

# SOBRE A LOUÇA, O LINHO E A REDE: PROCESSOS CONTEMPORÂNEOS DE CONSTRUÇÃO DE VALOR ENTRE ARTESÃS DE ALCÂNTARA (MA)

Raquel Gomes Noronha

## RESUMO

Neste artigo, buscamos mapear e analisar os processos de atribuição de valor aos artefatos produzidos artesanalmente por três povoados do município de Alcântara, MA. A *louça*, o *linho* e a rede – formas nativas de se nomear a produção cerâmica de Itamatatiua, a tecelagem com a fibra do buriti em Santa Maria e a tecelagem das redes de dormir em Brito, respectivamente – fazem parte do sistema simbólico-cultural destes povoados, e além de uma forma de geração de renda, são também saberes e fazeres tradicionais ligados ao território étnico de Alcântara, seja por meio dos recursos naturais utilizados para sua produção, seja pelas condições climáticas que regulam o tempo da produção artesanal. Trabalhamos com a hipótese de que o artesanato contemporâneo é nascido para circular e com isso está aberto a novas representações além das construídas a partir da sua produção – porque as próprias condições atuais de produção já foram construídas a partir de relações de um mercado globalizado.

## PALAVRAS CHAVE

Valor. Artesanato. Consumo.

## ABSTRACT

In this article, we map and analyze the value attribution processes of the handmade artifacts produced by three villages in the Alcântara municipality in the state of MA. The *louça* (tableware), the *linho* (linen) and the hammock – native ways of naming the ceramic production in Itamatatiua, the weaving with “buriti” fiber in Santa Maria and the weaving of the hammocks used for sleeping in Brito, respectively – are a part of the symbolic-cultural system in these villages. They are a way of generating income and are also traditional knowledge and practices linked to the ethnic territory of Alcântara, be it through natural resources used for their own production or through the weather conditions that regulate the time of the handmade production. We work with the hypothesis that states that contemporary handicraft is subject to circulation and with that it is open to new representations other than the ones created due to its production – because the actual current production conditions were created from an already globalized market.

## KEYWORDS

Value. Handicraft. Consumption.

## 1 Introdução

Neste artigo, buscamos mapear e analisar os processos de atribuição de valor aos artefatos produzidos artesanalmente por três povoados do município de Alcântara, MA. A *louça*, o *linho* e a rede – formas nativas de se nomear a produção cerâmica de Itamatatua, a tecelagem com a fibra do buriti em Santa Maria e a tecelagem das redes de dormir em Brito, respectivamente – fazem parte do sistema simbólico-cultural destes povoados, e além de uma forma de geração de renda, são também saberes e fazeres tradicionais ligados ao território étnico de Alcântara, seja por meio dos recursos naturais utilizados para sua produção, seja pelas condições climáticas que regulam o tempo da produção artesanal.

Enquanto artefatos destinados à venda, poderíamos, a partir da teoria marxista, reforçar o caráter do artesanato como *mercadoria* e a sua inserção na economia de mercado, igualando-o a qualquer artefato produzido industrialmente para este fim. Neste percurso, as mercadorias são atreladas ao dinheiro, ao mercado e ao *valor de troca*, ligadas à forma de circulação dinheiro-mercadoria-dinheiro, sendo esta uma das definições da fórmula geral do Capitalismo. Neste sistema, a importância da mercadoria reside na conversão de seus atributos funcionais em valor de troca e a sua equivalência em capital – a mensuração do seu valor em dinheiro. Em sua dialética, Marx nos propõe que a mercadoria se caracterize como tal em sua potencial permutabilidade, e que suas qualidades funcionais, estéticas e simbólicas unifiquem-se no valor de troca, fazendo da sua produção o lugar privilegiado da construção deste valor.

Em nossa análise, buscamos observar o processo produtivo das comunidades arte-

sãs de Alcântara em um momento anterior ao da *permutabilidade* em si, abrangendo em nossa discussão as representações das artesãs e seu imaginário sobre o consumo de seus artefatos, suas memórias sobre as experiências de venda, e o papel dos agentes externos às comunidades em suas cadeias produtivas. Pretendemos, na perspectiva que Arjun Appadurai (2008) nos aponta, avançar na discussão sobre o artesanato em sua *sociabilidade*.

Nosso esforço é pensar o artesanato não apenas como uma mercadoria, o que implica aprisionar todas as tensões e produções de sentido sobre este artefato, produzido em condições específicas, e reduzi-lo ao fato de que são destinados à venda, negando todas as relações simbólicas estabelecidas no seu processo produtivo e no seu consumo. De fato, durante nossa pesquisa em Alcântara, percebemos esta destinação ao mercado, mas também percebemos uma série de representações das artesãs que se constroem para além do valor de troca – valores percebidos e construídos nas relações sociais que se estabelecem há décadas – ou mesmo séculos – que tornam estas produções artesanais fator fundamental para a reprodução social destas comunidades. Em uma proposta de análise social, ainda que a destinação destes artefatos seja a venda, propomos ir além do valor de troca, observando as estratégias de atribuição de valor das artesãs em seu imaginário sobre os seus produtos e sobre quem os consomem e suas supostas motivações e pulsões para o consumo.

Lançaremos mão dos estudos de Néstor García Canclini (1983) sobre o artesanato no México para entendermos melhor as relações sociais estabelecidas nas instâncias da produção e do consumo destes artefatos; das reflexões de Appadurai para pensarmos sua trajetória, pensando os artefatos não como

mercadorias, mas em seus *contextos mercantis* e suas *histórias de vida*. Segundo o autor, as coisas têm uma vida e podem transitar dentro e fora do estado de mercadoria.

Ao buscarmos identificar os valores atribuídos aos artefatos pelas artesãs, estamos trabalhando com um *sistema de representações* (HALL, 1997), construído a partir de uma abordagem discursiva. Nesta análise, a nossa própria intervenção na comunidade, como pesquisadora, integra este sistema, pois o que é representado pelas artesãs nos incluirá, então serão representações sobre representações. Este sistema, assim como a atribuição de valores, se estabelece em dois momentos. O primeiro, no ato da troca, com a presença dos produtos prontos, entre os diversos agentes envolvidos: as coisas em si, os integrantes da equipe de pesquisa, as artesãs e suas representações sobre os consumidores de seus artesanatos e os agentes que participam das suas cadeias produtivas. O segundo momento é anterior à troca, que é a própria constituição das representações das artesãs sobre o seu fazer e das suas relações com outros agentes envolvidos nas cadeias produtivas, que constituem o seu imaginário sobre os seus artefatos e as fazem produzir da forma como produzem, criando coisas a partir de seu referencial simbólico-cultural.

O *sistema de representações*, portanto, na definição de Stuart Hall, se constitui não por conceitos individuais, mas pelas diferentes formas de organizá-los, agrupá-los, arranjá-los e classificá-los, e pelas complexas formas de se estabelecer relações entre tais conceitos. Para o autor, representação é uma prática, uma espécie de trabalho, em que se utilizam objetos materiais e efeitos. Mas o significado não depende dos atributos materiais do signo, mas da sua função simbólica. (HALL, 1997, p. 25).

Os *sistemas de representações* das artesãs de Alcântara não são construídos de uma forma homogênea e endógena a cada povoado. A atribuição de valores ao artesanato está ligada a um imaginário sobre o seu consumo, construído a partir de uma série de categorias nativas e conceitos introduzidos por agentes externos, em relações nas quais os povoados nos quais os artesanatos são produzidos travam um embate, nos níveis discursivos e da práxis. São gestores e consultores de projetos do SEBRAE, pesquisadores, designers, a vendedora da loja de artesanato da sede Alcântara, os compradores que chegam aos povoados buscando os produtos, entre outros.

As disputas que se estabelecem entre o conhecimento técnico dos gestores e o conhecimento tradicional das artesãs refletem-se nos artefatos e na sua visualidade, nas suas características funcionais e estéticas, nas estratégias adotadas pelas artesãs para representarem o que produzem, e temos assim um artefato que não se traduz apenas em um uso, em sua equivalência em dinheiro ou nas relações de poder estabelecidas entre os agentes da cadeia produtiva, mas em um emaranhado de significados traduzidos em um sistema de representações de valores, de diversas naturezas.

Pensar as representações das artesãs sobre o artesanato que produzem pela perspectiva foucaultiana implica reduzir as subjetividades às formas discursivas, deixando-as serem construídas a partir de generalizações, como o discurso das artesãs, o discurso das agências de gestão e fomento, o discurso da pesquisadora, entre outros. As subjetividades, frutos da inserção dos sujeitos em sua cultura, ficariam subjugadas às normas e leis do discurso, sujeitos às relações de poder, que subjazem às práticas culturais. Na visão crítica de Hall, na abordagem foucaul-

tiana da representação, os sujeitos até podem produzir textos particulares, mas estão sempre operando no limite da *epistème*, no regime da verdade, um sujeito que é sujeito do e ao discurso (HALL, 1997, p. 55).

Com isso, pretendemos ampliar a discussão sobre o *valor* do artesanato, deslocando do âmbito econômico e das relações de poder o foco da discussão, trazendo-a para o campo da construção das identidades. Entendendo a produção artesanal como forma cultural, podemos debruçar-nos sobre os processos simbólicos, além dos econômicos e de poder que se estabelecem durante a sociabilidade do artefato.

