

ARTESANATO NO E PARA O MERCADO: AS REDES DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DOS ARTESANATOS DAS FEIRAS HIPPIE E DO CERRADO DE GOIÂNIA - GO

Cristiana de Andrade Fernandes

Instituto de Estudos Sócio Ambientais - UFG
cristianafernandez@yahoo.com.br

Carlos Eduardo Santos Maia

Prof. Dr Depto. de Geociência - UFJF
carlmaia@uol.com.br

RESUMO

A aceleração do consumo propiciada pela globalização, o constante avanço da tecnologia, a indústria cultural e o turismo são alguns fatores que alteram o artesanato na medida em que há o risco de padronização dos objetos e consequente modificação no seu significado e sentido. Considerando-se tais pressupostos, este artigo analisa o comércio e a produção, ou seja, o artesanato *no* e *para* o mercado, tendo como objeto aquele exposto nas feiras Hípie e do Cerrado da cidade de Goiânia-GO, recuperando-se suas redes organizacionais. A pesquisa justifica-se pela carência de produção geográfica versando sobre esta atividade, apesar de sua relevância, já que, comumente, mesmo nas viagens de curta distância, não há quem não compre uma “lembrancinha” ou não se admire com a habilidade de alguém para produzir tal ou qual peça ao circular por uma feira. Metodologicamente, recorrem-se às técnicas de observação e entrevistas com perguntas estruturadas e semi-estruturadas aplicadas em trabalhos de campo, além das análises documental e bibliográfica.

Palavras-chave: artesanato, redes, produção, comercialização.

CRAFTWORK IN THE AND FOR THE MARKET: THE NETS OF PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF THE CRAFTWORKS OF THE HIPPIE AND DO CERRADO MARKETS IN GOIÂNIA - GO

RESUMO

The consumption's acceleration provided by the globalization, the constant technology's breakthrough, the cultural industry and the tourism are some of the factors that alter the craftwork in so far as that appear risks of objects padronization and consequent change on its meaning and sense. Considering those suppositions, this article analyses the market and production, in other words, the craftwork *in the* and *for* the market having as focus what was showed on the Hípie and do Cerrado in the city of Goiânia-GO, recovering its organizational production that are about these activity, in spite of its relevance, seeing that, ordinarily, even in the short distance's trips, there are no one that don't buy a little present or don't admire the skill of someone who produces such or what object when go around the markets. Methodologically, we drew on the techniques of observation and interview with structured and semi structured questionnaires applied in fieldworks, besides the documental and bibliographic analysis.

Key-words: Craftwork, nets, production, commercialization.

INTRODUÇÃO

Este trabalho objetiva discutir o artesanato no espaço das feiras Hippie e do Cerrado, compreendendo que estes estão inseridos em redes de relações sociais e econômicas que interferem no significado da produção e na comercialização dos objetos.

Atualmente é constante a discussão sobre a descaracterização dos bens culturais e a refuncionalização dos objetos, principalmente do artesanato. Deve-se ressaltar que essa descaracterização é devida, em parte, à dinamicidade da cultura e, em outra, pela inserção do artesanato no mundo globalizado, no qual alguns agentes sociais massificam os bens culturais e/ou insere-os na operacionalidade atual e na lógica do mercado de souvenirs.

Artesanatos são peças feitas com técnicas manuais e que pressupõem ausência de máquinas industriais na produção. Este pode ser criado constantemente por grupos sociais ou indivíduos. Seu significado pode variar conforme o artesão que detém o *savoir-faire* (saber-fazer); o contexto social onde é desenvolvido; a cultura de determinado grupo, ou ainda conforme aquele que se apropria do objeto. Como exemplifica García Canclini:

Um manto bordado para a festa da padroeira de uma aldeia pode mudar em poucas horas o seu significado e a sua função ao passar a servir de decoração numa habitação urbana, ainda que a mesma índia que o usava na sua aldeia, transportada para esta cidade, mantenha por muitos anos as crenças que a levavam a participar da festa (1983, p.91).

Além do mais, a inserção dos objetos em diferentes realidades e espaços faz com estes, embora mantenham inalterada sua materialidade, transmudem sua referência simbólica, como notou-se nas palavras de García Canclini anteriormente citadas. Por isso, o artesanato *no e para* o mercado é diferenciado, pois é re-significado, refuncionalizado e descontextualizado, já que o intuito do processo de produção é a mercantilização dos objetos, conforme observa García Canclini: “O artesanato conserva uma relação mais complexa em termos de sua origem e do seu destino, por ser simultaneamente um fenômeno econômico e estético, sendo não capitalista devido à sua confecção manual e seus desenhos, mas se inserindo no capitalismo como mercadoria” (1983, p.91).

