ao seu entendimento e à sua aplicação aos ricos universos das culturas tradicionais populares e indígenas. Tal tendência encontra sua base de apoio em relevantes razões interligadas. Esses universos culturais abrigam circuitos de consumo, produção e difusão culturais organizados por meio de dinâmicas e lógicas próprias que diferem em muito dos demais circuitos consagrados de produção cultural e, ao mesmo tempo, a eles articulam-se importantes questões relativas ao desenvolvimento integrado e sustentável (BRASIL, 2006).

Esses processos culturais têm, também, larga história. Comportando inúmeras transformações e ressignificações, e derivando seus sentidos sempre da atualização em contextos do presente, tais processos culturais podem evocar tanto a continuidade com o passado pré-colonial, como no caso indígena, como a formação dinâmica da chamada cultura popular e do folclore brasileiros configurados em especial desde o último quartel do século XVIII (ANDRADE, 1982).

As expressões patrimônio cultural intangível ou imaterial, ou mesmo cultura tradicional e popular e patrimônio oral recobrem muitas vezes o mesmo universo de significados acima mencionados. O Ministério da Cultura e o IPHAN optaram pela expressão patrimônio cultural imaterial, tendo por fundamento o art. 216 da Constituição Federal de 1988, alertando, entretanto, para a falsa dicotomia sugerida por esta expressão entre as dimensões materiais e imateriais do patrimônio. As dimensões materiais e imateriais do patrimônio são conceitualmente entendidas como complementares (IPHAN, 2006).

Realça-se, todavia, o fato de que a noção de patrimônio cultural imaterial permitiu destacar um conjunto de bens culturais que, até então, não era oficialmente incluído nas políticas públicas de patrimônio orientadas pelo critério de excepcional valor artístico e histórico do bem a ser protegido. A noção supõe, assim, o enfoque global e antropológico do patrimônio cultural: a oralidade, os conhecimentos tradicionais, os saberes, os sistemas de valores e as manifestações artísticas tornaram-se expressões fundamentais na identificação cultural dos povos, constituindo-se objeto de fomento de políticas públicas nesse setor (IPHAN, 2006).

Podemos entender este patrimônio como bens culturais de natureza imaterial aqueles que dizem respeito às práticas e domínios da via social que se manifesta em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressões cênicas, plásticas, músicas ou lúdicas. Eles ainda se manifestam nos lugares, tais como mercados, feiras e santuários, que abrigam práticas culturais coletivas. De acordo com o IPHAN, o patrimônio imaterial é vivo, "constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu ambiente, de sua interação com a natureza de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo para promover o respeito à diversidade e a criatividade humana".

2.3 Produto e Atrativo Turístico

Os produtos turísticos são produtos desenvolvidos para compor a oferta turística de um determinado local, objetivando facilitar a estadia dos turistas, oferecendo serviços e conforto. Estes produtos são característicos dos setores de hospedagem, alimentação, comércio, transporte, recepção e eventos.

Para Barbosa (2011) os produtos turísticos, de modo geral, são definidos com base na oferta e em sua relação com a demanda, de modo a caracterizar os segmentos ou tipos de turismo específicos de cada região, cidade ou localidade. Assim, as características dos segmentos da oferta é que determinam a imagem do produto, ou seja, a sua identidade embasa a estruturação de produtos, sempre em função da demanda.

Corroborando, produto turístico é “o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço” (BRASIL, 2007).

O produto turístico é amálgama de elementos tangíveis e intangíveis, centralizados numa atividade específica, e em determinada direção. Compreende atrativos das destinações, as facilidades e as formas de acesso dos quais o turista compra a combinação de atividades e arranjos, é de fato um composto de bens e serviços diversificados e relacionados entre si, tanto em razão da sua integração com vistas ao atendimento da demanda, quanto pelo fato de unir setores primários, secundários e terciários de produção (RUSCHMANN, 2000).

Para que se torne um produto turístico e venha a ser comercializado precisam ser completados pelos equipamentos e serviços. Sabe-se do caso de destinos

detentores de atrativos turísticos, porém não conseguem se colocar no mercado devido à ineficiência de outros elementos. Neste caso é que iremos analisar a boneca *Ritxoko* como um produto agregador do turismo no estado do Tocantins. PORTO, 2011, afirma que a identidade cultural do Tocantins está no seu patrimônio cultural imaterial. Portanto qualquer política que vise à preservação do patrimônio cultural no Estado deve levar em conta, principalmente, os saberes, as celebrações, a forma de o povo tocaninense se expressar.

Tais com as folias, os festejos do Senhor do Bonfim, São Sebastião, Santos Reis, a Congada, a Roda de São Gonçalo, as Cavalhadas, os Caretas, o cotidiano das quebradeiras de coco do Bico do Papagaio, os povos indígenas, os quilombolas, o artesanato em capim dourado, couro, madeira, cerâmica, a boneca *Ritxoko*, dentre outros, reúnem um pouco do modo de ser e fazer do povo tocaninense.

Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos através dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda. Esse processo é entendido como uma estratégia para a consolidação de roteiros e destinos, assim como para a inovação de produtos turísticos, por meio da valorização e caracterização dos diversos elementos que conferem identidade à oferta turística brasileira.

A boneca *Ritxoko* neste caso é vista como um atrativo turístico relevante, fazendo parte da identidade da comunidade, se apresentando como uma oferta diferencial no estado do Tocantins.

Para SEBRAE (2010) o atrativo turístico é considerado um recurso natural ou cultural formatado em negócio, que atenda todas as especificações necessárias para comercialização e recepção de turistas, com responsabilidade social, ambiental e cultural.

Enquanto negócio, o atrativo turístico precisa ser gerido como qualquer empresa, possuir uma gestão eficaz, ter estrutura mínima para receber clientes, oferecendo experiências positivas de forma organizada e profissional, a fim de produzir resultados positivos.

Os atrativos turísticos são únicos e cada um deles possui valor e capacidade de atração específica. Portanto, possuem diferentes características, potenciais e estruturas para a recepção de turistas.

Os atrativos turísticos constituem a oferta turística diferencial de uma determinada região turística, pois são responsáveis por promover os fluxos turísticos. O consumidor escolhe o destino que irá visitar, em função da experiência turística que esse destino oferece. Ele primeiro decide se deseja praticar atividades de aventura ou vivenciar atividades rurais, ou ainda, visitar monumentos históricos e culturais etc., entre as inúmeras

possibilidades. Na sequência, ele opta pelo destino turístico que proporcione as atividades e experiências escolhidas (SEBRAE, 2010 p. 10).

Enquanto atrativo turístico, Mello (2015) afirma que o artesanato em capim dourado foi mostrado pela primeira vez ao grande público em 1993, na I Feira de Folclore, Comidas Típicas e Artesanato do Estado do Tocantins (Fecoarte), realizada em Palmas, capital do estado. Na atualidade, quatro associações da região do Jalapão, compostas por mulheres e homens, produzem as peças artesanais em capim dourado nos municípios de Ponte Alta do Tocantins, Mateiros e São Félix do Tocantins, sendo elas: a Associação Capim Dourado do Povoado da Mumbuca; a Associação Comunitária dos Artesãos e Pequenos Produtores de Mateiros; a Associação dos Artesãos do Capim Dourado Pontealtense e a Associação Comunitária dos Extrativistas, Artesãos e Pequenos Produtores do Povoado do Prata de São Félix do Tocantins.

O artesanato de capim dourado chegou ao Jalapão em meados de 1920 pelas mãos de índios Xerente. A arte foi aprendida por moradores da comunidade quilombola da Mumbuca e, desde então, é passada de geração em geração nas comunidades jalapoeiras (FIGUEIREDO *et al.*, 2010).

Figura 1: Capim Dourado.