Um sistema de representações se estabelece a partir destes artefatos que, ao nosso olhar, já são produzidos para a diáspora. A definição de representação que Hall nos oferece, como um processo pelo qual os membros de uma cultura usam a linguagem para produzir significado, nos traz a possibilidade de considerar que não há nada fixo, final ou que represente uma verdade. Trabalhamos com esta hipótese – que o artesanato contemporâneo é nascido para circular e com isso está aberto a novas representações além das construídas a partir da sua produção – porque as próprias condições atuais de produção já foram construídas a partir de relações de um mercado que vai além das relações locais. Não há garantias de que a produção de sentido será a mesma durante as relações estabelecidas no trânsito deste artefato, que haverá um equivalente simbólico para representá-lo em outra cultura. Não queremos dizer que a inserção do artesanato no mercado é um fenômeno contemporâneo, o artesanato de Alcântara sempre foi comercializado. O que mudou foi o uso atribuído ao artefato e a escala de comercialização, do âmbito local para o nacio-

nal, e até internacional. Nos aprofundaremos nesta análise a seguir.

## 2 A produção para o trânsito

Sabemos que o que analisamos nos discursos e práticas das artesãs é uma atribuição de sentido, dentre muitas possíveis. Na visão de Hall, “o significado depende da relação estabelecida entre as coisas no mundo – pessoas, objetos e eventos, reais e ficcionais – e o sistema conceitual, que pode operar como suas representações mentais.” (HALL, 1997, p.18). Para Canclini (1983), na contemporaneidade, o artesanato deixa de ser consumido pelo seu valor de uso, pela funcionalidade, pela utilidade que tinham originalmente para as comunidades produtoras, e passam a ser consumidos como objetos de decoração, pelo seu significado simbólico. Nas palavras do autor,

[...] se a panela e o chapéu artesanais existem na moradia urbana, não é devido à sua utilidade mas por seu valor decorativo, não se espera deles que desempenhem um papel no espaço da prática doméstica mas sim no tempo que atribui o sentido à vida pessoal e familiar. (CANCLINI, 1983, p.107)

O que Canclini nos indica ter acontecido no México também pode ser observado entre os três grupos pesquisados em Alcântara, porém em um estágio mais adiantado no processo que o autor nomeia *trânsito intercultural*. Em Santa Maria, Brito e Itamatitua o artesanato, em geral, não é utilizado pelas comunidades produtoras, que relatam um processo de descontinuidade do uso dos artefatos e localizam o tempo do uso no passado. O que observamos é um processo acentuado de atribuição de valores simbólicos ao artesanato produzido pelas próprias

artesãs, e não somente por quem “tradicionalmente” os consome e ressemantiza a sua utilização, como os turistas, os decoradores, os consumidores em geral. Hoje, quem mais usa os artefatos – no sentido stricto do termo – são seus consumidores, e não seus produtores. Sobre a questão da recepção do artesanato, segundo Ricardo Gomes de Lima, é importante nos determos em delinear o mercado, a tratá-lo de forma heterogênea, para entendermos os direcionamentos estético-formais que as artesãs imprimem à sua produção. O encaminhamento dado pelo autor à questão aponta para uma submissão estética das artesãs às demandas do mercado. Em suas palavras,

Devemos indagar justamente acerca desta questão: até que ponto direcionar uma produção artesanal de cunho tradicional para atender a determinado segmento do mercado não é submeter a estética da produção a uma estética particular de recepção, (...)? Até que ponto não estamos cerceando a estética primeira, da produção, ao submetê-la à estética da recepção, podendo, assim, possibilidades de abertura de canais de criação de agentes sociais que dão forma aos objetos? (LIMA, 2010, p.29)

Ao que foi dito por Lima, acrescento que esta adequação ao mercado vai além de uma submissão estética da produção, mas refere-se a um processo mais amplo, de negociação entre as artesãs e os agentes envolvidos em suas cadeias produtivas. A produção artesanal é boa para pensar os processos de ressignificação identitários, que vão além dos discursos sobre autenticidade e pureza da cultura popular. Como nos aponta Hall, é no âmbito da cultura popular que se estabelece um território no qual as transformações sociais acontecem (HALL, 2009 p.232)

Em Itamatatiua, povoado remanescente de quilombos com cerca de duzentos anos de existência, a produção artesanal é considerada baixa atualmente, em comparação com outros períodos em que o uso da cerâmica era uma prática entre a própria comunidade e os povoados mais próximos. Itamatatiua era fornecedora de potes para Alcântara e outros municípios da Baixada Maranhense. Como a água não era encanada, havia necessidade do armazenamento da água retirada de poços nos grandes potes de cerâmica que eram produzidos em Itamatatiua, secularmente. Na fala da artesã observamos as mudanças desde a década de 1970, quando houve uma drástica diminuição nas vendas de *potes*:

Pesquisadora: O que vocês mais faziam nesse tempo?

Artesã 1: A gente fazia mais era pote, né?

Pesquisadora: Porque vocês faziam pote?

Artesã 1: Porque pote era o que dava, né?! (...) Porque o pote, a gente viu que tinha muita saída, né?! Porque a gente, era todo mundo, levava pra tirar água. Depois, começou o plástico, e todo mundo só queria balde, era mais leve. A água encanada também... Aí caiu mais o pote. Aí a gente resolveu fazer travessa, panela, copo...

Artesã 2: (...) Assim era. Ele [o comprador/atravessador] garrava, comprava tudinho, pagava e comprava tudinho, eu criei meus filhos foi só com isso aqui: louça... Vendia pra tudo, pra Bequimão, pra Pinheiro... O pote saía era quente [do forno] pro carro...

Nos dias atuais, o *pote*, um vaso com grandes dimensões, chegando a ter 80 cm de altura, não é mais utilizado pelos compradores para o armazenamento de água, mas para a decoração de jardins, em projetos de decoração. A substituição do *po-*

te pelo balde de plástico pode ser observada na própria sede da Associação de artesãs, na qual se utiliza o utensílio industrializado para armazenar o barro amassado.

Em um momento de conversa informal com as artesãs, elas nos contavam sobre a pousada de Itamatatiua, que estava fechada há alguns anos e agora a “Associação” estava “tomando de conta”, por uma decisão da própria comunidade. Durante a conversa, elas demonstravam uma profunda preocupação com os custos para renovar o enxoval da pousada, e nos chamou a atenção a decisão de comprar as louças “brancas” para a pousada, por uma questão de *status* que a louça industrializada representa perante a louça de barro. Perguntamos por que não faziam de barro, já que esta é uma das encomendas mais corriqueiras que elas recebem (fazer aparelhos de jantar para pousadas e restaurantes), e elas se mostraram surpresas e desconcertadas com a proposta. Com este fato, iniciamos uma conversa sobre a utilização do artesanato pela comunidade, passando pela questão do gosto pessoal e às suas representações sobre a destinação do produto artesanal:

Pesquisadora: Você usa em casa as coisas que faz?

Artesã: Não... Não dizem que em casa de ferreiro usa espeto de pau? Não tem esse dizer? Não uso nadinha... Nem pra enfeitar. Pra não dizer que não tenho nada, eu tenho uma farinha...

Pesquisadora: Mas por que não usa?

Artesã: É por que assim, quando a gente fala que vai fazer um conjunto lá pra casa, aí chega outra pessoa e compra, aí todo tempo faz, faz... Faz mas vende. Mas eu gosto... Eu tinha uma tigela que eu comia... Mas no tempo dos meus pais que trabalhavam em roça, eles usavam só coisa de barro, era fogareiro

de barro, caldeirão de barro pra fazer arroz, era tudo... Aí tinha prato de barro, esse copo de barro, tigela de barro que a gente levava pra roça. E aí agora que ninguém quer, ninguém usa... Só usam agora coisas de louça... Tem que comprar... É por isso que as coisas tão caras. A gente sabe fazer as coisas, né? Mas vai comprar na loja...

Com este depoimento, propomos uma reflexão sobre o artesanato como um índice de *outro tempo* na comunidade na qual é produzido. Ao falarem do *valor de uso* dos produtos artesanais, as artesãs se remetem a um tempo passado. Hoje, o que valorizam é a louça comprada na loja, e chegam a achar graça quando percebem que um comprador pretende utilizar de fato o produto, como no caso das bilhas, travessas, ou panelas, e não como *enfeite*, objeto de decoração.

É importante ressaltarmos a presença desta categoria *enfeite*, como algo deslocado do funcional, como nos apontou Canclini, no início deste item. Quando a artesã reconhece uma segunda atribuição do artesanato, a de *enfeite*, ela assume pelo menos duas dimensões de valor de seu artesanato, uma que é a funcional e utilitária – o uso – e a segunda referenciada em um aspecto emocional – o decorativo, o belo. Quando perguntamos se ela acha bonito o que produz, responde que sim, mas que a prioridade do artesanato é a venda. O que observamos aqui é um deslocamento do lugar de enunciação da artesã, que nesta conversa passa da condição de produtora para a de consumidora, mas rapidamente retoma à primeira posição, quando percebe a possibilidade de vender o seu produto que sai do seu estado de contemplação na casa da artesã rumo a seu contexto mercantil.