Também relativo à forma de produção do artesanato e importante para ser analisado é o processo de semi-industrialização. Nesta vertente, várias são as feiras que surgem com intuito de vender artesanato regional e acabam vendendo uma infinidade de outras coisas que, muitas das vezes, não podem ser consideradas como artesanato, devido os meios utilizados na sua produção. Isso faz com que nestas feiras sejam vendidos mais “industrianatos” do que peças feitas artesanalmente. Assim a produção de artesanato e a sua finalidade se tornam diferenciadas, refletindo-se também nos locais de comercialização; já que o artesão tem que modificar suas peças principalmente para atender o mercado. Desse modo, feiras que anteriormente só comercializavam artesanato são descaracterizadas e transformadas em feiras de variedades, tamanha a diversidade de seus produtos, tornando-se às vezes o artesanato um *elemento residual* em meio à predominância do industrianato e mesmo de produtos industrializados. É o caso, por exemplo, da Feira Hippie de Goiânia, que começou como local de venda de peças artesanais e, atualmente, lá se comercializam diversos objetos e utilidades domésticas, na maioria industrializada, e até animais de estimação.

Algumas feiras também surgem exclusivamente para a comercialização de artesanato, a exemplo da feira do Cerrado de Goiânia, nas quais, ideologicamente, acentua-se o valor-trabalho das peças, diferentemente do simples valor de uso e de troca das feiras de industrianatos e produtos industrializados. Nesta feira só comercializam produtos artesanais, fugindo ao padrão de outras existentes na cidade, atraindo, assim, um público seletivo. A permanência deste tipo de feira está ligada ao fenômeno do consumo e, mais ainda, à disseminação do discurso que seus produtos são “autênticos”, “rústicos” e “tradicionais”. Ressalte-se que o trabalho justifica-se, entre outros aspectos, pela desatenção geográfica que perpassa esta temática, sendo raros os estudos sobre o assunto, ainda que pese a importância simbólica de se comprar uma “lembrancinha” em viagens de turismo, ou para presentear alguém em datas especiais, ou pelo interesse de colecionar, etc. Assim, neste estudo, será feita uma interpretação de como esses objetos são criados e refuncionalizados no contexto

atual globalizado.

Artesanato: usos e apropriações

Os primeiros objetos artesanais foram concebidos para serem úteis, e não para serem belos. Essa é uma afirmação que parte do princípio de que os primeiros seres humanos existentes na Terra já produziam artesanato, porém a sua única finalidade era ajudar na sua sobrevivência.

Com as mudanças na produção dos utensílios e o incipiente comércio, o artesanato adquire outras peculiaridades, novos significados e há a tentativa de denominação do que passa a ser esse "outro" produto criado. As inovações tecnológicas desse processo, que não são tão lineares quanto parecem e tampouco menos conflituosas, também vão interferir na construção da categoria artesanato e conseqüentemente na produção desses objetos. Por isso, falar de artesanato, segundo Tedesco é:

no mínimo, correlacionar tempos, culturas e contatos; é ter presente elementos que são apreendidos, acrescidos, intercambiados e enriquecidos com o contato cotidiano inter e intra-étnico, com heranças européias, formas e traços culturais produzidos pela relação ambiental e social no contexto do vivido, pelas readaptações e invenções em razão das mudanças sociais, do ambiente e dos recursos e domínios tecnológicos presentes em temporalidades variadas (2006, p.227).

Com a inserção do capitalismo o conceito de artesanato modifica-se e se adapta, pois, de mero utensílio, como visto anteriormente, passa a ser definido como mercadoria; visto que esta produção não é mais voltada apenas para suprir as necessidades básicas, mas sim para ser vendida. Paralelamente, o artesanato deixa de ter um uso prático e utilitário e adquire também uma função estética e decorativa, como expõe García Canclini:

O crescimento da produção artesanal depende de um novo tipo de demanda motivado pela afeição turística pelo pitoresco, por um certo nacionalismo que é mais simbólico do que efetivo e pela necessidade de se renovar, oferecendo variação e rusticidade dentro da padronização industrial. Mas o artesanato raramente desempenha nos meios urbanos as funções originárias das culturas indígenas. A sua não utilização é, a rigor, a passagem de um uso prático a outro que é decorativo, simbólico, estético-folclórico. Trata-se de uma modificação no sentido primário, cujas diversificação e complexidade poderiam ser captadas através de um extenso levantamento a respeito dos espaços urbanos onde as peças de artesanato são exibidas e utilizadas. (1983, p.100).