Fonte: Rosie Zanutto, 2016

Ressalta-se que o município de Mateiros, a 324 km da capital Palmas-To, onde se localiza a comunidade de Mumbuca, configura-se como um dos núcleos iniciais da produção artesanal, que, em razão do aumento da demanda de mercado, expandiu-se por outros municípios da região, dentre eles: São Félix, Ponte Alta e

Novo Acordo. Na segunda metade de 1990, houve uma grande visibilidade do artesanato na região, atraindo um grande fluxo turístico (MELLO, 2015).

A visibilidade, que deixou de ser local e expandiu-se ultrapassando fronteiras nacionais e internacionais, incentivou também o aumento da quantidade de artesãos e coletores da matéria prima. Desse modo, a geração de renda com a venda do artesanato em capim dourado passou a ter um papel fundamental para vários municípios da região, sendo, por vezes, o único rendimento de várias famílias locais (SCHMIDT, 2005).

Convém mencionar que o artesanato em capim dourado da região do Jalapão, no estado do Tocantins, apresenta o dia 30 de agosto de 2011 como a data de registro de Indicação de Procedência (IP) obtido no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), uma autarquia federal vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), sob o número IG200902, com uma documentação de 758 páginas.

2.3.1 Ritxoko

A boneca *Ritxoko* é um produto confeccionado em cerâmicas e pintadas com grafismos que representam as formas humanas, a pintura corporal, os adereços, e também a fauna regional das margens do rio Araguaia, nos estados de Goiás e Tocantins, que é onde estão localizadas, há séculos, as principais aldeias do povo *Karajá* (NOGUEIRA, 2012).

Figura 2: Boneca *Ritxoko*



Fonte: Kássio, 2017.

Nas aldeias, a boneca é dada às meninas, não somente como brinquedo, mas como também como ferramenta de educação e de formação da identidade *Karajá*. Em geral, as meninas ganham um conjunto de bonecas, que as mulheres denominam como “família”. Essa família traz representações das diferentes faixas etárias das mulheres da aldeia, identificadas principalmente pelos ornamentos que usam (LIMA, 2015).

Estudos do Instituto do Patrimônio Histórico e Arqueológico Brasileiro (IPHAN) mostram que a confecção das *Ritxókó*, também conhecidas como *Licocó*, *Titxkòò* ou *Litjokê*, passa por um processo artesanal extremamente trabalhoso, organizado em cinco etapas: extração e preparação do barro, modelagem das figuras, queima e pintura, envolvendo técnicas tradicionais transmitidas de geração em geração (IPHAN, 2006).

Esculpidas e comercializadas nas cores pretas e vermelhas somente pelas mulheres das aldeias, as bonecas são feitas com três matérias primas básicas: a argila ou o barro (*suù*), a cinza e a água. Em geral, são comercializadas nas próprias aldeias ou em lojas de decoração e constituem importante fonte de renda para as comunidades *Karajá*, cujo povo soma uma população de cerca de três mil pessoas, com ramificações também no estado de Mato Grosso (MENDONÇA, 2008).

Nogueira (2012) ressalta que através das bonecas *Karajás* as mulheres conseguem representar situações do cotidiano, bem como da cosmologia de seu povo. Assim, elas representam as faixas etárias, o nascimento, a morte e os afazeres do dia a dia, que envolvem a comunidade. Exploram, por meio da modelagem, cenas que retratam o trabalho familiar, o cuidado com as crianças, a produção do alimento, a caça, a pesca, bem como inúmeras atividades que são realizadas dentro e fora das aldeias. Além disso, elas também modelam figuras que fazem parte do imaginário *Iny/Karajá*, como seres lendários presentes nas narrativas orais e nos rituais e demais festas celebrativas.

Lima (2015) assegura que a confecção das bonecas envolve assim situações que vão desde o aprendizado e conhecimento do social, uma vez que as crianças, em especial as meninas, aprendem a modelagem ao observar e a brincar com as bonequinhas, desde questões que dizem respeito à sustentabilidade e à subsistência, uma vez que essas bonecas, assim como outros artesanatos produzidos pelos *Karajá*, também são comercializadas.

As bonecas são assim uma referência para o aprendizado, bem como um instrumento para o fortalecimento da identidade do povo *Karajá*, uma vez que transitam dentro e fora das aldeias, ocupando inclusive lugares em espaços acadêmicos, museus, lojas de artesanato, que, de certo modo, propagam e dão visibilidade às ceramistas e seu povo.

Atualmente, a confecção dessas figuras de cerâmica, denominadas na língua nativa de *ritxòkò* (na ala feminina) e/ou *ritxòò* (na ala masculina), é uma atividade exclusiva das mulheres e envolve técnicas e modos de fazer considerados tradicionais e transmitidos de geração em geração. Mais do que objetos meramente lúdicos, as *ritxòkò* são consideradas representações culturais que comportam significados sociais profundos, reproduzindo o ordenamento sociocultural e familiar dos *Karajá*.

O processo (criativo) de produção das *Ritxòkò* ocorre por meio de um jogo de elaboração e variação de formas e conteúdos determinado por uma série de fatores, como a experiência, a habilidade técnica e a preferência estética da ceramista pela combinação dos motivos temáticos e dos diversos padrões de grafismo aplicados, a função do objeto, o acesso às matérias-primas, entre outros aspectos.

(IPHAN, 2012)

2.3.2 Ilha do Bananal

O Tocantins vem de uma emancipação política e territorial, e que hora passa por um processo intenso de migração. Assim, faz-se necessário o levantamento (identificação), proteção e divulgação de suas referências, para consolidar a sua identidade cultural. “Somente a partir do momento em que a sociedade resolve preservar e divulgar os seus bens culturais é que se inicia o processo de construção de seu *ethos* cultural e de sua cidadania” (ORIÁ, 2005).

Em relação à Ilha do Bananal Bispo (2012) menciona que está situada a sudoeste do estado do Tocantins nas divisas com os estados de Mato Grosso, Pará e Goiás, cabendo sua jurisdição ao Estado do Tocantins, e possui uma área de aproximadamente 2 milhões de hectares, sendo considerada a maior ilha fluvial do mundo.

Como já mencionado, é delimitada de um lado pelo rio Araguaia e de outro pelo seu afluente, o rio Javaés. Foi descoberta em 26 de julho de 1773 pelo sertanista José Pinto Fonseca, que andava pelos sertões à procura de índios que

seriam vendidos como mercadoria, segundo o Resumo Executivo do Parque Nacional do Araguaia (2001, p. 5):