Um dos aspectos identitários do artesanato de Alcântara pauta-se nesse movimen-

to de ressemantização da categoria marxista de *uso*, que congela o signo *uso* nos aspectos funcionais e utilitaristas do artefato e na sua conversão em mercadoria. No processo de atribuição de valores que nos propomos desconstruir, o uso é múltiplo e não se encerra nos aspectos funcionais. Os *usos* são negociados a partir da *encomenda*, mesmo que haja um portfólio definido pelas artesãs, ou peças prontas para serem adquiridas na loja. O *uso* – ou parafraseando Appadurai – “o destino da coisa” se estabelece na relação entre produtores e consumidores, no deslocamento do artefato e no seu trânsito intercultural, nas múltiplas representações que se cruzam na sua vida social.

Em Santa Maria, comunidade que se estabeleceu no início do século XX em Alcântara, e que teve o artesanato da fibra de Buriti introduzido por migrantes de outros povoados na década de 1970, há uma produção artesanal bastante estruturada e direcionada ao mercado e ao turismo, em comparação com os outros povoados. As artesãs possuem uma pasta com a ficha técnica de cada produto, bastante detalhada com formato, esquema de uso de cores, tabela de precificação, construída com a consultoria do SEBRAE.

As artesãs desenvolvem produtos além dos solicitados nas encomendas e mensal-

mente enviam para a loja de artesanato na sede do município de Alcântara. Utiliza-se de utensílios de medição como régua e trenas, além de contarem os fios *botados*<sup>1</sup> nos teares para que as peças tenham um padrão de formato, saiam na *metragem*<sup>2</sup>, com simetria na utilização de cores. Recebem *feedback* da vendedora da loja quanto aos comentários dos clientes, sobre o que mais agrada, as críticas (raras, segundo elas) sobre o acabamento dos produtos, dicas das cores que são mais procuradas e realimentam a sua produção a partir destas referências. Já receberam encomendas maiores, de empresas como a Natura, e fazem parte da rede de parcerias do Instituto Meio, que intermedia contratos de comunidades artesãs com empresas interessadas em adquirir e comercializar *produtos da sociobiodiversidade*<sup>3</sup>, enfatizando a responsabilidade social e ambiental. Representam o “artesanato maranhense” em diversas feiras de Turismo em todo o Brasil sempre convidadas pelo SEBRAE.

Durante o período que passamos no povoado e visitamos as casas das artesãs, observando os momentos de trabalho para identificarmos as etapas de sua cadeia produtiva, um fato nos chamou a atenção: algumas artesãs declararam ter vergonha de usar os seus produtos. Observemos a fala:

1. *Botar* significa o processo de colocar os fios no tear, e é uma etapa comum às cadeias produtivas de Santa Maria e Brito.

2. Categoria nativa para designar as peças feitas em série que obedecem à um padrão de medida, solicitado pelo cliente.

3. Designação adotada pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário para classificar os produtos com identidade cultural local. Lia Krucken (2009) nomeia tais produtos como *terroir*. “Podemos traduzir a categoria *terroir* como produto com identidade local, mas manteremos o uso da forma francesa, pela própria identidade com a categoria território e a conotação simbólica nela contida, assumindo assim uma dimensão mais ampla, contemplando os aspectos sociais, as relações com a biodiversidade do território, e as dimensões culturais, relacionadas aos saberes e fazeres tradicionais, constituindo-se como um patrimônio (KRUCKEN, 2009 *apud* NORONHA, 2011, p.121)”.

Artesã 1: Quando a gente vai à Alcântara [na sede do município] a gente vê aquelas mulheres, todas chiques, né, aí elas bota uma sacola de linho, chega, sai “toda, toda”... Aí nós fica só olhando... Pra gente usar? A gente tem até vergonha...

Pesquisadora: Mas por que tem vergonha?

Artesã 1: Sei lá, acho que é porque a gente é acostumado com elas... Eu acho, porque vejo assim as artesãs, eu acho difícil ver uma que tem uma sacola... Mas uma sacola dessa eu duvido que ela [uma artesã] agarre assim, igual que a gente vê lá em Alcântara, as mulheres chegam vão que vão...

Artesã 2: Eu acho. E as pessoas dão muito mais valor, né. Quem compra.

Artesã 1: E não é isso que eu tô dizendo? Eu acho que sim, porque a gente só produz assim porque sabe que essa é a renda da gente, sabe? Mas geralmente quando a gente vê o trabalho dos outro assim, a gente tem uma vontade, e a gente não, acho que a gente já se acostumou, só bater e mandar pra loja pra vender, mas não tem aquela vontade, de querer né, pra ter pra gente.

Uma forma de falarem sobre a não utilização do artesanato é atribuir a sua destinação à loja, à venda para o *outro*. Ao associarem a produção do artesanato à geração de renda, dão ênfase ao valor econômico e ao potencial de mercadoria do artesanato. Observamos que a artesã reconhece que “as pessoas dão muito mais valor”, quando se referem a um valor que é simbólico, materializado na auto-estima, por ser “chique”, *status* alcançado pelo uso de um produto artesanal, feito manualmente, atributos extremamente valorizados e ressemantizados com o uso contemporâneo do artesanato.

Parece incompatível a possibilidade de uso das sacolas para as artesãs, chegam a dizer que acham feio e se surpreendem ao

perceberem a utilização de seus produtos pelas “turistas”. Uma artesã nos conta uma passagem em que foi confundida por uma pessoa de Alcântara com uma “turista” quando ia para São Luís, no *ferryboat*, pois utilizava uma sacola de *linho*. Enquanto consumidoras, a partir deste lugar de fala, não atribuem utilidade ou qualquer tipo de valor simbólico ou emocional positivos. Este comportamento revela um etnocentrismo, pois evidencia o fato de não considerarem o que produzem como **algo digno de provocar desejo**, e conseqüentemente ser um signo que se converta em dinheiro em um contexto mercantil. Acham curioso que alguém *de fora*, uma turista, se sintam bem, “toda, toda”, ao utilizarem os seus produtos. O fato de sentirem vergonha de usar o seu produto aproxima-se da necessidade percebida em Itamatatiua de utilizarem louças brancas na pousada. Não representam seus produtos a partir de valores emocionais positivos. Demonstram surpresa em perceber que o sistema de representação que constroem sobre o seu produto encontra-se em direções opostas ou ao menos conflitante com os dos *outros*.

Durante a pesquisa em Alcântara, observamos que a funcionalidade que estes artefatos supostamente teriam na vida cotidiana das comunidades já fora há muito tempo perdida, ou substituída por utensílios industrializados. A produção artesanal contemporânea de Alcântara é uma produção para o *outro* (NORONHA, 2011), cercada por cuidados estéticos, como uso de cores, acabamento e formato, direcionados para o consumidor, por meio da *encomenda*.

O valor de uso do artesanato de Alcântara não é convertido em valor de troca na instância da sua permutabilidade, mas o artesanato aqui já *nasce* para a troca. O seu *uso* é traçado no seu projeto, antes de exis-

tir propriamente. A sua “vida social”, a sua trajetória, é muitas vezes definida na negociação entre as artesãs e os designers que “criam” novos produtos ou “qualificam” produtos criados por elas; entre as artesãs e os gestores que analisam tendências de moda e de mercado para “direcionarem” a produção; entre as artesãs e os compradores que definem conjuntamente uma *encomenda*, ou mesmo pelos compradores que já chegam com o produto definido, apenas para as artesãs executarem.

Sobre a atividade projetual das artesãs, encontramos importantes reflexões nas pesquisas de Paulo Keller, sobre as cadeias produtivas do artesanato em fibra de buriti em Barrerinhas e Tutóia (MA). Nas palavras do pesquisador,

O trabalho do artesão não se define apenas pelo uso das mãos ou um simples trabalho manual e sim envolve a capacidade de projetar e criar objetos a partir de elementos da cultura e o domínio ou arte do saber fazer aquele artefato em particular. O fazer artesanal envolve assim um processo produtivo e criativo. (KELLER, 2011, s/p)

Esta visão corrobora o papel ativo das artesãs, mesmo em condições de extrema negociação em que muitas vezes às artesãs são submetidas. É de extrema importância a discussão sobre o papel do designer nestes processos. Há estudos mais aprofundados sobre este assunto em Borges (2011), Keller (2011), Lima (2010) e Noronha (2012).

Podemos dizer, amparados por Hall, Canclini e Appadurai, que a produção artesanal que analisamos já *nasce* na diáspora, em trânsito. Deslocado de uma função específica, este artefato *nasce, vive* e transita a partir de uma série de relações sociais que se estabelecem a partir de sua existên-

cia – conceitual e material – e dos papéis que exercem nas sociedades contemporâneas, como o da sua materialidade reguladora de tempo e espaço.