Vale ressaltar que não só a produção dos objetos, mas também a sua comercialização e significado social são fatores que atualmente explicam o modo de vida, a organização e a dinâmica sócio-espacial dos indivíduos em sociedade. Os sistemas e padrões de troca variam com os tipos de sociedade e estão baseados sobre os sistemas de valor, moldados por processos econômico-político-culturais que influenciam todos os aspectos da vida.

O artesanato: das corporações de ofício ao capitalismo

O artesanato é antes de tudo um objeto, dada a sua importância na constituição do cotidiano e da vida social, pois:

sem dúvida os objetos desempenham um papel regulador na vida cotidiana, neles são abolidas muitas neuroses, anuladas muitas tensões e aflições, é isto que lhes dá uma 'alma', é isto o que os torna 'nossos', mas é também isto que faz deles o cenário de uma mitologia tenaz, cenário ideal de um equilíbrio neurótico (BAUDRILLARD, 1968, p.98).

No século XI, o artesanato era desenvolvido em oficinas por mestres de ofícios e aprendizes. Esses últimos serviam de mão de obra barata e aprendiam com o mestre de ofício, mestre-artesão, detentor do saber e do conhecimento técnico. Ambos compunham as corporações de ofício, em que não havia divisão do trabalho e as próprias corporações eram responsáveis pelo controle da produção e também pelo comércio incipiente realizado nas feiras.

A origem do mercado, e das feiras, se dá por volta do século XIII, visto que a comercialização ocorria nos feudos e era basicamente de trocas, pois a maioria da produção estava voltada

para consumo próprio, comercializando-se apenas o excedente. Segundo Sousa essa formação de excedentes da produção foi a principal causa da origem das feiras, ou seja,

com as sobras de uns, contra as faltas de outros, é que houve a necessidade de intercâmbio de mercadorias, a princípio inter-grupos, sem a exigência de um lugar, onde a busca de se conseguir as mercadorias que necessitam é mais intensa (2004, p.194).

Hoje em dia notamos uma situação bem distinta, já que o que se comercializa não são as “sobras” ou excedentes, tampouco se fazem trocas, mas pratica-se a venda de produtos feitos para este fim.

Uma outra característica presente nas feiras naquele período era que estas não se restringiam apenas ao comércio, elas também se caracterizavam como principais pontos de transações financeiras e espaços de lazer. De outro modo, “as feiras e os mercados públicos nas áreas centrais das cidades, transformaram-se em lugares de encontros, de festas, de liberdade, de acordo, de contratos e de negócios” (CLEPS, 2004, p.122).

Nelas se efetuavam trocas de dinheiro (câmbio, pois estas se tornaram locais estratégicos e centrais para a efetivação do escambo, tornando-se assim também lugar de encontro de mercadores), proporcionando ainda distração e divertimento a seus freqüentadores; daí sua importância não ser exclusivamente econômica, mas social em sentido amplo. Esta é uma característica encontrada também nos dias atuais, visto que ainda há tentativa de se aliar comércio e lazer, a exemplo das várias apresentações musicais e teatrais em dias e locais de feira. No caso da Feira do Cerrado são comuns atrações musicais e teatrais que fazem referência à temática “cerrado”, com cantores e artistas locais. Em datas comemorativas (como festa junina), a feira se transfigura e traveste de elementos referentes ao dia da comemoração, isso para atrair mais freqüentadores e possíveis vendas.

Nos períodos posteriores ao feudalismo, há uma consolidação desse comércio e maior destaque à produção artesanal. Na fase do pré-capitalismo, os artesãos receberam o nome de artífices e foram os primeiros assalariados manuais e trabalhadores qualificados. O artífice, formado por aprendizado, “era o tipo ideal de aristocrata do trabalho, não só porque seu trabalho exigisse técnica e ponderação, mas porque um ‘ofício’ fornecia uma linha de demarcação formal, idealmente uma linha institucionalizada, separando os privilegiados dos não privilegiados” (HOBBSAWN, 1987, p.353). As feiras também ganham maior destaque localmente e regionalmente e movimentam mais cidades e pessoas.

No Brasil também há algumas feiras de destaque regional, entre elas estão as feiras artesanais de Feira de Santana, Sobral e Caruaru e, por que não dizer, a Feira Hippie de Goiânia, que atrai consumidores de parte do Centro-Oeste, Nordeste, Sudeste e Norte.