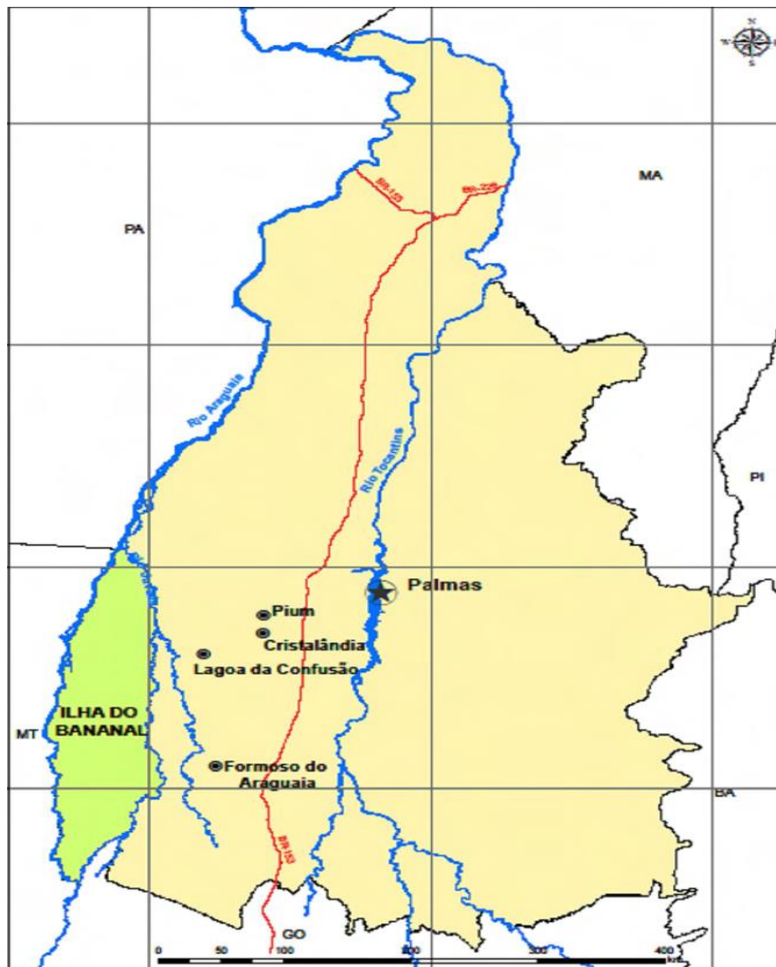
O sertanista procurava conquistar as aldeias dos Carajás que, perseguidos por outras tribos, viviam aterrorizados, não oferecendo resistência aos invasores. Por estar sempre atravessando rios, o sertanista descobriu que estava numa grande ilha a qual deu o nome de Santana, em honra a santa do dia. Mais tarde, o nome foi mudado para Ilha do Bananal, devido aos densos e longos bananais ali existentes. Um ano depois da descoberta, em 1774, José de Almeida Vasconcelos, o Visconde da Lapa, instalou na ilha um presídio para início da colonização e garantia de navegação no rio Araguaia. O projeto não deu certo e o presídio caiu no abandono.

Ainda com base no relatório executivo do Parque Nacional do Araguaia (2001), em 1876 o engenheiro civil e botânico André Rebouças propôs a criação do Parque Nacional da Ilha do Bananal, porém só efetivado em 1959, quando o governo Federal transformou toda a Ilha do Bananal em Parque Nacional do Araguaia.

É importante mencionar que “A Ilha do bananal é dividida ao meio, em seu sentido longitudinal, pelos rios Jaburu (*IkòròbiBero*) e Riozinho (*Wabe* ou *Wabewo*), que atuam como limites naturais entre o território *Karajá*, a oeste, e o território tradicional *Javaé*, a leste” (MENDONÇA, 2008).

No interior da Ilha do Bananal há centenas de anos já residiam povos indígenas das etnias *Karajá*, *Javaé* e *Avá-Canoeiro*. “A Ilha do Bananal é chamada *ynÿ Lona* (o lugar de onde surgiram os *iny*) ou *ijataolona*, o lugar onde surgiram as bananas pelos indígenas” (MENDONÇA, 1993).

Figura 3: Mapa do Tocantins-localização da ilha do bananal



Fonte: BISPO, 2012

Atualmente a Ilha do Bananal encontra-se dividida em Parque Nacional do Araguaia ao norte, correspondendo $\frac{1}{4}$ da Ilha, e em Terra Indígena (TI) do Araguaia, ao sul – $\frac{3}{4}$ de área, sendo que o período transcorrido entre a criação do parque, em 1959, e o reconhecimento da terra indígena, em 1971, foi marcado por conflitos entre FUNAI e IBAMA em função da demarcação do território, assunto que será tratado mais adiante (BISPO, 2012).

O contato dos povos indígenas da Ilha do Bananal com a população regional ocorreu de forma mais intensa, sobretudo no lado dos povos *Javaé*, nas primeiras décadas do século XX, pelos mineradores em busca de cristal de rocha e criadores de gado que vieram predominantemente do Maranhão, Piauí e Goiás. Começaram, então, a penetrar na Ilha do Bananal. A descoberta de cristal de rocha fez surgir pequenos vilarejos na região a leste do Rio *Javaés*, que mais tarde passaram à categoria de cidade como Formoso do Araguaia, Pium e Cristalândia (BISPO, 2012).

Figura 4: Ilha do bananal



Fonte: kassio, 2018

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de pesquisa

Para a realização desta pesquisa foi utilizado o método descritivo, exploratório e qualitativo. Para Prodanov e Freitas (2013) o método descritivo mostra as características de uma determinada população ou fenômeno requisitando técnicas padronizadas de coleta de dado; ainda Prodanov e Freitas (2013) também explica que a pesquisa exploratória pretende possibilitar maior experiência com o problema, tornando explícito ou construindo hipóteses sobre ele. Segundo Neves (2013) a pesquisa exploratória também é capaz de explicar ou transformar conceitos e ideias, incentivando o desenvolvimento de abordagens posteriores do mesmo tempo.

A pesquisa qualitativa analisa e interpretam questões mais intrínsecas, mostrando a complexidade do comportamento humano, fornecendo dados detalhados sobre as investigações, hábitos, tendências de comportamento e outros (MARCONI E LAKATOS, 2011). Portanto, optou-se a pesquisa qualitativa para analisar a boneca *Ritxoko* como atrativo turístico para se inserir na atividade turística

do estado do Tocantins, e entender também sua posição na localidade produzida, comunidade Santa Isabel do Morro, na Ilha do Bananal.

Utilizou-se de gráficos para a amostragem de dados coletados durante As entrevistas com perguntas fechadas devidamente estruturadas e visita *in loco* realizadas com 4 artesãs e um cacique que é considerado o gestor na comunidade.

Para cada artesã e no caso o cacique que já tinha conhecimento, foi explicado que a boneca foi reconhecida como elemento cultural do estado do Tocantins no ano de 2015 pelo IPHAN registrado no livro dos saberes e expressões.

3.2 Universo e amostra

O universo da pesquisa foi a comunidade Santa Isabel do Morro – Ilha do Bananal –TO. Teve como amostra 4 (quatro) artesãs e 1(um) líder da comunidade (cacique).

De acordo com Gonçalves (2001, p.67):

A pesquisa de campo é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. Ela exige do pesquisador um encontro mais direto. Nesse caso, o pesquisador precisa ir ao espaço onde o fenômeno ocorre, ou ocorreu e reunir um conjunto de informações a serem documentadas.

Para Ventura (2002) a pesquisa de campo deve merecer grande atenção, pois devem ser indicados os critérios de escolha da amostragem (das pessoas que serão escolhidas como exemplares de certa situação), a forma pela qual serão coletados os dados e os critérios de análise dos dados obtidos.

3.3 Instrumento de coleta de dados

Durante a pesquisa foi realizada uma entrevista: com o cacique da aldeia, e um breve questionário estruturado com artesãs da comunidade.

Lakatos (2003, p. 75) aponta que:

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social.

A observação foi de cunho exploratório, pois buscou o aprofundamento de uma realidade específica, assim, foi realizada por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações do que ocorre naquela realidade.

3.4 Tratamento dos dados

As principais fontes de dados qualitativos utilizados neste trabalho foram o questionário e a entrevista. Para analisar as entrevistas e os questionários respondidos foi feita a análise do discurso, processo pelo qual se identifica padrões e características especiais nas mensagens de maneira sistemática e objetiva.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para que as comunidades indígenas venham a trabalhar com o turismo é necessário que exista uma organização, aceitação e valorização de ambas as partes.

Os interesses são diversos e sabe-se que a relação entre ambos é de certa forma conflituosa devido à existência de um distanciamento do pensamento entre eles. As culturas indígenas estão passando por um processo de aculturação devido às problemáticas causadas pela sociedade que impõe posturas e doutrinas que estão longe de sua cultura e de suas raízes, intensificando assim a busca por novos meios de sobrevivência em suas localidades e fora delas.