O artesanato enquanto uma categoria definida por determinados parâmetros como a destinação ao uso pelas comunidades produtoras, a reprodução de um saber e um fazer tradicionais parece-nos, hoje, um significativo deslocado de seus significados, já ressemantizados e mais livres de uma origem e de uma função específica. Pensar o artesanato em diáspora nos permite ampliar uma concepção mais tradicional de sua identidade, e mapeá-la a partir de referenciais múltiplos, fora de uma tradição específica e em diversos processos de tradução cultural.

### 3 Para além do uso: ressignificando a necessidade

No capítulo *Trocar*, do livro *as Palavras e as coisas*, Michel Foucault discorre sobre a formação do valor e evidencia a capacidade das coisas serem substituídas – representadas – por outras perante a iminência da troca. Dizer que uma coisa vale algo, significa que pode ser substituída por outra coisa no ato da troca. O autor nos aponta a possibilidade de que o valor de alguma coisa não se estabeleça apenas no ato da troca, mas é anterior a ela; é necessário que as coisas existam já carregadas de valor. Afirma ainda que o valor só existe no interior da representação, na atribuição de sentido, que é construído na troca e na permutabilidade (FOUCAULT, 1999, p.263). O aparente paradoxo que se cria nos é interessante para deslocarmos a nossa análise do uso do artesanato como uma necessidade *a priori* para que sua produção se desencadeie e nos deixa atentos a outras formas de valor que po-

dem ser evocadas e atribuídas ao artesanato antes da troca em si, em um estágio que Foucault designa como “a raiz, o primeiro grito que dera nascimento às palavras antes mesmo que a linguagem tivesse nascido” (*op.cit*, p.264).

Em sua análise, Foucault recorre à formação dos discursos para pensar o que subjaz ao sujeito na atribuição de valor, ampliando o conceito de necessidade, incluindo-se a *precisão*, a *utilidade*, o *gosto* e o *prazer*. O desejar algo se assemelha à linguagem, um sistema de representações, que é construído a partir de referenciais que não são apenas individuais, mas construídos a partir das sobreposições e acúmulos, designações e julgamentos dos agentes envolvidos na sua construção.

O que tem *valor* é definido por Foucault como aquilo que satisfaz a uma necessidade, e sabemos que esta necessidade, na visão do autor, é constituída a partir de discursos sobre a necessidade, obedecendo às regras e às leis nas quais foram constituídos. O valor do artesanato se constrói a partir das relações que se estabelecem entre os agentes e a capacidade dos artefatos de abrigarem na sua materialidade uma série de significados – os artefatos têm significados e produzem representações.

O autor nos aponta que a capacidade de algo valer alguma coisa consiste na sua substituição por determinado signo que tenha um significado para determinado grupo, como exemplifica com a moeda: um pedaço de metal, que é *precioso* porque tem um *preço*, e este preço varia durante os séculos, podendo valer o que pesa em termos de metal precioso – uma visão do significante – e o que vale além do próprio peso, uma representação de um signo real – uma visão que além de considerar o significante, o metal precioso, incorpora um elemento de

significação que transcende o aspecto econômico e se amplia rumo aos significados simbólicos, compartilhados culturalmente.

Propomos pensar a construção do valor do artesanato como um sistema de representações, cujas representações envolvidas vão além das relações de poder que constituem os discursos, perpassando as identidades e as subjetividades dos agentes que participam do processo e, como Hall nos aponta, são constituídas por elementos fragmentados, hibridizados, descolados de uma relação estável de tempo e espaço. Assim, pensamos o valor como uma categoria construída culturalmente, e não apenas no âmbito da economia ou de uma forma de poder.

O *desejo* pelo artesanato contemporâneo pode ser imaginado a partir da exacerbção do apego ao local, à raiz, no âmbito da “pós-modernidade global”, nas palavras de Hall. O autor nos aponta que, ainda que o liberalismo e o marxismo, em suas diferentes críticas, apontavam para um desenraizamento das identidades em busca de um ideal de universalidade e valores mais cosmopolitas e universais, o que acontece é um revival do “local” a partir da circulação das pessoas e, no nosso caso, dos artefatos também – identidades extremamente ligadas à sua origem, mais sem a pretensão de retornar a ela, em um irrevogável processo de *tradução* (HALL, 2001).

Olhando as identidades pela perspectiva de Hall, podemos pensar o consumo do artesanato e o artesanato em si, em sua sociabilidade, para além dos processos de valoração considerados por Foucault e Marx. O primeiro, ao considerar a atribuição de valor como relações assimétricas de poder enfraquece o papel dos sujeitos como agentes e a possibilidade de negociações – o papel da identidade – como pontos de identificação e de sutura, impedindo que os vestígios da diferença

sejam identificados, ficando sempre camuflados pelas instâncias discursivas.

O segundo, aqui já atualizado por nossas leituras de Hall e Canclini, ao assumir a constituição do valor de troca na instância da permutabilidade e não da produção, não considera o projeto da mercadoria que antecede à sua produção. Em sua abordagem materialista, a partir da infraestrutura, fica difícil conceber uma existência conceitual de um artefato. É no seu processo de formalização que os valores vão sendo atribuídos. Os valores simbólicos existiam sim – *fetichizando* a mercadoria – na constituição do valor de troca, na entrada da mercadoria na sua vida mercantil, como observa Appadurai.

Em um breve percurso a seguir, propomos observar que além dos valores atribuídos ao artefato na instância da permutabilidade, no contato com o outro, havia valores sendo atribuídos *a priori*, antes mesmo da existência material do artefato, inaugurando a etapa de *projeto* dos artefatos. Este processo é fruto das grandes transformações ocorridas no século XX, com as especializações no campo da produção. A inserção do designer nas cadeias produtivas do artesanato tem um grande impacto na construção do valor, mas este é um assunto sobre o qual não nos debruçaremos aqui.

Com a manutenção das estruturas de classe do capitalismo, a Escola de Frankfurt lança seu olhar à superestrutura, criticando as novas relações estabelecidas com o triunfo da burguesia, a partir da atualização dos modos de produção. Sobre a atribuição de valor aos artefatos, em suas reflexões sobre a obra de arte na era da reprodutibilidade técnica, Walter Benjamin (1994) tem um importante papel em nossa discussão, pois analisa o processo de reprodução e alienação da obra de arte, que deixa de ter uma

existência única, uma “quintessência transmitida pela tradição” e pela propriedade, para lançar-se à exposição perante a massa.

Na reflexão do autor, a arte emancipa-se do ritual, das referências espaciais e temporais, para fundar-se em outra *práxis*, a política. O *valor de culto* é paulatinamente substituído pelo *valor de exposição* – a obra de arte passa a ter uma conotação política, as audiências passam a ser orientadas sobre o que pode e deve ser visto a partir de um recorte, a partir de uma edição. Mais especificamente falando sobre as grandes narrativas modernas, da qual faz da produção artesanal uma metáfora, o autor critica a supressão do tempo, tão fundamental ao processo de acúmulo e releitura da tradição, das diversas camadas de saberes que são adicionadas para a sua construção. No processo de globalização, que Hall nos descreve, observamos uma tentativa de recompor certos fragmentos desta tradição, não na tentativa de recompô-los em sua totalidade, mas de “editá-los”, como Benjamin previu anteriormente, fazendo deste pastiche uma das possíveis versões para a constituição dos seus valores, considerando o artesanato em sua sociabilidade.

Ao longo do século XX observamos as transformações dos processos produtivos, e as especializações de papéis sociais na produção de artefatos. Já na década de 1950, quando C. Wright Mills assistiu, assombrado, ao papel do designer na sociedade norte-americana, e teceu uma série de considerações diferenciando o trabalho deste profissional e do artesão, buscava, com isso, estabelecer limites entre a produção com destino ao mercado capitalista, e uma produção cuja principal característica era a não-existência de um “motivo ulterior para o trabalho além do produto que está sendo feito e o processo de sua criação” (MILLS,

2009, p.76). Como Canclini observou no final da década de 1970 no México, e nós, em Alcântara em 2010, este traço considerado um diacrítico por Mills hoje já não distingue uma e outra forma de produção.

Este processo histórico ao qual nos tivemos muito rapidamente, e requer futuros aprofundamentos, é importante para justificar nossa opção teórico-metodológica de considerar o artesanato em diáspora, em uma tentativa de pontuar momentos de ruptura da vida social dos artefatos, mostrando o processo de descentramento dos seus “usos originais” e do deslocamento do processo de atribuição de valor na instância da permutabilidade, ampliando nossa análise para o momento anterior ao da troca, reforçando a hipótese inicial que os artefatos nas comunidades de Alcântara já “nascem” em trânsito.

#### 4 O artesanato de Alcântara na Pós-modernidade

Pensar o processo de circulação de artefatos artesanais na contemporaneidade implica que definamos o que entendemos por pós-modernidade. Quando propomos pensar o artesanato como um *sujeito da diáspora*, em uma aproximação do artefato com um sujeito pós-moderno, estamos considerando que este artefato seja também um sujeito construído a partir de novas relações de sociabilidade e de identidade construída sobre muitos referenciais, deslocamentos entre tempo e espaço, como foi possível observar no percurso do artefato durante o século XX.