No período manufatureiro, que vai de meados do século XVI ao último terço do século XVIII, começam-se a modificar as relações de trabalho e os meios de produção. Esse período, segundo Marx:

se origina e se forma, a partir do artesanato, de duas maneiras. De um lado, surge da combinação de ofícios independentes diversos que perdem sua independência e se tornam tão especializados que passam a constituir apenas operações parciais do processo de produção de uma única mercadoria. De outro, tem sua origem na cooperação de artífices de determinado ofício, decompondo o ofício em suas diferentes operações particulares, isolando-as e individualizando-as para tornar cada uma delas função exclusiva e um trabalhador especial (1989, p.388).

A principal característica desse momento é a divisão do trabalho social, no qual o produto não é mais produzido por um único artífice, e sim por vários atores. Assim, “a mercadoria deixa de ser produto individual de um artífice independente que faz muitas coisas para se transformar no produto social de um conjunto de artífices, cada um dos quais ininterruptamente a mesma e única tarefa parcial” (MARX, 1989, p.388).

Há um crescimento da produção devido à divisão do trabalho. Esta passa a ser parcelar, ou seja, cada peça ou cada etapa da produção era desenvolvida por um trabalhador, que muitas das vezes não detinha os meios de produção e nem de comercialização. Se antes um produto

era feito por um único artesão e levava dias, semanas e até meses para ficar pronto, com a divisão do trabalho isso muda, pois cada pessoa faz uma parte e a peça fica pronta no mesmo dia, na maioria das vezes. Isso gerou uma especialização de funções e de locais de produção.

A produção nesse caso foi afetada pela interferência de agentes capitalistas, pois estes eram quem compravam a matéria-prima e determinavam o ritmo e o que iam produzir. Junto a isso houve também uma ampliação do mercado consumidor e aumento do comércio exterior, demarcando o início da expansão comercial. Conforme afirma García Canclini, “esta ampliação do mercado é um dos principais fatores que provocaram a transformação da estrutura produtiva, e do lugar social e do significado do artesanato”(1983, p.99).

As feiras também já começam a se consolidar, perdendo o caráter temporário e se transformando em centralidades permanentes nas cidades. Tal característica pode ser verificada mesmo em cidades que foram fundadas com padrões modernos de planejamento, a exemplo de Goiânia, onde encontramos espaços destinados a este fim; como por exemplo, o Mercado Aberto da Av. Paranaíba; que foi estabelecido em atendimento ao que estava previsto no Decreto nº. 3.547, de 6 de julho de 1933, o qual previa a destinação da área para o estabelecimento de feiras, para diversões e comércios periódicos, como demonstra o trecho a seguir: “A larga faixa formada pela Avenida Paranaíba e que separa a zona comercial da zona industrial, ficará reservada para feiras e todos os divertimentos ou comércios periódicos” (SEDEM, 2001 *apud* Sousa Filho, 2005).

Ao fim do século XIX, começa-se a diferenciar e a modificar a produção artesanal. Ao encontro dessa crise do artífice, as relações de trabalho modificam-se, na medida em que há diferenciação do trabalho, dos cargos e dos salários a serem pagos. É o que chamamos de hierarquização da força de trabalho em mais qualificados e menos qualificados, pois “a manufatura propriamente dita não só submete ao comando e à disciplina do capital o trabalhador antes independente, mas também cria uma graduação hierárquica entre os próprios trabalhadores” (MARX, 1989, p.412).

Atrelada a isso, a inserção de novas máquinas, fazendo com que a produção se torne mais industrial, com capacidade de produzir mais e gerar maiores lucros para o investidor capitalista, afasta os trabalhadores. Estes não eram mais “donos” do processo, “enquanto a cooperação simples, em geral, não modifica o modo de trabalhar do indivíduo, a manufatura o revoluciona inteiramente e se apodera da força individual de trabalho em suas raízes” (MARX, 1989, p.412). Isto descaracteriza a manufatura, que passa a não ser mais só uma produção manual e se torna uma “maquinofatura”, ou seja, parte do processo produtivo era feito por máquinas e outra, manual.

Com a divisão do trabalho social e a industrialização, os trabalhadores se especializam em uma determinada função ao longo do processo produtivo, transformando-se em operários sem um “ofício” determinado, como acontecia antes aos marceneiros, alfaiates e outros das corporações de ofício. Assim,

o período manufatureiro simplifica, aperfeiçoa e diversifica as ferramentas, adaptando-as às funções exclusivas especiais do trabalhador parcial. Com isso, cria uma das condições materiais para a existência da maquinaria, que consiste numa combinação de instrumentos simples (MARX, 1989, p. 392).