Durante a pesquisa pode perceber que as bonecas de cerâmica *Karajá*, chamadas em *Inyribè*, idioma *Karajá*, de *Ritxoko* ou *Ritxoo*, foram tornadas patrimônio cultural imaterial brasileiro, através de dois registros: *Ritxoko*: expressão artística e cosmológica do povo *Karajá*, no livro das Formas de Expressão, e Saberes e práticas associados ao modo de fazer bonecas *Karajá*, no livro dos Saberes, do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2006).

Observou-se também na pesquisa de campo realizada na comunidade indígena Santa Isabel do Morro, na Ilha do Bananal, comunidade esta de índios da etnia *Iny Karajá* que se encontra localizada na Ilha do Bananal, as margens da cidade de São Félix do Araguaia (MT) com uma população de 846 indígenas, um alto índice de suicídio devido o abandono a falta de apoio, e principalmente a falta de oportunidade de trabalho. A Ilha e comunidade indígena ainda passa pelo esquecimento dos turistas em épocas do ano, principalmente no período de chuva, quando passam a ter dificuldades em obter recursos para o dia a dia da comunidade, ou seja, tudo fica escasso.

Figura 5: Aldeia Santa Isabel do Morro



Fonte: Kássio, 2018.

Segundo as artesãs da comunidade indígena a respeito do valor simbólico da boneca *Ritxoko*, elas afirmaram que a boneca se baseia na tradição cultural repassada pelos seus ancestrais. Já em relação ao valor de comercialização, são variados de acordo os tamanhos e os locais de compra.

Figura 6: Bonecas em processo de construção.



Fonte: Kássio, 2018.

Ainda de acordo com as artesãs, a dificuldade existente para que a boneca venha de certa forma se tornar uma atração para a atividade turística, dar-se devido a falta de divulgação do produto e o difícil acesso a aldeia.

Não existe uma promoção devido à falta da inclusão de projetos e incentivo dos órgãos competentes como: IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional, que é responsável pelo reconhecimento das comunidades indígenas; a FUNAI - Fundação Nacional do Índio, que apenas dar o apoio de estrutural; o CIMI - Conselho Indigenista Missionário, que não está presente em todas as comunidades e que auxilia apenas o lado educacional e religioso e o AXA – Articulação Xingu Araguaia, que delimita as terras indígenas. Um gargalo para este apoio das instituições pode vir a ser a dificuldade de acesso até a aldeia. E em relação a esta promoção da comunidade é feita apenas nas praias ao entorno da Ilha e em algumas cidades do Goiás, Mato Grosso e Tocantins.

Ainda em relação a outros atrativos, o cacique da aldeia, mencionou que a comunidade produz e confecciona diversos produtos que podem atrair a atenção turística, tais como: adereços como cordões, brincos, esteiras, pintura corporal cestos, brincos e flechas.

Figura 7: Produtos produzidos na aldeia



Fonte: Kássio, 2018.

O Cacique ressaltou ainda que a boneca *Ritxoko* além de ser reconhecida culturalmente, é um elemento que favorece de certa forma o produto turístico do Tocantins. "O turismo é um segmento muito importante na comunidade no que se refere à forma cultural e comunitária, embora não seja uma prática regular. Na sua fala ele diz "... Recebemos "muitos pesquisadores e estudantes que vem a comunidade em busca de conhecer nossa história e nosso modo de viver".

De acordo com Leal (2007: 07), "nas terras indígenas brasileiras, a atividade turística tem sido incorporada, paulatinamente, despertando o interesse de algumas comunidades".

Por si só compreende-se que o povo *Karajá*, por se localizar em um município do Vale do Araguaia, já pertence à região turística. O que se pretende reforçar aqui é a boneca *Ritxoko* como atrativo para esse turismo, logo os *Karajás* da aldeia Santa Isabel do morro acreditam que é possível aproveitar-se do turismo para fortalecer a cultura e captar recursos financeiros para a aldeia.

O turismo em Terras Indígenas (TI) não era regulamentado até junho de 2015, quando entrou em vigor a Instrução Normativa 3/2015, da FUNAI, a qual regulamenta e estabelece normas para a visitação em TI para fins turísticos. No

Brasil, as questões referentes ao desenvolvimento da atividade turística em comunidades indígenas são margeadas e limitadas pela legislação nacional.

É importante mencionar que diversas práticas no turismo podem ser realizadas em comunidades indígenas, como o turismo de base comunitária indígena, que pode ser considerado um instrumento para inclusão social e promoção do desenvolvimento sustentável, com plena participação da população no processo de construção, planejamento e organização da atividade turística (BRANDÃO, 2012).

Santos (2010) menciona que os povos indígenas apresentam o turismo em suas terras como um projeto inadiável. Na aldeia foco desta pesquisa, tanto o cacique quanto as artesãs consideram que tem atrativo para promover o turismo: atrativos como a boneca *Ritxoko* e outros produtos como visto anteriormente.

Conforme disposto, a Instrução Normativa 3/2015 considera o disposto no Decreto nº 5.051/2004 no Decreto nº 7.747/2012 e na Lei 12.593/2012, anteriormente abordados, e além da regulamentação da atividade em si, estabelece normas e diretrizes relativas à atividade turística (FUNAI, 2015b).

De acordo com esse documento legal, são objetivos da visitação turística em territórios indígenas: A valorização e a promoção do sócio diversidade e da biodiversidade, por meio da interação com os povos indígenas, suas culturas materiais, imateriais e o meio ambiente, visando à geração de renda, respeitando-se a privacidade e a intimidade dos indivíduos, das famílias e dos povos indígenas, nos termos por eles estabelecidos (FUNAI, 2015).

O que se pretende demonstrar com isso, é que há mecanismos legais para o incentivo ao turismo nas aldeias indígenas, ou seja, o que falta não são atrativos turísticos, mas investimento do poder público e cumprimento das leis para esse fim.

Após coletar os dados da pesquisa, foi possível identificar que a atividade do turismo em terras indígenas no Tocantins enfrenta dificuldades e que os atores envolvidos no processo na comunidade não possuem interesse de dar continuidade na produção dos objetos que marcam as suas tradições desenvolvidas ao longo do tempo e que sofrem o abandono do poder público devido um grande número de comunidades indígenas.

Durante a visita *in loco* muita observações foram capazes de perceber a forma de como o produto "boneca *Ritxoko*" está sendo produzida, principalmente que os jovens não apresentam interesse pela cultura local e que almejam se deslocarem para os grandes centros em busca de trabalho e de outra forma de se manterem, apesar da comunidade ter diversas formas de trabalho como a caça a

pesca, e um auxílio dado pela FUNAI - Fundação Nacional do Índio, as famílias, este Pago de forma periódica. Observa-se que as mulheres artesãs sabem do valor do produto da boneca, e que querem repassar para as demais, no entanto as crianças e jovens não demonstram interesse na prática de aprendizagem.

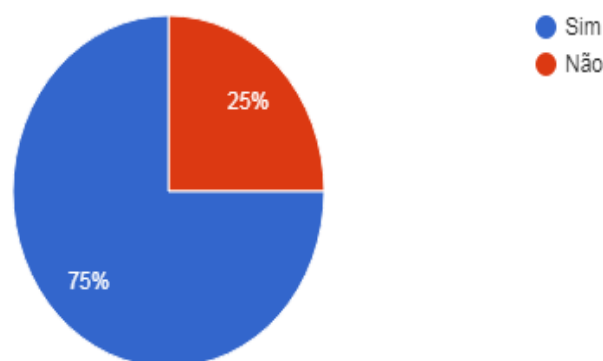
Após a realização da pesquisa ficou nítido que a boneca é tratada como patrimônio intangível ou imaterial, pela técnica de sua fabricação que envolve o saber fazer e a continuidade desta produção.