As novas relações que se estabeleceram na produção e no consumo do artesanato proporcionam novas relações e, conseqüentemente, representações sobre o seu papel social. O uso e o *não-uso* pelas arte-

sãs, o *pote* que serve para armazenar água ou serve de *enfeite*, são representações que se constroem a partir das relações estabelecidas entre produtores, consumidores e o próprio artefato. Neste item, propomos, a partir de características da própria pós-modernidade, nas definições de Hall, observar e analisar as subjetividades das artesãs em relação aos artefatos que produzem.

Entre as artesãs de Alcântara é possível identificar uma série de representações que qualificam a necessidade da utilização de seus produtos, o que a produção artesanal representa na vida comunitária, e as referências às diversas dimensões de valores que são atribuídos à produção artesanal. O conjunto de representações das artesãs quando são organizados, hierarquizados e analisados de determinada forma – a forma a qual nós nos propomos a classificar – é o que transforma este conjunto de representações em um sistema de representações, conforme a definição de Hall. Na análise é preciso que tomemos as nossas próprias representações como parte deste sistema, já que estas representações (nossas e das artesãs) foram construídas a partir da nossa relação.

A primeira ressalva que faço, sobre o “eu” que escreve, é o fato que nos possibilita pensar o artefato como um sujeito de uma forma quase que naturalizada: ser designer. Essa posição nos possibilita pensar o artefato em sua forma conceitual, antes de sua existência formal. Parece-nos familiar considerar o processo da matéria à forma como uma realização conceitual de um plano, um projeto, preexistente ao artefato em si. É possível acionar a qualquer momento um ponto da sua cadeia produtiva a fim de entender os processos de atribuição de valor operados pelas artesãs. Metodologicamente este fato é importante porque possibilita a decomposição do artefato em seus múltiplos

tiplos valores, e assim, como Hall nos propõe que seja o sujeito pós-moderno – “conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente” (HALL, 2001. p.12) – a identidade do artesanato é também “uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelos quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (op. cit).

Nesta abordagem subjetiva, propomos pensar o artesanato como sujeito, constituído identitariamente na pós-modernidade. A partir da fragmentação das representações sobre o artesanato, deslocando-o do aspecto moderno e tradicional do *uso* e da *troca*, propomos uma abordagem mais ampla da categoria *valor*. Lia Krucken nos oferece uma metodologia para análise de produ-

tos *terroir*, com a estrutura analítica da *Estrela de valor* (KRUCKEN, 2009, p. 28). Considerando os objetivos deste artigo, limitados por prazos e formato, e não desconsiderando a imensa possibilidade de classificação e hierarquização das representações das artesãs sobre os valores atribuídos aos artefatos, optamos pelo uso da *Estrela de valor* como uma estratégia conveniente de análise, porque engloba as principais dimensões que pudemos identificar durante a pesquisa. Outras nomenclaturas e possibilidades de classificação são possíveis, mas por hora, nos restringiremos a estas.

Posicionamos diversas frases das artesãs entre as seis categorias de *valor* enumeradas pela autora, que além do valor econômico, inclui o ambiental, o funcional, o emocional, o simbólico-cultural e o social (figura 1):

Figura 1

Representações sobre o artesanato a partir das categorias da Estrela de valor.



Podemos observar que as representações das artesãs sobre alguns aspectos de sua produção artesanal localizam-se em diversas esferas do valor, que vão além do valor de uso e valor de troca. Assumimos o valor como categoria que extrapola o âmbito econômico e do poder, e se espalha para diversas instâncias das vidas dos indivíduos, assim como o conceito de necessidade, que extrapola a *precisão* e a utilidade dos artefatos e chega aos limiares do desejo, do gosto e do prazer.

Ao definirmos as frases, em meio a muitas páginas de transcrições de entrevistas e anotações de diário de campo, para exemplificar nossa proposta de análise do *valor*, estamos evidenciando nosso lugar de fala enquanto pesquisadores e, portanto, apresentando uma seleção que é fruto de um objetivo específico e um recorte que reflete as nossas concepções sobre cada uma destas dimensões de valores, uma *edição*, um recorte específico de tudo que foi pesquisado. Assim, somos nós mesmos agentes e sujeitos de nossa própria análise, que reflete as nossas representações sobre o que estamos propondo para a discussão.

Desta forma, continuaremos nossa análise pela explicação do que entendemos sobre cada uma das dimensões de valor propostas por Krucken, e como e porque alocamos estas frases nas esferas de valor propostas na classificação, evidenciando os contextos de produção de sentido das frases. Lançaremos mão de fatos e conversas que durante a pesquisa de campo nos possibilitaram escolher estas frases e não outras, para constituirmos o que estamos chamando de identidade do artesanato na pós-modernidade.

#### 4.1 O valor ambiental como a representação do natural

Falar dos aspectos ambientais quando tratamos de produtos *terroir*, significa ir ao cerne da sua definição: produto ligado ao território. O valor ambiental é aludido pelas artesãs a partir do material que utilizam, e a forma de tratamento à que são submetidos. Surgem principalmente em Santa Maria onde o artesanato tem uma ligação direta com o meio ambiente, cuja matéria-prima do artesanato provém da palmeira do buriti. Estamos também realçando uma importante questão tratada por Hall, sobre as identidades culturais na pós-modernidade, que é o processo de *tradução*.

Em nossas conversas sobre as *encomendas* do artesanato, o valor ambiental surge na forma da busca pelo produto com tingimento natural, proveniente da utilização de corantes como o açafraão (amarelo), o urucum (laranja), o salsão (verde), o mangue e a cinza (marrom). O uso do corante natural é muito procurado pelos consumidores por meio do apelo da responsabilidade ambiental. Ao comprarem um produto como as sacolas ou jogos americanos de Santa Maria, além do apelo da responsabilidade social, compram-se a aproximação da natureza por intermédio dos corantes naturais. Sobre este tema, observemos a conversa:

Pesquisadora: O que vocês acham que é diferente no artesanato de vocês?

Artesã: É o colorido e o linho... A gente trabalha com o linho e elas [de Barreirinhas] trabalham com a borra...

Pesquisadora: Então, da onde que surgiu a ideia de colorir?

Artesã: É porque como a gente tem a menina que trabalha na loja, ela vê o que o turista diz, aí o pessoal do SEBRAE pesquisam na

internet também, por que a gente ainda não tem acesso à internet. Aí pesquisa: olha, esse ano o forte é o colorido, é o forte é o bem vermelho... Aí a gente vai fazer da forma que tá. Pesquisadora: E os corantes, como vocês escolhem?

Artesã: Antes a gente só usava os naturais... Mas depois o SEBRAE trouxe a anilina... Aí ficou bem colorido... Mas tem encomenda que só pode usar os naturais... Tem gente que gosta só de mangue e natural... O pessoal gosta muito só de natural...

Sobre o uso dos corantes observamos as representações das artesãs construídas a partir de representações de agentes que participam da cadeia produtiva. Quando continuamos a perguntar sobre o motivo pelo qual as pessoas gostavam mais do natural, a líder do grupo, respondeu-nos com um exemplo. Contou que a empresa Natura havia entrado em contato com o grupo, solicitando uma encomenda de cinquenta sacolas, todas com fio tingido com mangue e com fibra natural, sem tingimento. E que nesta encomenda não podiam usar corante artificial, só os corantes naturais, porque isso tinha a ver com o projeto deles (Natura).

Observamos nesta passagem duas situações em que a produção das artesãs fica submetida às representações de outros agentes, externos à comunidade. A primeira delas quando o SEBRAE introduz a utilização da anilina, inserindo na cadeia produtiva um novo elemento, que passa a caracterizar a produção artesanal de Santa Maria. Consideremos ainda na fala, como as artesãs se valem desta característica do uso da cor para diferenciarem o seu produto dos produzidos em Barreirinhas, além da utilização do *linho* (parte mais delgada da fibra do buriti) em detrimento da *borra* (fibra *in natura*), resultando em um produto mais

fino, mais delicado do que o produzido na comunidade concorrente.

Outra questão importante é como a informação sobre o mercado chega até as artesãs. Elas, mesmo sem terem internet, estão conectadas a estes sistemas globais de consumo, por meio da pesquisa que a vendedora da loja de Alcântara realiza empiricamente, exercendo um papel de mediadora entre as artesãs e os consumidores, a nível local, e o SEBRAE a nível global, trazendo as tendências de moda e das feiras de turismo. Observemos que há diversas camadas de informação que se acumulam, fruto de processos etnocêntricos, traduções por sobre traduções, que são interpretadas a partir do que as artesãs representam sobre os seus artefatos.

Para concluirmos este item, retomamos o trecho “Mas tem encomenda que só pode usar os naturais...”. Na *encomenda*, o estopim da produção, que é a presença da vontade e o gosto do consumidor na comunidade, mesmo que ele esteja há quilômetros de distância, o verbo *poder*, em sua condição de restrição, dá o tom da relação assimétrica estabelecida entre quem compra e quem produz. Para que a encomenda satisfaça o gosto do outro, as artesãs abrem mão do colorido que tanto valorizam e que consideram um traço diacrítico de sua produção.