Deste modo, também não dependiam mais da habilidade técnica manual do artífice, pois a maquinaria vai processualmente transformando o modo de produzir e modificando o artesanato. O período manufatureiro “abre as portas”, assim, para um outro período denominado industrial, no qual a produção em série é feita por meio de máquinas, em que se elimina o ofício manual como princípio regulador da produção social e se inserem cada vez mais diferenças no modo de produzir os objetos e, concomitante, mudanças no seu significado. Os objetos se tornam mercadorias e estão atrelados ao fenômeno do consumo, no qual tudo se transforma em objeto de consumo e a arte, a paciência, a criatividade são relegadas a segundo plano. O que há é a tentativa de simular algo feito artesanalmente, rústico, para se chamar atenção e auferir maiores lucros. “A mercadoria é uma coisa que, por suas propriedades satisfaz alguma necessidade do homem”, nos lembra Marx (1989, p.396).

Fica clara, assim, a modificação no artesanato e no sentido da produção, pois o trabalho se

torna simplificado e parcelar com a introdução das máquinas. As características particulares dos indivíduos, como a habilidade, não são levadas em consideração no ato da contratação, já que o trabalho pode ser realizado por qualquer pessoa que domine a programação da máquina que fará o serviço. Um exemplo disso é a produção de blusas de tricô, que primeiramente eram feitas por uma única pessoa que tinha o saber-fazer tricô e levava várias horas, até dias, na produção. Com a introdução das máquinas, não é necessário o saber fazer tricô para confecção das blusas, dado que se deve saber é como se opera a máquina de tecer. A inserção do maquinário busca aumentar o ritmo da produção, visto que isto possibilita a maior colocação de produtos no mercado com menores custos e maiores lucros.

Conforme se refere Marx “a produção não produz, pois, unicamente o objeto de consumo, ou seja, não só objetiva, como a produz subjetivamente. Logo, a produção cria o consumidor” (1974, p.116). Destarte, o artesanato na atualidade nos revela uma contradição: ele existe e persiste devido ao modo capitalista de produção e, embora seja baseado em parâmetros modernos, toma como referencia elementos tradicionais, valores relacionados ao passado para existir. Com isso, os objetos nas feiras também adquirem novos significados e sentidos, dado que sua produção está conectada ao fenômeno do consumismo e da globalização, que requer produtos diferenciados e maior produtividade. Nas feiras em que se vendem artesanatos, particularmente, pretende-se, entre outros aspectos, dinamizar o município durante as temporadas de verão e também atrair turistas e residentes em temporalidades definidas (fins de semana, por exemplo).

Um artesão, que antes podia produzir conforme sua criatividade e habilidade, hoje tem que produzir o que está na moda ou o que está em algum programa da TV. Um exemplo são as florzinhas de crochê que viraram moda por terem aparecido com uma das integrantes de um *reality show*, sendo encontradas na maioria das bancas das feiras na época de ida a campo. É o que demonstra a figura 1.



Fonte: FERNANDES, C. A. Trabalho de campo. abr./2007.

Figura 1: Foto de florzinhas em crochê

Com a necessidade do aumento da produtividade, passam-se a usar, como já foi dito anteriormente, as máquinas. Porém, como o saber fazer artesanal é atualmente muito

valorizado, muitos artesãos nem falam que utilizam máquinas, na tentativa de obter mais lucro. Isto acontece porque um objeto que utiliza a mesma matéria prima e envolve mais tempo para a sua confecção possui um valor agregado maior do que aquele que foi criado com a necessidade de menor tempo, tendo em conta um trabalhador medianamente qualificado. Assim, por exemplo, um objeto que leva 20 min para se fazer é considerado fácil, desvalorizado e barato. Já um produto que leva 2h é fruto de um maior trabalho, mais elaborado e, portanto, mais valorizado e mais caro. Essa é mais uma característica do capitalismo, pois nele o valor das mercadorias considera o tempo despendido na sua produção.

Apesar do preço ser a quantidade de dinheiro com que se compra uma mercadoria, observa-se que esta tem o preço que expressa com precisão o tempo de trabalho a ela incorporado. Nas feiras o principal “chamariz” são os preços baixos pois, mesmo com sua oscilação a partir da oferta e da demanda, a facilidade e o custo reduzido para manutenção das bancas são propícios ao barateamento dos produtos.