Os gráficos a seguir se referem ao questionário aplicado diretamente as artesãs e a entrevista com o líder político da comunidade Santa Isabel do Morro-TO, o cacique *Karajá*:

4.1 - Questionário aplicado com as artesãs da comunidade santa Isabel do morro:

1. Você tem conhecimento sobre a atividade do turismo na Ilha do Bananal?

4 respostas



O gráfico 1 representa que 75% das artesãs têm conhecimento da atividade turística na ilha e apenas 25% não tem conhecimento. Isso mostrar que o turismo pode ser mais explorado na região, no que tange a forma cultural ou de pesquisas.

2. A comunidade recebe turistas com frequência?

4 respostas

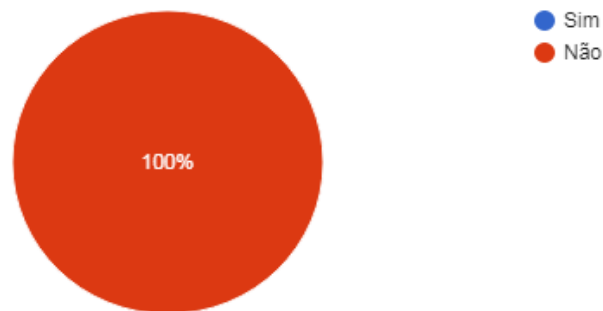


Gráfico 2: verifica que 100% das artesãs afirmaram que não há uma grande frequência de turistas na comunidade. Acredita-se que o cenário desta situação devido à falta de promoção da comunidade nos estados nas cidades e nos municípios em torno da ilha, isto é resultado ao difícil acesso até a comunidade. Onde a pequena presença de turistas é baseada no campo de pesquisa.

3. A Sra. produz a boneca desde quando?

4 respostas

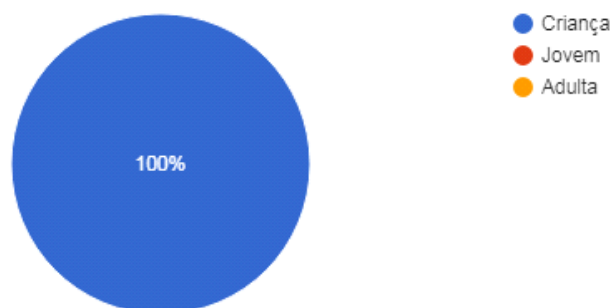


Gráfico 3: 100% das artesãs começaram a confeccionar a boneca desde criança. Isto se relaciona com o interesse em aprender a técnica de modelação e grafismo imposta pelas mães ou avós, este interesse nem sempre é favorável a todas as crianças.

4. Quem passou a técnica de confecção da boneca?

4 respostas

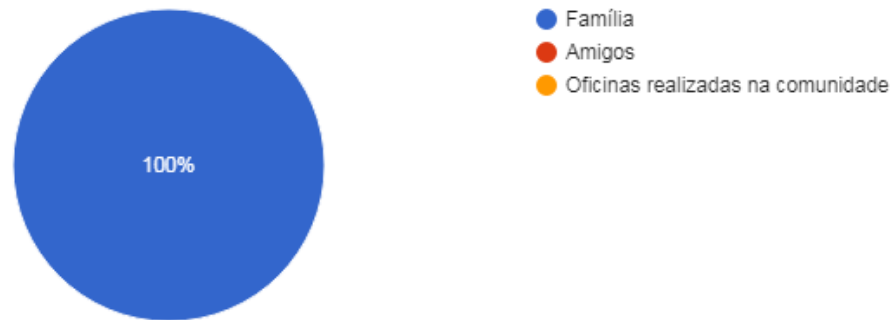


Gráfico 4: De acordo com a técnica de confecção da boneca, 100% das artesãs obtiveram Orientação e ensinamentos transmitidos pela família no que se refere a mulheres. Porém esta técnica transmitida entre as gerações está em fase de desaparecimento, devido ao pouco interesse das crianças em aprender a forma original de confecção da boneca.

5. O que representa a boneca Ritxoko para você?

4 respostas

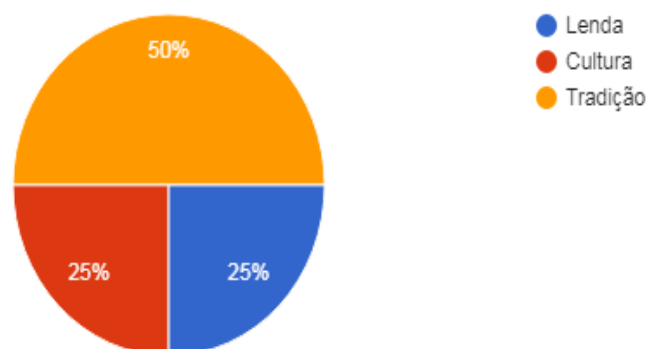


Gráfico 5; Apesar da grande representatividade cultural da boneca, 50% das artesãs afirmaram que ela é seguida por tradição do passado, 25% afirmaram que ela representa uma forma de manter a cultura, logo 25% afirmaram que a boneca *Ritxoko* é representada pela lenda local que é caracterizada pela figura de um animal em formato alienígena. Ou seja, a figura se baseia na tradição de tradição de representatividade seguida pela comunidade *karajá*

6. Todas utilizam a mesma técnica de confecção?

4 respostas

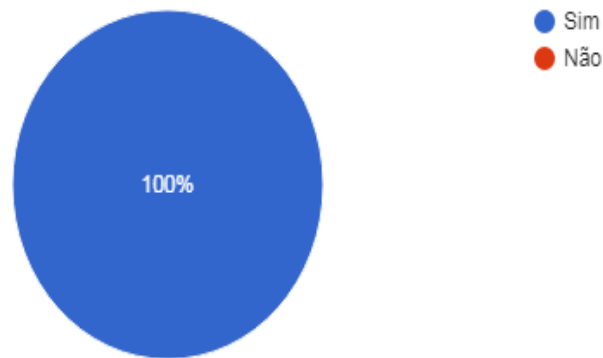


Gráfico 6:Analisou-se com o propósito de destacar que 100% das artesãs utilizam a mesma técnica de confecção e os mesmo materiais, no entanto o que diferencia o trabalho de confecção das artesãs de uma para outra ou de comunidade é o modo de fazer grafismo e os materiais que são as sementes de urucum e o jenipapo e as vezes utiliza-se tinta xadrez quando ocorre a falta das sementes a técnica é adornada por barro cru e cinzas e a diferença é percebida através da modelação e o modo de fazer grafismo .

7. Qual o valor de comercialização da boneca?

4 respostas

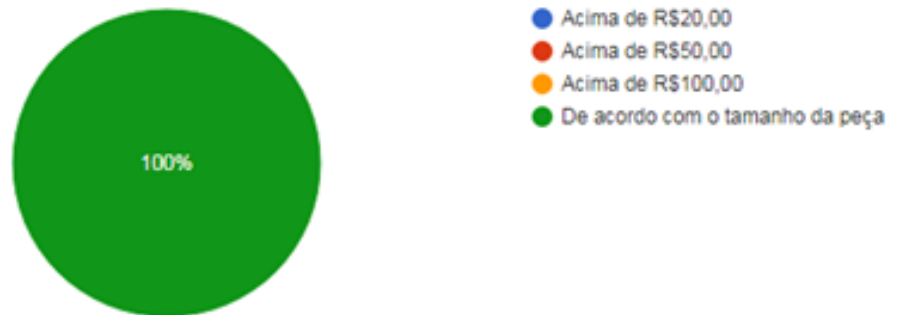


Gráfico 7: Identificou-se que 100% das artesãs comercializam a boneca tanto na ilha como em outras cidades e ao mesmo tempo todas se propuseram que o valor fossem sempre pelo tamanho de cada peça. A comercialização quando não feita na comunidade tem seu preço variado no que difere no grafismo e no tamanho da peça.