Na ocasião da análise de suas cadeias produtivas, as artesãs reconheceram o caráter valioso da tintura natural, e cogitaram o aumento do preço destas peças, já que acrescentam mais uma etapa na sua cadeia, a extração, tratamento e manipulação dos pigmentos, antes do tingimento propriamente dito. Cogitam a criação de um “selo”, que diferencie o produto com o tingimento natural, prevendo que esta informação seja preciosa para o consumidor, fruto de uma destinação *a priori* ao trânsito intercultural.

## 4.2 O valor emocional como a representação da auto-estima

Como valor emocional, pretendemos mapear as representações das artesãs sobre seus gostos pessoais a partir de dois lugares de fala: artesãs-produtoras, artesãs-consumidoras. Ao transitarem entre estes dois lugares, vimos representações que oscilam entre o gostar e o não gostar, o sentir orgulho e o sentir vergonha.

Durante a pesquisa, houve um momento de reunião entre as artesãs das três comunidades, e durante uma das etapas do trabalho, convidamos as artesãs a “vender” o seu produto. Solicitamos que cada grupo apresentasse e falasse sobre as principais características dos seus produtos. Nos momento da “venda”, as artesãs buscaram enfatizar as qualidades emocionais positivas da sua produção caracterizando o seu lugar, o território no qual aquele artefato é produzido.

Artesã, de Santa Maria: E o bater deles [de Barreirinhas] lá não é como o daqui. O bater, eles não une. É falta de não querer bater pra economizar fibra. Não unir, economiza fibra e faz o trabalho mais rápido. Economiza mão-de-obra. Com o tempo ele quebra, porque a palha quebra.

Enquanto produtoras exaltam características positivas da sua produção, demonstram como o seu artesanato está ligado ao lugar, e até mesmo à identidade étnica, e enfatizam que o uso do seu artefato é destinado ao outro. Quando perguntamos à mesma artesã se ela usa a sacola que produz, remete o uso de seu produto ao outro, demonstrando uma baixa auto-estima e declara ter vergonha do produto, como já demonstramos anteriormente:

Artesã, de Santa Maria: Quando a gente vai a Alcântara [na sede do município] a gente vê aquelas mulheres, todas chiques né, aí elas bota uma sacola de linho, chega, sai “toda, toda”... Aí nós fica só olhando, pra gente usar? A gente tem até vergonha...

Pesquisadora: Mas por que tem vergonha?

Artesã: Sei lá, acho que é porque a gente é acostumada com elas... Eu acho, porque vejo assim as artesãs, eu acho difícil ver uma que tem uma sacola... Mas uma sacola dessa eu duvido que ela [uma artesã] agarre assim, igual que a gente vê lá em Alcântara, as mulheres chegam vão que vão...

Observamos aqui o que Hall descreve em processos de homogeneização cultural, como uma nova articulação entre o local e o global. Sem tratar esta questão de uma forma *naif*, como se na pós-modernidade as identidades locais fossem absorvidas pelo consumo global, pensamos este processo como uma forma de negociação e estratégia de permanência no mercado das artesãs. Ao enfatizarem o caráter local e territorial do artesanato, criam um carimbo e etiquetas para mostrar e comunicar ao mundo que seus produtos são locais. Na hora em que propomos a conversa sobre a utilização da produção por elas, deslocam a atribuição do uso para o mercado, para as outras mulheres. Nas palavras de Canclini:

Um tarasco jamais precisará assinalar a origem das panelas ou nos jarros que ele produz para utilizar com seus iguais. A inscrição é necessária para o turista que misturará esta cerâmica com as que foram compradas em outros lugares, sendo que o mais significativo é a distinção social, o prestígio de quem esteve em tais lugares para comprá-las, do que os próprios objetos. (1983, p.106)

O seu produto é feito para o outro. E o inverso também acontece, enfatizando o caráter contraditório e descentrado da pós-modernidade. Durante a conversa sobre este assunto, perguntei de que tipo de bolsa elas gostavam, e elas me mostraram bolsas de couro, com aplicações em metal, e mesmo cópias de grifes famosas. O não uso e a vergonha de usar o artesanato revelam

Figura 2  
Clichê de identificação da origem da cerâmica, valorizando a identidade local



a face oposta do apego e valorização do local pelo mercado global e a consequente valorização do artesanato pelos “consumidores globais”; as artesãs também se inserem na globalização como consumidoras, só que pela via oposta, pelo consumo de “produtos globais”, advindos das linhas de produção chinesas, que chegam maciçamente aos lugares mais distantes do globo.

Figura 3  
Duas globalizações: artesanato tradicional, desejos globais



#### 4.3 O valor simbólico-cultural como a representação da tradição

Os valores simbólico-culturais referem-se às representações sobre outros tempos na comunidade, o artesanato ligado à tradição e à identidade do local. Como o local mais antigo é Itamatatua, foi lá que encontramos maior referência a estes valores. É quando encontramos referências sobre a identidade étnica remanescente de quilombos, é quando o artesanato liga-se a um passado e a um saber tradicional, considerado pela artesã como uma herança.

Para exemplificar esta dimensão, vamos recorrer a uma ocasião em Itamatatua

quando conversávamos sobre a pintura a frio das peças cerâmicas. Esta técnica consiste em pintar a peça já queimada com tinta acrílica ou tinta para tecido, fazendo desenhos e grafismos de acordo com o gosto do artesão. No meio acadêmico e entre os especialistas da área esta técnica é considerada uma intervenção “negativa” na cerâmica considerada tradicional, pois encobre as marcas da queima artesanal. A técnica mais adequada, segundo os especialistas, é a técnica da vitrificação, que consiste em uma pintura da superfície da peça cerâmica já queimada com óxidos, seguida de uma nova queima, daí ser conhecida também como pintura a quente.

Uma artesã de Itamatatiua, diz que é de interesse do grupo aprender a segunda técnica, mas esbarram no entrave do controle da temperatura do forno, que varia na queima de determinados óxidos. Como a técnica de queima é tradicional, com o uso de lenha, fica difícil controlar a temperatura depois que o forno é fechado e a lenha acesa. A técnica da pintura a frio é bastante utilizada e as artesãs se dividem quando perguntamos por que pintam e se gostam do resultado. Sobre este processo, observemos a discussão:

Artesã 1: Aí, depois que o SEBRAE veio a gente não fazia assim em grupo; a gente fazia nas casa de gente. Ai depois que o SEBRAE veio organizar a gente e a gente ganhou essa sede... O SEBRAE que disse pra gente pintar as peças pra ficar melhor, que os turistas gostam...

Artesã 2: Mas tem turista que não gosta não, que dizem que gostam mais da queimada, e das manchadas do fogo mesmo, porque são tradicionais daqui de Itamatatiua...

Artesã 1: É, varia, cada qual gosta de um jeito. É bom a gente ter na loja de todo tipo, mas os turistas às vezes gostam da boneca pintada, mas também gostam da tradicional do quilombo...

As artesãs de Itamatatiua demonstram em suas falas que percebem o valor atribuído à identidade do produto pelos consumidores. Observam as preferências de consumo porque elas próprias têm a sua loja e com isso entram em contato direto com o comprador de seus produtos. O *outro* para quem produzem está mais próximo, podem conversar com ele e saber de suas preferências. As representações sobre o *tradicional* e o *quilombo* surgem a partir do que o *outro* valoriza em sua produção. A estratégia

da qual se valem é ter os dois tipos de boneca, uma visão mercadológica de atender ao gosto de quem compra.

Este contato com o outro, o encontro com o diferente, e a própria eminência da produção para o trânsito, produz representações híbridas, permeadas por outras representações externas à comunidade. A identidade do artesanato, por mais que recorra ao passado para afirmar a tradição, é constituída com o reconhecimento da diversidade e da heterogeneidade de representações que pousam sobre o artefato. Quando nomeamos esta produção artesanal de contemporânea, estamos enfatizando estes aspectos ligados à diferença e à transformação, como Hall nos orienta.

Artesã: A cerâmica de lá é muito boa, Itamatatiua é manual e Rosário é na forma. A gente tem que vender, por que é desse que a gente tira o sustento, que a gente tirou para criar os nossos filhos, se não vender, fica difícil de comprar qualquer coisa. Nossa mãe que ensinou, nossa avó, é uma herança e nunca tem que terminar, é uma herança muito boa e todo mundo gosta das peças da gente.

O gostar das peças é associado à *herança*, ao saber que é passado de geração em geração. O caráter da produção manual é ressaltado em relação à produção da cidade de Rosário, onde a cerâmica é produzida no torno. No depoimento da artesã, encontramos uma recorrência da representação sobre o caráter geracional da produção e o orgulho do trabalho e do sustento da família fazendo *louça*:

Artesã: Aprendi a cerâmica com minha mãe, quando eu tava com 11 anos a minha mãe era viva. Quando eu tava com 12 anos a minha mãe morreu, aí eu já sabia fazer várias

coisas, já sabia fazer o pote, o jarro. Quando eu tinha 18 anos meu pai faleceu, mas como eu já era dona da minha venta, já me responsabilizava por minhas despesas. Aí depois arranjei filho e marido, comecei a fazer louça, vendia, adquiria dinheiro e comprava as coisas do meu filho. Por isso tenho maior orgulho e nunca largo de fazer, por que foi uma coisa muito importante pra mim, criei meus filhos foi fazendo louça. Por isso que gosto e nunca deixo de fazer, só depois de morrer. É uma coisa muito importante.