Os preços nesse tipo de atividade são relacionados à própria condição dos vendedores (SANTOS, 2004), já que o ganho nas vendas é mais uma forma de sobrevivência do que uma tentativa de grandes lucros ou acumulação de riqueza. “Se, em princípio, o lucro é o motor da atividade comercial, nos escalões inferiores do circuito inferior a maior preocupação é, antes de tudo, a sobrevivência. Poucos comerciantes podem pensar em termos de venda a preço de custo mais x%” (SANTOS, 2004, p.246).

Neste caso, cabe fazer uma digressão sobre as “feiras hippies” no Brasil, que podem ter recebido esta denominação mais no sentido de marcar um território distinto daquele da cultura hegemônica, na transição dos anos de 1960 para 1970, do que para definir um espaço exclusivo dos hippies. Carrieri, Saraiva e Pimentel (2008) exemplificam isto ao tratarem da origem da famosa *feira hippie de Belo Horizonte*, na qual a denominação de “feira hippie” teria mais um significado ideológico e simbólico do que propriamente identitário de um território hippie, já que estes expunham suas peças em meio a tantos outros artistas locais como meio de subsistência. Logo, num contexto ditatorial, o termo hippie adjetivando uma feira poderia mais servir para revelar uma crítica social do que a realidade dos seus expositores (que não precisavam ser hippies exclusivamente ou majoritariamente).

Um outro aspecto que pode ser destacado nesse tipo de atividade é a pechincha, pois além dos preços baixos, a relação comprador e comerciante também é muito significativa e prevalece na maioria das vezes. A pechincha na feira Hippie ocorre tanto no comércio a varejo quanto no atacado. Vale ressaltar que quando a venda é feita no atacado o preço é diferente e mais barato, isso leva em conta o número de peças adquiridas pelo comprador. Já na Feira do Cerrado a comercialização é feita em sua maioria a varejo.

Nas feiras pesquisadas, o que se nota é que a maioria da comercialização é feita pelos próprios artesãos, o que representa a freqüência de 88% dos entrevistados. O modo de comercialização direto e intermediário, de percentual 7%, é caracterizado por artesãos-feirantes que também vendem artesanato para parentes, ou são de artesãos-feirantes que oferecem a matéria-prima a outra pessoa e esta lhe repassa o produto acabado, negociando-se um valor apenas que pague a mão de obra do artesão, ficando o intermediário com liberdade de escolha do preço final de venda. Um exemplo disso foi notado em um relato de uma artesã: “Eu faço algumas e outras eu pago para fazer, dou o barbante, eu pago as peças e depois comercializo” (entrevista concedida a FERNANDES, C. A. em jun. 2008). Isto acontece geralmente na produção de bordados e peças em tricô e crochê como por exemplo, panos de prato, caminhos de mesa, toalhas, tapetes e colchas.

Um exemplo de um artesanato diferenciado trazido para Goiânia por um migrante e que se destaca na Feira Hippie é o boneco feito em jatobá.

O artesão faz pequenos bonecos utilizando o fruto jatobá, madeira, arame, palha, barbante, coco babaçu e pequenos pedaços de pano. Esta técnica foi aprendida por ele há um ano, em uma associação de artesanato em Tocantins. Este é um artesanato diferenciado na feira Hippie, pois é totalmente manual e foge ao padrão dos outros artesanatos encontrados na feira e ditados por alguma tendência da moda. Podemos encontrar esse mesmo tipo de artesanato também sendo comercializado na feira do Cerrado, porém por outro artesão e com formatos e

detalhes mais elaborados, como observa-se na figura 3.



Fonte: FERNANDES, C.A. Trabalho de campo, abr./07.

Figura 2: Foto: Artesão ao lado de artesanato feito em jatobá-Feira Hippie.



Fonte: FERNANDES, C.A. Trabalho de campo, abr./07.

Figura 3: Foto: Artesanato feito em jatobá-Feira do Cerrado.

Percebe-se que os bonequinhos de jatobá da feira do Cerrado são diferentes na pintura: são envernizados e mais coloridos. Há pessoas nesta feira que até dizem que os bonecos de jatobá da feira do cerrado foram copiados do artesão da feira Hippie. Isto vai contra o discurso

do artesão da feira do Cerrado. Segundo seu depoimento (em primeira entrevista concedida a FERNANDES, C. A. na Feira do Sol em jul.2007), ele aprendeu a técnica em um curso na igreja de São Pedro, aqui de Goiânia e se aperfeiçoou em cursos promovidos pelo Sebrae. Já em junho de 2008, quando entrevistado novamente na feira do Cerrado, disse que é autodidata e que aprendeu sozinho a fazer os bonecos de jatobá.