8. Como é realizado a promoção e divulgação da boneca nos centros comerciais?

4 respostas

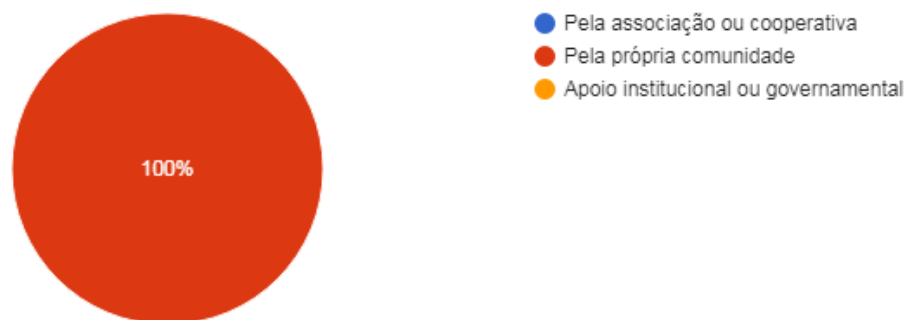


Gráfico 8: Este resultado apresenta que 100% das artesãs realizam a promoção e divulgação da boneca por conta própria e com auxílio da comunidade. As artesãs fazem este trabalho quando saem da comunidade em busca de recursos e auxílios e cuidados médicos específicos ou quando recebem turistas na comunidade.

9. Na sua opinião a boneca Ritxoko pode ser considerada um elemento que ajude a desenvolver a atividade turística na sua comunidade e região?

4 respostas

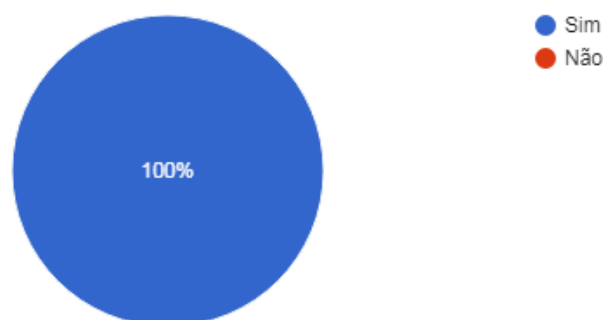
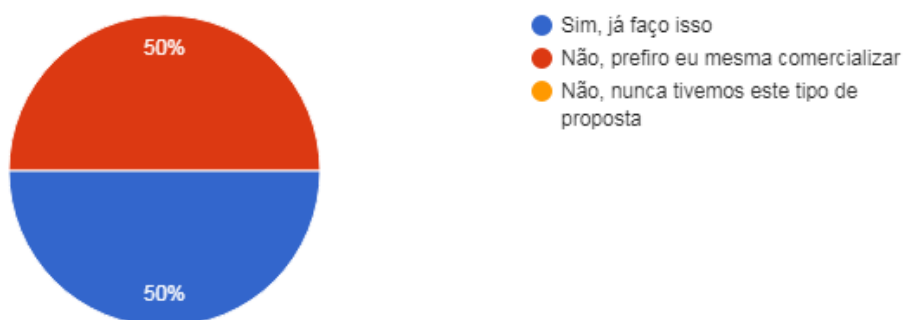


Gráfico 9: Conforme este gráfico todas artesãs foram unânime em considerar a boneca *Ritxoko*, como elemento fortalecedor da atividade turística e que tentam ajudar no desenvolvimento da comunidade. No entanto a região necessita sim de fomento para abrangência dessa atividade.

10. Você teria disponibilidade e interesse em produzir a boneca para que ela seja comercializada nos mercados e locais turísticos?

4 respostas



De acordo com o gráfico 50% das artesãs já possuem acordo de comercialização em pequena escala, geralmente entregando os seus produtos a atravessadores. Logo as outras 50% das artesãs preferem comercializar de forma partícula. Fica aqui um questionamento sobre esta produção, pois as artesãs necessitariam um apoio, capacitação e orientação para inserir e produzir em maior escala a boneca no mercado aberto do turismo, ou seja, lojas de souvenir, mercados e etc.

4.2 - Entrevista com o chefe político da comunidade (Cacique)

Ao realizar a entrevista com o cacique da etnia *Karajá* na comunidade Indígena Santa Isabel do Morro sobre o turismo o mesmo informou que é favorável a atividade turística e que o turismo representa fatores importantes, pois tem o poder de movimentar a economia e ao mesmo tempo divulgar a cultura local e ainda pode contribuir para o aspecto social quando acontece uma aproximação do turista como o índio. Questionado sobre a existência e importância dos atrativos turísticos na localidade o cacique falou que dentre as diversas atrações existentes na localidade tais como: a Ilha do Bananal com sua fauna e a flora com as ervas exóticas e o artesanato no caso a boneca *Ritxoko* é o mais expressivo, pois ele é reconhecido pela comunidade como elemento de tradição e que em sua opinião se melhor divulgado, e se não sofressem rejeição das pessoas nos municípios ao entorno da comunidade como o de São Félix do Araguaia-MT. Se não houvesse essa rejeição poderia de certa forma atrair mais turistas e desenvolver o turismo local.

Quando questionado em relação a uma maior produção da boneca para aumentar a comercialização ele se mostrou positivo a idéia, porém justificou que a comunidade não tem como dar suporte logístico para distribuir o produto em outras cidades e mercados, pois a comunidade tem apenas um barco adquirido com recurso próprio e que serve de transporte para assuntos ligados a saúde, dificultando assim a locomoção dos artesanatos.

Finalmente ao ser questionado sobre os entraves para o desenvolvimento do turismo na localidade e por que do artesanato da boneca está quase no anonimato, o cacique foi enfático ao dizer que inicialmente falta uma divulgação e promoção da comunidade e dos produtos artesanais produzidos por eles no próprio estado e nas regiões ao entorno é em seguida disse que o turismo ainda é muito incipiente e que apenas recebem visitantes para pesquisas.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando a boneca *Ritxoko* como um produto construído nas comunidades indígenas, o autor foi intuído a realizar a pesquisa no que se refere a promoção da mesma na prática do turismo cultural nas comunidades indígenas na comunidade Santa Isabel do Morro por perceber a riqueza do produto. Assim, os resultados na pesquisa elaborada na comunidade que a boneca pode ser transformada em um elemento fortalecedor do produto turístico no estado foram obtidos, porém este processo de inclusão ainda apresenta dificuldades permeando a falta de estrutura tanto para acessibilidade do turista na comunidade como para o transporte da comunidade e do próprio produto.

Analisando a situação em que vivemos, deparamos com muitos elementos da cultura brasileira com grande e pequena relevância e que na maioria das vezes chegam a ser ofuscadas. O produto produzido na Ilha do Bananal passa por momentos de fragilidades, pois não é dada a devida atenção e reconhecimento por parte da sociedade e de alguns órgãos relacionados turístico e culturais. Este trabalho tem a intenção de tentar colocar em evidência por um motivo particular bem como ampliar o conhecimento da boneca *Ritxoko* como elemento fortalecedor do produto turístico da presente na comunidade, pela forma de como o mesmo é produzido.

Na visita feita a comunidade observou-se precisamente a existência de outros tipos de elementos culturais, tais como celebrações e confecção de outros artesanatos, mas estes elementos apesar de terem fortes tradições na comunidade, não representam na opinião do pesquisador um produto com fortes marcas das tradições e marcas da comunidade tão ricos e importantes possam fazer parte da atividade turística, eles vão agregar valor ao destino. Com isso a concepção do desenvolvimento deste trabalho, tem perspectiva de promover e introduzir a boneca *ritxoko* como produto fortalecedor da atividade turística no estado.