Nas falas das artesãs observamos a repetição do *gosto* e do *orgulho* associados à herança e ao fato de terem conseguido criar os filhos com a produção cerâmica. A auto-estima é alimentada com o fato de terem conseguido satisfazer a uma *necessidade* a partir do que aprenderam com os antepassados, e pelo fato de isso ser reconhecido pelo *outro*, no seu gostar.

#### 4.4 O valor social como a representação do trabalho

A dimensão social do valor surge nas relações estabelecidas entre as artesãs e o artesanato como regulador do cotidiano, na divisão das tarefas do lar e o trabalho com o artesanato, a organização da família entre o artesanato e a roça, o tempo dedicado à atividade e a remuneração – o artesanato como o trabalho destas mulheres. Aqui as representações sobre o artesanato estão ligadas a questões bastante pragmáticas. A produção do artesanato apresenta-se de forma enraizada, ancorada à estabilidade e à solidariedade comunitárias.

Em Brito, o menor grupo de artesãs que pesquisamos, onde a produção é, na melhor das hipóteses, quatro a cinco redes por mês, toda atividade é realizada pelas mulheres, exceto a compra da matéria-prima que também é feita pelo marido de uma das artesãs, quando viaja para a capital. Lá, fica claro o papel do artesanato como uma atividade feminina, da qual os homens não participam.

Artesã: Lá tem pouca mulher mesmo... o resto tudo é só homem, e disseram que não queriam fazer porque não é serviço de homem, é de mulher, ai só têm nós, até quando nós puder.

Em Itamatatiua, a ajuda masculina é pouca, quase nenhuma, restringe-se apenas ao trabalho de retirar o barro do campo, que é uma atividade remunerada, para a qual as artesãs contratam de dois a três homens, uma vez por ano, para executá-la. Na fala das artesãs, muitas delas viúvas, o papel do artesanato figura como única fonte de renda para o sustento dos filhos:

Artesã 1: Aqui só tem viúva... não dependemos de homem pra nada. O trabalho é todo feito por nós. A maioria criou os filhos sozinha.

Artesã 2: De vez em quando meu filho ajuda, mas é muito difícil. Tinha um homem que participava, mas ele montou uma olaria e saiu... O artesanato daqui quem faz é mulher... Difícil não ter uma aqui que não tenha criado os filhos com os potes...

Já em Santa Maria, a participação dos homens é maior. Na forma de *ajuda*, os homens participam desde a extração do *olho*<sup>4</sup>

4. Parte central da copa da palmeira, com as folhas novas, ainda fechadas. É do *olho* que se extrai a fibra, que depois de tratada (*riscada*), oferece o *linho* para a confecção do artesanato.

do buriti até o acabamento, e a participação masculina aumenta quando há alguma *encomenda*. Além dos homens, toda a família participa do acabamento quando há uma grande *encomenda*, inclusive uma artesã colabora com outra, revelando a solidariedade entre as artesãs:

Artesã 1: Quando tem encomenda, a casa fica sem varrer, o comer sem fazer... E meu marido me ajuda, né? Eu fico aqui atrás no tear, e nem chego em casa. Ele que varre, que cozinha, cuida das crianças. Quando tem encomenda é assim...

Artesã 2: O meu marido tira o olho, ajuda no riscamento e no emendamento. É uma boa ter um marido assim...

Nos povoados de Alcântara o papel social do artesanato está associado à geração de renda, e também como elemento de coesão social. A participação da família nos momentos em que chegam as *encomendas* é fundamental para o cumprimento dos prazos de entrega, que geralmente são muito curtos, não respeitando o tempo normal de todas as etapas da cadeia produtiva. A solidariedade entre as artesãs também é percebida nos momentos de grande produção.

Durante a estadia em Santa Maria, presenciemos uma situação que reflete o papel do artesanato como regulador da solidariedade comunitária. Estávamos caminhando com uma artesã quando encontramos outra artesã indo para São Luís ficar com a filha que estava hospitalizada. Naquela semana, haveria a entrega que as artesãs fazem à loja. Mensalmente elas produzem determinada quantidade de jogos americanos e sacolas, para deixa-

rem em consignação na loja da sede do município. Como iria para São Luís, a artesã não teria tempo de finalizar a sua produção. A outra artesã pegou todas as peças, ainda sem acabamento e se propôs a terminá-las. Quando a artesã se foi, perguntamos como elas fariam com o pagamento das peças, já que ambas teriam trabalhado. Ela respondeu que o trabalho não era seu, era da outra artesã, que ela só estava *ajudando*, que naquele momento era a filha da outra que estava doente, e em outra ocasião poderia ser a filha dela.

Percebemos durante muitas situações que o artesanato também tem um importante papel na solidariedade que regula as relações sociais, e seu valor não reside apenas em uma equivalência em dinheiro. Entre as artesãs a ajuda com a produção alheia mostra a força que a associação tem na comunidade. Não é o artesanato de uma ou outra artesã, é o artesanato de Santa Maria e de Itamatatua.

Em Brito, não há formalização de uma associação ainda que seja o único povoado em que a produção é realmente coletiva: cada artesã executa parte das etapas da cadeia produtiva, e em uma rede podem trabalhar até quatro artesãs. Como o fluxo de comercialização é pequeno, porque a produção é mais recente e ainda pouco organizada, observamos a preponderância da necessidade financeira sobre a força do grupo:

Artesã: (...) E aí ficamos, porque a S. arranjou de se empregar, por que ela tava com uma conta pra pagar... Nesse outro seminário<sup>5</sup>, parece que nós já tava em nove, aí saiu, eu não sei, vendo assim acho que só tem eu e R. O negócio é o seguinte, elas querem traba-

5. A artesã refere-se a um momento durante nossa pesquisa, em que nos reunimos na sede de Alcântara, nos dias 10 e 11 de dezembro de 2010. Estivemos presentes pesquisadores e sete representantes de cada comunidade para discutirmos as cadeias produtivas, geração de renda e os processos de valoração do artesanato.

lhar em uma coisa que receba logo. Mas nem todo trabalho hoje tem a condição da pessoa começar e ter logo o resultado imediato...

Desta forma a dimensão social do valor atribuído ao artesanato perpassa a categoria *necessidade* que aqui aparece com a conotação da *precisão*. O artesanato é forma de sustento, artesanato é trabalho.

#### 4.5 O valor econômico como a representação do preço

Durante a pesquisa tratamos da questão da atribuição de preço aos produtos. Indagamos como eram atribuídos os preços, se elas conseguiam incluir no preço o tempo trabalhado, os custos da matéria-prima e dos tingimentos, do trabalho terceirizado na extração da matéria-prima, entre outros.

Em Itamatatiua encontramos a forma mais aleatória de atribuição de preço, na qual as artesãs simplesmente atribuem o preço pelo tamanho da peça, e a partir de seus parâmetros ponderam se é caro ou barato. Neste momento observamos uma grande contradição no processo de construção deste artefato diaspórico: o produto é para outro, o preço é para elas.

Em Santa Maria, por outro lado, a precificação foi construída a partir da consultoria recebida pelo SEBRAE, avaliando-se o tempo de produção, os custos envolvidos na cadeia produtiva, o lucro, os gastos com transporte e comissão de vendas na loja. Todos estes fatores levaram a um preço final que ainda não é praticado, mas que gradualmente as artesãs vêm incrementando o preço para chegar ao patamar da tabela. Perguntei se os compradores reclamavam do preço, e elas dizem que sempre reclamam, por isso estão aumentando o preço aos poucos.

Mas é em Brito que encontramos uma representação que contrasta com o que apontamos no item anterior, sobre a evasão das artesãs para outras atividades, e dificuldade de geração de renda. Em uma conversa entre as artesãs, falavam sobre o preço dos produtos:

Artesã de Itamatatiua: Não acha que tá muito caro?

Artesã de Brito: A gente não bota o preço, quem bota o preço é o produto. O cliente acha que vale aquele preço por que é bom o produto.

A relação entre o produto e o preço é determinante para a artesã, que qualifica o seu produto pela durabilidade. “Esta conversa entre as artesãs nos elucida uma importante representação da artesã sobre a função da rede como um artefato, tendo uma existência autônoma e ativa nas relações de troca.” (NORONHA, 2011, p.101).

Artesã: Porque a gente faz a rede, a de 2,5kg, eu vendo de R\$100,00, a de 3kg, R\$110,00 mas só que o nosso preço é esse, mas já teve pessoas que como o material é bom, o valor da rede, já deu até mais. Uma de 3kg, uma rapaz de Brasília, ele perguntou qual era o valor da rede, aí eu disse que era R\$110,00, aí ele deu R\$130,00.

Neste sentido observamos que a precificação se constrói na circulação do próprio artefato, e a atribuição de valores é feita a partir da qualidade percebida pelo outro. Podemos considerar este processo extremamente emancipador porque libera as artesãs para outros processos de valoração que não seja somente o econômico, diminuindo os questionamentos sobre o porquê do preço, o porquê da variação do preço em função do tamanho, e atribuem ao artefato este diálogo com o seu *outro*.