A diferença dos dois artesanatos vai além do trato e acabamento das peças. A diferença está na motivação e recursos de cada artesão. O artesão da feira Hippie teve muitas dificuldades na comercialização, por isso em 2008 não estava mais expondo na feira. Note-se que, em abril de 2007, já estava há dois meses na Feira e não conseguiu um espaço fixo. Há alguns locais que são “demarcados”², por isso cada dia estava em um ponto, já que tinha chegado há pouco tempo na feira. Segundo o artesão “as pessoas até compram porque acham interessante e diferente, mas como cada dia eu estou em lugar muitas pessoas me procuram e não acham, daí perco vendas” (entrevista concedida a FERNANDES, C. A. em abril, 2007). Essa atividade na feira era a principal fonte de renda do artesão, que “aproveitou” seu saber-fazer para conseguir sobreviver, porém, como as vendas eram poucas e não possuía um lugar fixo, acredita-se que acabou desistindo da atividade ou arrumou outra ocupação que lhe gerasse mais lucros e garantisse sua sobrevivência. Vale ressaltar que na entrevista ele demonstrava desmotivação devido às poucas vendas.

Já o artesanato da feira do Cerrado é mais divulgado, mais elaborado, tem mais destaque. De um modo geral, os artesãos desta feira são mais orientados e têm melhores condições de espaços e venda.

A análise em redes: o artesanato no e para o mercado

Há uma intrínseca relação entre os processos de transformação social e as formas de produção de bens e o comércio; pois, sob a esfera do capitalismo, constrói-se uma nova divisão territorial do trabalho que, junto às inovações tecnológicas, científicas e de transmissão instantânea de informação formam rearranjos produtivos nunca antes vistos.

Os avanços conseguidos na esfera da comunicação, por exemplo, permitem uma comunicação sem fronteiras, interconectando pessoas e lugares, fazendo com que a produção seja algo cada vez mais complexa e menos isolada, criando assim novas solidariedades. Estes elementos permitem a emergência de reconstruções institucionais e organizacionais, possibilitando rápidas mudanças sociais.

É nesse quadro de referência que podemos entender a velocidade das transformações e as convivências, conflitantes, entre diferentes formas de se produzir e relacionar. Nessa perspectiva, Castells (2003) afirma que vivemos em uma “sociedade em rede”, dado que há uma nova morfologia societária em vigor e que esta configura toda a estrutura social. O conceito utilizado por Castells (2003) segue a linha de vários autores, tanto sociólogos quanto geógrafos, que afirmam que a sociedade é permeada por um conjunto de nós interconectados que formam e delinham as ações sociais.

O capitalismo interfere nas relações comerciais e na organização espacial, engendrando uma nova configuração territorial. Sob a égide deste sistema de produção, percebemos a construção do lucro como algo dotado de uma lógica interna, bem definida, interferindo diretamente sobre o sentido da produção e comercialização dos bens, diferenciando-se, assim, de outros momentos históricos.

Não resta dúvida que em numa fase pré-capitalista havia produção de excedentes e trocas, envolvendo uma separação no tempo e no espaço de consumidores, varejistas, e atacadistas, havendo inclusive empréstimos em dinheiro para a compra de mercadorias para serem revendidas com lucro. Isto, de um lado, não pode ser definido como capitalismo, que se define a partir do investimento de capital sujeitando o trabalho à criação de mais valia no processo de produção (CORRÊA, 2001, p.19).

Várias são as tentativas para definir e entender essa nova organização espacial. Os autores

² Nos espaços destinados ao artesanato na feira, os locais ainda não são demarcados e regulamentados, cada um expõe onde quer ou onde está vazio.

que tentam compreendê-la criam conceitualizações diversas, tais como: redes sociais, redes urbanas, redes geográficas, redes técnicas, redes econômicas, redes de computadores e redes federativas. Estas representações, no entanto, demonstram a multiplicidade de olhares que as ciências lançam sobre o espaço urbano e o mundo contemporâneo, tornando o termo polissêmico e de difícil conceituação.

Santos (1997) parte da perspectiva de que as redes são técnicas, mas, acima de tudo, são sociais. Para isso, propõe que a análise seja pautada nos elementos da infra-estrutura de operação, na ação de criação humana e no propósito de construção deliberada de um espaço. Destarte, para Santos as redes possuem várias características que são influenciadas pela globalização e pelo consumo, a saber: as redes são heterogêneas, não são uniformes, são fluidas, materiais e sociais, agem no global e no local, unas e múltiplas, estáveis e dinâmicas, desintegram e destroem velhos recortes espaciais e criam outros.