O crescimento de um determinado local de interesse turístico está sujeito a diversos tipos de estratégias e características de acordo com a localidade, considerando que cada região possui características próprias que devem ser consideradas no âmbito do planejamento turístico, vale ressaltar a história indígena com sua vasta tradição cultural não as deixando em um possível anonimato.

Conclui-se assim que este trabalho teve seu objetivo alcançado, pois conseguiu realizar um levantamento sobre os aspectos culturais e turísticos existentes na comunidade Santa Isabel do Morro - Ilha do Bananal – TO, e perceber a importância dada e que permeia na maior parte da comunidade no elemento cultural boneca *Ritxoko*, percebendo assim que esta faz parte do acervo que a comunidade detém, necessitando assim de um melhor olhar dos gestores e mercado do turismo no estado do Tocantins.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros. **Estudo de competitividade de produtos turísticos**. Brasília, DF: SEBRAE, 2011.

BARBOSA, Y.M. **Conflitos sociais na fronteira Amazônica. O projeto Rio Formoso**. Campinas, SP: Papirus, 1996.

BISPO, Mariléia Oliveira. Cenários, olhares, tramas e cotidiano [manuscrito]: a educação ambiental à luz de distintas representações e territorialidades na Ilha do Bananal e entorno – TO. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2012.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. **Constituição da República Federativa, promulgada em 5 outubro de 1988**. In: Série Legislação Brasileira. OLIVEIRA, Juarez. São Paulo, Saraiva, 1988.

BRASIL. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo. Roteiros do Brasil: Conteúdo Fundamental: Turismo e sustentabilidade**. Brasília: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, 2007.

BRAYNER, Natália Guerra. **Patrimônio cultural imaterial: para saber mais**. Brasília, DF: IPHAN, 2007.

CERVO, A.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6ª ed.. São Paulo: Pearson, 2006.

FIGUEIREDO, Isabel et al. **Capim Dourado**. (2010). Design popular do Jalapão. Manejo comunitário sustentável. Disponível em: <<http://www.centraldocerrado.org.br/blog/wp-content/uploads/2009/03/catalogo-capimdourado.pdf>>. Acesso em: 11 jan. 2018.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC. 4 páginas. 1989.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

-heritage/list-of-world-heritage-in-brazil/#c154845>. Acesso em: Jul: 2017.

IPHAN, Patrimônio Imaterial: **O Registro do Patrimônio Imaterial: Dossiê final das atividades da Comissão e do Grupo de Trabalho Patrimônio Imaterial**. Brasília: Ministério da Cultura / Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 4. ed. 2006.

KOCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa**. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

KROEBER, A. L. and C. Kluckhohn, 1952. **Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions**. Campinas, SP: Papirus, 1996.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. - 5. ed. - São Paulo: Atlas 2003.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**, Rio de Janeiro, Zahar, 2006.

LIMA, Nei Clara de. Bonecas **Karajá como Patrimônio Cultural do Brasil: da pesquisa à salvaguarda**. (2015). Disponível em: <https://ndh.ufg.br/up/322/o/Artigo5.pdf?1453825313>. Acesso em Jun: 2017.

MAGNANI, Luís Antonio; XAVIER, Ana Maria. **Caminhos do Patrimônio Cultural: 3 Roteiros em São Paulo**. São Paulo: Via das Ideias, 2010.

MELLO, Janaina Cardoso. **ARTESANATO EM CAPIM DOURADO NA REGIÃO DO JALAPÃO – TOCANTINS: trabalho & indicação de procedência (IP) em tempos de globalização**. Revista de Ciências Sociais, nº 43, Julho/Dezembro de 2015.

MENDONÇA, Patrícia. **A caminhada de Tanyxiwè: Uma teoria Javaé da História**. 2008. f. Tese de doutoramento. Departamento de Antropologia da Divisão de Ciências Sociais. Universidade de Chicago. Chicago, Illinois. Agosto de 2008.

MYANAKI, Jacqueline. **Cultura e Turismo**. Ed. ver. e ampl. São Paulo: IPISIS, 2007.

NOGUEIRA, Michelle Resende de (2012). **As ceramistas Karajá e o registro de suas Ritxoko: relatos e experiências de pesquisa**. Disponível em: <https://ndh.ufg.br/up/322/o/Artigo6.pdf?1453825329>. Acesso em Jun: 2017.

NORBERT, Elias. **O processo civilizador**. São Paulo. Zahar, 2008.

ORIÁ, Ricardo. **Memória e ensino de História**. In: BITTENCOURT, Circe (org). **O Saber histórico na sala de aula**. 10. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

PORTO, Marconio Ferreira. **Processo do patrimônio no Tocantins**. Palmas. Universidade de Brasília/Minter, 2011.

RUSCHMANN, Doris. **Marketing turístico: um enfoque promocional**. Campinas: Papirus, 2000.

SEBRAE - **Turismo no Brasil: Termo de Referência para Atuação do Sistema** SEBRAE. Brasília: SEBRAE, 2010.

SILVA, Lidiane Rodrigues Campêlo da; et.al (2009). **Pesquisa documental: alternativa investigativa na formação docente.** Disponível em: <http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2009/anais/pdf/3124_1712.pdf> Acesso em: mai. 2017.

SCHMIDT, Isabel Belloni. **Etnobotânica e ecologia populacional de *Syngonanthus nitens***: sempreviva utilizada para artesanato no Jalapão, Tocantins. 2005. 91p. Dissertação (Mestrado em Ecologia) - Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2005.

UNESCO. **Lista do Patrimônio Mundial no Brasil.** Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasilia/culture/world-Resumo>> Executivo do Parque Nacional do Araguaia, Brasília, 2001.