#### 4.6 O valor funcional como a representação do tempo

O artesanato que retira as mulheres dos afazeres domésticos representa um papel regulador das relações da família e do tempo da vida cotidiana. Todo o tempo dispensado ao tratamento da matéria-prima até o acabamento e entrega dos produtos constitui um trabalho diário, reduzido apenas na época do *inverno*<sup>6</sup>, quando as condições climáticas dificultam a produção. O artesanato é considerado trabalho e emprego por muitas destas mulheres, que muitas vezes tem apenas esta fonte de renda. Vejamos o depoimento da artesã:

Artesã: É muito trabalhoso e às vezes a gente bota, porque assim se a gente tivesse quem comprasse assim na hora, comprasse, pagasse, num ficasse material empacado, sabe? Era bom, mas às vezes a gente manda pra loja, leva é dias, a gente fez uma encomenda, já vai fazer é mês, até agora a gente ainda não recebeu, quer dizer, que é uma situação assim, que as vezes já desagrada a gente até pra gente continuar trabalhando porque quem mora no interior, não tem emprego, o emprego da gente é esse aqui, tem que viver disso né?

Na fala da artesã, o tempo da encomenda e o tempo do pagamento não condizem com a dedicação cotidiana das artesãs, o papel do artesanato como emprego destas mulheres. O retorno é sempre mais lento do que o esforço empenhado em entregar a encomenda no prazo. O tempo é sempre um adversário das artesãs.

A representação das dimensões relativas do tempo – o tempo da encomenda, o tempo da produção e o tempo do pagamen-

to – inserem o deslocamento tempo-espço na identidade do artesanato. Como uma das grandes rupturas dos sujeitos pós-modernos, o descolamento do tempo e do espaço apresenta-se de forma ambígua às artesãs. Nos itens anteriores, 4.4 e 4.5, observamos que o artesanato também tem funções de manutenção e ordenação de relações comunitárias tradicionais e quando saem da comunidade, inserem-nas no contexto da pós-modernidade, pois passam a circular em outras apreensões de tempo, deixando um vazio entre o tempo dedicado ao artesanato como trabalho, cotidianamente e o tempo da espera do retorno financeiro, que depende de entregas, prazos, cartões de crédito.

Quando a artesã de Itamatatuiua nos relatou que “o pote saía era quente pro carro” a relação comercial que se estabelecia era outra: entregava o produto, recebia o dinheiro. O comprador estava lá. Hoje, dificilmente ele está. O pote tinha uma função fundamental na vida da comunidade e do entorno. Tinha um uso cotidiano, e não apenas simbólico. A necessidade da precisão, para estas comunidades, é mais urgente que a necessidade-desejo.

Em Brito, uma artesã nos fala sobre o processo de atribuição de valor a partir da característica funcional da durabilidade do seu produto:

Artesã: O valor de 100 reais é pra rede de 2,5 kg por que vale, por que as redes são boas, elas valem aquele preço. O fio torcido a rede fica mais pesada e mais durativa. E o singelo a rede fica mais leve, mas dura muito também.

Com o *feedback* sobre a durabilidade da rede, as artesãs atribuem às qualidades do próprio produto a construção do preço, exi-

6. Categoria nativa para a estação das chuvas, que inicia-se em janeiro e termina em junho ou julho.

mindando-se desta tarefa. Neste sentido, assistimos a um processo contemporâneo que Benjamim já assinalava na década de 1930, e Mills na década de 1950: enquanto o produto massificado tem na sua obsolescência programada o mote para sua reprodução e sua reprodução segundo modismos, o produto artesanal tem no seu *valor de eternidade* o grande trunfo para sua circulação na paisagem pós-moderna.

## 5 Considerações finais

Retomaremos a citação inicial de Canclini, para falarmos da utilização do artesanato nas casas urbanas. O autor nos propõe um uso contemporâneo que se afasta da utilidade no sentido *stricto*, como a utilização de uma panela para cozinhar, como o era nas comunidades tradicionais que as produzem. Localizando a análise do autor no ano de 1981, data da sua publicação original, temos um período de trinta anos nos quais estas relações de *uso/necessidade/trânsito intercultural* parecem ter se exacerbado.

A posição das artesãs desloca-se de um lugar mais passivo e a partir da experiência e contato com os consumidores vão repondo as suas representações sobre a sua produção e geram produtos que já nascem potencialmente prontos para receberem diversos valores, além dos quais poderíamos chamar “originais”. Em nossa análise não buscamos este “valor original”, ou mesmo uma “função original”. Adotamos uma perspectiva sincrônica porque entendemos que a representação se constrói na sociabilidade das coisas, no trânsito e no uso ao qual são destinadas. O uso do artesanato-utilitário torna-se menos uma representação das artesãs e mais dos consumidores. A panela deixa de ser utilizada pela artesã para cozinhar, pois ela prefere uma de alumínio, e

vai figurar – representar um *status* – na mesa de uma pousada “rústica”. Ou servir de *enfeite* na casa de alguém.

O que observamos em nossa análise é que no contexto da pós-modernidade a utilização do artesanato, na visão das artesãs, está relacionada a uma busca de um tempo passado pelo *outro*. Para Hall, “não há nada que o pós-modernismo global mais adore do que um certo tipo de diferença: um toque de etnicidade, um “sabor” do exótico e, como dizemos em inglês, *a bit of the other*” (2009, p. 319). As artesãs reconhecem o interesse dos consumidores em aspectos relacionados à beleza, à moda, e ao valor ambiental, na busca da relação com a natureza e nas implicações positivas do consumo de um produto sustentável, principalmente quando estes consumidores são pessoas jurídicas.

As artesãs observam a valorização de um passado quilombola, que surge na forma de um artefato produzido artesanalmente, um *savoir-faire* que legitima a busca do *outro* por um passado mais estável, uma aproximação com as tradições, com a raiz, com outra forma de se produzir, longe das linhas de produção.

Porém, não são artefatos antigos, relíquias. São produzidos hoje. A busca por esta produção comunitária e o interesse contemporâneo pelo artesanato dito “tradicional” nos parece uma medida compensatória, uma tentativa de recuperar uma estabilidade que apazigue a fragmentação identitária, levando a um lugar imaginado, como Hall nos descreve sobre as identidades na diáspora. Como ponte que leva a um lugar mais estável, o consumo do artesanato é uma forma de tentar suspender o tempo, de reter a herança de uma perda irreparável.

Em diáspora, o artesanato, tal qual um agente social, tem sua identidade fragmentada por diversas interações, com diversos

outros agentes que interpretam e ressignificam as suas atribuições e seus usos, os contextos de utilização se ampliam, assim como observamos com a própria concepção de *necessidade*.

Entre as artesãs de Alcântara, o fluxo de informações sobre o consumo de seus produtos artesanais se amplia com rapidez, e com isso, novas representações são acrescentadas às suas representações, ampliando e fazendo reverberar em diversas direções os discursos sobre o artesanato que produzem. Com isso, antecipam-se ao fenômeno do trânsito de seus produtos e os produzem para o seu *não-uso* e para o uso do *outro*. Neste sentido, os artefatos aos quais nos referimos servem como signos de um tempo que já se foi, dão materialidade ao passado, são artefatos da memória – artifícios contemporâneos de acesso a um tempo que já passou.

## REFERÊNCIAS

- APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora da UFF, 2008.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BORGES, Adélia. *Design + Artesanato. O caminho brasileiro*. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.
- FOUCAULT, Michael. *Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- \_\_\_\_\_. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediação cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.
- \_\_\_\_\_. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- \_\_\_\_\_. (org). *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: SAGE Publications/ The Open University, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Diáspora e identidade cultural*. In: *Revista do Patrimônio. Cidadania*. Nº 24. Brasília, DF: IPHAN, 1996.
- KELLER, Paulo. *Trabalho e Vida Econômica: Trabalhadores na Cadeia de Valor do Artesanato no Maranhão*. In: *Anais do XV Congresso Brasileiro de Sociologia*, Curitiba, 2011.
- KRUCKEN, Lia. *Design e território: valorização de identidades e produtos locais*. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
- LIMA, Ricardo Gomes. *Objetos: percursos e escritas culturais*. São José dos Campos: Centro de Estudos de Cultura Popular; Fundação Cultural Cassiano Ricardo, 2010.

MARX, Karl. A mercadoria. *In: O capital*. Crítica da economia política. Livro Primeiro. 23ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2006.

MILLS, C. Wright. *Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

NORONHA, Raquel (org.). *Identidade é valor: as cadeias produtivas do artesanato de Alcântara*. São Luís, EDUFMA, 2011.

## **NOTA SOBRE A AUTORA**

Raquel Gomes Noronha é designer formada pela ESDI/UERJ em 2002. É doutoranda em Ciências Sociais pelo PPCIS/UERJ, e mestre em Ciências Sociais, pelo PPGCSoc/ UFMA. É professora assistente do Departamento de Desenho e Tecnologia da Universidade Federal do Maranhão, onde coordena o projeto “Iconografias do Maranhão”.

**Recebido em: 23.03.12**

**Aprovado em: 04.05.12**