ANEXOS



Fonte: Kassio, 2017



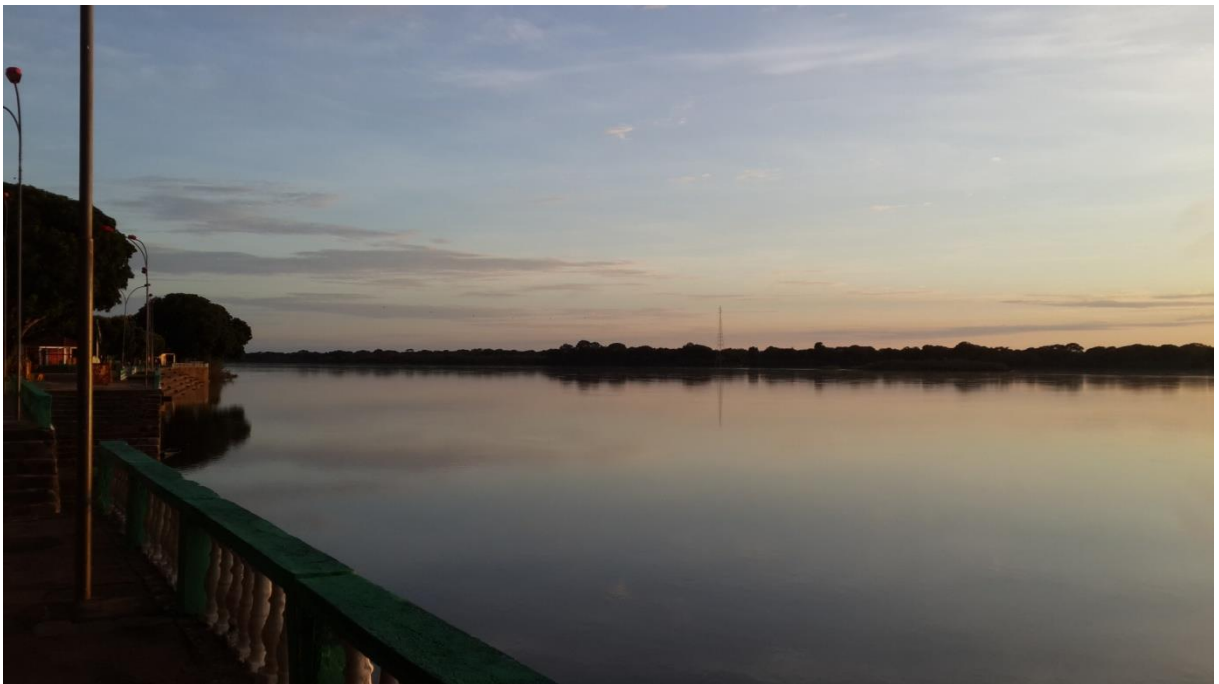
Fonte: Marcel Gauthier 2015



Fonte: Lilian Brandt 2014



Fonte: Bire karajá 2018



Fonte: kassio 2018

QUESTIONÁRIO APLICADO COM AS ARTESÃS DA COMUNIDADE SANTA A ISABEL DO MORRO - ILHA DO BANANAL-TO.

1. Você tem conhecimento sobre a atividade do turismo na Ilha do Bananal?

Sim

Não

2. A comunidade recebe turistas com frequência?

Sim

Não

3. A Sra. produz a boneca desde quando?

Criança

Jovem

Adulta

4. Quem passou a técnica de confecção da boneca?

Família

Amigos

Oficinas realizadas na comunidade

5. O que representa a boneca *Ritxoko* para você?

Lenda

Cultura

Tradição

6. Todas utilizam a mesma técnica de confecção?

Sim

Não

7. A boneca é comercializada na Ilha e fora dela, qual valor é cobrado pelo produto e quem o faz?

Acima de R\$ 20,00

Acima de R\$ 50,00

Acima de R\$ 100,00

De acordo com tamanho da peça

8. Como é realizada a promoção e divulgação da boneca nos centros comerciais?

Pela associação ou cooperativa

Pela própria comunidade

Apoio institucional ou governamental

9. Na sua opinião a boneca *Ritxoko* pode ser considerada um elemento que ajude a desenvolver a atividade turística na sua comunidade e região?

Sim

Não

10. Você teria disponibilidade e interesse em produzir a boneca para que ela seja comercializada nos mercados e locais turísticos?

Sim, já faço isso

Não, prefiro eu mesma comercializar

Não, nunca tivemos este tipo de proposta



Saberes e Práticas Associados aos Modos de Fazer Bonecas Karajá

Saberes e Práticas Associados aos Modos de Fazer Bonecas Karajá



Os Saberes e Práticas Associados ao Modo de Fazer Bonecas Karajá - patrimônio imaterial inscrito pelo IPHAN em 2012, no Livro de Registro dos Saberes - são uma referência cultural significativa para o povo Karajá e representam, muitas vezes, a única ou a mais importante fonte de renda das famílias. Atualmente, a confecção dessas figuras de cerâmica, denominadas na língua nativa de ritxòkò (na ala feminina) e/ou ritxòò (na ala masculina), é uma atividade exclusiva das mulheres e envolve técnicas e modos de fazer considerados tradicionais e transmitidos de geração em geração. Mais do que objetos meramente lúdicos, as ritxòkò são consideradas representações culturais que comportam significados sociais profundos, reproduzindo o ordenamento sociocultural e familiar dos Karajá.

Com motivos mitológicos, de rituais, da vida cotidiana e da fauna, as bonecas karajá são importantes instrumentos de socialização das crianças que se veem nesses objetos e aprendem a ser Karajá, recebem ensinamentos, conhecem as técnicas e saberes associados à sua confecção e usos. Por representarem cenas do cotidiano e dos ciclos rituais, elas portam e articulam sistemas de significação da cultura Karajá. A pintura e a decoração das cerâmicas estão associadas, respectivamente,

à pintura corporal dos Karajá e às peças de vestuário e adorno consideradas tradicionais. Indicativos de categorias de gênero, idade e estatuto social, a pintura e os adereços complementam a representação figurativa das bonecas, que identificam então “o Karajá” homem ou mulher, solteiro ou casado, com todos os atributos que “a cultura” cria para distinguir convencionalmente essas categorias.

O processo de confecção envolve o uso de três matérias-primas básicas: a argila ou o barro – suù (matéria-prima principal), a cinza (funciona como antiplástico), a água (umedece a mistura proveniente do barro e da cinza). Apesar de guardar algumas especificidades conforme as aldeias de Santa Isabel do Morro ou de Buridina, o modo de fazer ritxòkò consiste, basicamente, na extração do barro, preparação do barro, modelagem das figuras, queima e pintura. Enquanto o processo (criativo) ocorre por meio de um jogo de elaboração e variação de formas e conteúdos determinado pela experiência, a habilidade técnica e a preferência estética da ceramista pela combinação dos motivos temáticos e diversos padrões de grafismo aplicados, a função do objeto, o acesso às matérias-primas e aos recursos financeiros para compra de materiais, a exigência do mercado interno e/ou externo às aldeias, entre outros.

Modo de Fazer as Bonecas Karajá (Ritxòkò)



Mais do que objetos meramente lúdicos, as ritxòkò são consideradas representações culturais.



Patrimônio Cultural

Patrimônio Imaterial

Bens Registrados

Rtixòkò: Expressão Artística e Cosmológica do Povo Karajá



A Ritxòkò - Expressão Artística e Cosmológica do Povo Karajá foi inscrita no Livro de Registro das Formas de Expressão, em 2012, e é uma referência cultural

significativa para o povo Karajá e representam, muitas vezes, a única ou a mais importante fonte de renda das famílias. Atualmente, a confecção dessas figuras de cerâmica, denominadas na língua nativa de ritxòkò (na ala feminina) e/ou ritxòò (na ala masculina), é uma atividade exclusiva das mulheres e envolve técnicas e modos de fazer considerados tradicionais e transmitidos de geração em geração.

Mais do que objetos meramente lúdicos, essas bonecas são representações culturais que comportam significados sociais profundos, reproduzindo o ordenamento sociocultural e familiar dos Karajá. Com motivos mitológicos, de rituais, da vida cotidiana e da fauna, são importantes instrumentos de socialização das crianças que se veem nesses objetos e aprendem a ser Karajá, recebem ensinamentos, aprendem as técnicas e saberes associados à sua confecção e usos. Por representarem cenas do cotidiano e dos ciclos rituais, elas portam e articulam sistemas de significação da cultura Karajá e, dessa forma, são lócus de produção e comunicação dos seus valores.

A pintura e a decoração das cerâmicas estão associadas à pintura corporal dos Karajá e às peças de vestuário e adorno consideradas tradicionais. Indicativos de categorias de gênero, idade e estatuto social, a pintura e os adereços complementam a representação figurativa das bonecas, que identificam então “o Karajá” homem ou mulher, solteiro ou casado, com todos os atributos que a cultura cria para distinguir convencionalmente essas categorias.

O processo (criativo) de produção das Ritxòkò ocorre por meio de um jogo de elaboração e variação de formas e conteúdos determinado por uma série de fatores, como a experiência, a habilidade técnica e a preferência estética da ceramista pela combinação dos motivos temáticos e dos diversos padrões de grafismo aplicados, a função do objeto, o acesso às matérias-primas, entre outros aspectos.

Modo de Fazer as Bonecas Karajá (Ritxòkò)



Por representarem cenas do cotidiano e dos ciclos rituais, elas portam e articulam sistemas de significação da cultura Karajá.