As redes, por não serem homogêneas, ou seja, se diferenciam conforme o espaço e o grupo social que estão inseridos, adquirem também o caráter de não serem estáveis. De acordo com Santos (1997), homogeneização e estabilidade são um mito, pois todas relações dentro ou fora das redes são conflitantes e diferentes. Esse caráter das redes não serem estáveis está presente na Feira hippie. Esta se iniciou ao final da década de 1960 e início dos anos de 1970 e perpassou por diversas localidades, conforme afirma Fernandes:

A feira Hippie começou em 1969 no parque Mutirama, depois mudou-se para Avenida Goiás, e desde de novembro do ano passado está fixada na praça do Trabalhador (O popular, 24 out. 1955 apud MAIA e COELHO, 1997).

Atualmente cogita-se uma nova mudança de local da feira, agora para avenida leste-oeste. Essas diversas mudanças de localizações implicaram e ainda implicam em diversas relações conflitantes e rearticulações da rede de comércio, que são reflexos também do seu crescimento desordenado.

Apesar do constante crescimento, a grande circulação de pessoas tem feito com que surjam novos espaços nos arredores da feira. Isto pode ser percebido, por exemplo, pelo aparecimento de outros tipos de comércios formais e informais, infra-estrutura de apoio - como hotéis e restaurantes-, dentre outros. No caso da feira Hippie, houve um aumento do comércio formal e de ambulantes na Rua 44 (rua próxima a Praça do Trabalhador), a construção de shoppings populares e de um centro de feiras e eventos nas proximidades da Praça do Trabalhador, caracterizando assim a não uniformidade dessas redes. Através deste exemplo, também podemos notar que as redes não são uniformes, pois, em um determinado espaço podem existir várias redes, muitas até superpostas. Isso faz com que em determinado espaço coexistam diversas redes e níveis de circulação e hierarquização.

Através destas redes que se criam ao redor da feira, podemos notar que a mesma tem interferido nos preços dos imóveis que a margeiam, sendo, portanto, suas modificações de local fruto de diversos interesses entre os atores envolvidos. Percebe-se também que a feira e o comércio marginal têm aumentado suas dimensões, assumindo um caráter regional. Isto é confirmado pela observação da quantidade de pessoas envolvidas no conjunto de suas atividades e pela intensa aglomeração de ônibus de empresas de turismo que a margeiam, no dia de funcionamento, indicando assim a fluidez nestes espaços, manifestas nos locais de origem deste veículo (cidades do Centro-Oeste, Nordeste, Norte e Sudeste).

Esta fluidez, no entanto, não se caracteriza apenas como “uma categoria técnica, mas uma entidade sociotécnica” (Santos, 1997, p.218). Ela é algo marcante desse período, chamado por Santos de técnico-científico-informacional. Este é definido como espaço de fluxos, pois quanto maior o nível de fluidez haverá mais circulação de ideias, mensagens, produtos, dinheiro e pessoas. É importante perceber, em efeito, que essa fluidez “é responsável por mudanças brutais de valor dos objetos e dos lugares” (SANTOS, 1997, p.218). Daí essa categoria ser de extrema importância para o entendimento da produção e circulação de mercadorias na atualidade: “Não basta, pois, produzir. É indispensável pôr a produção em movimento. Em realidade, não é mais a produção que preside à circulação, mas é esta que conforma a produção” (SANTOS, 1997, p.219).

Deve-se ainda verificar a relação entre o global e o local, pois as mercadorias produzidas caracterizam-se por uma ambiguidade intrínseca. Vejamos o caso das roupas, por exemplo: ao mesmo tempo em que identificam, para o vendedor do interior, um produto da capital, com bons preços e “grife” de capital, necessitam mostrar-se “antenados” aos movimentos da moda presente em centros produtores e consumidores de maior status, como Rio de Janeiro e São Paulo. Por outro lado, na criação de artesanatos, o local precisa estar presente na identificação do mesmo, geralmente simbolizando um elemento identitário da região de origem. Porém, necessita-se da mesma forma de um elemento global, no sentido de que os próprios discursos e técnicas utilizadas não podem se isolar de um contexto de produção que extrapole o âmbito da mera localidade.

Nos termos de Santos: “As redes seriam incompreensíveis se apenas as enxergássemos a partir de suas manifestações locais ou regionais. Mas estas são também indispensáveis para entender como trabalham as redes à escala do mundo” (1997, p.215). É o que também pensa Dias, quando nos diz que: “a rede conecta diferentes pontos ou lugares mais ou menos distantes e permite hoje a ampliação da escala da ação humana até a dimensão global” (2005, p.23).

A manutenção e afirmação desse modo de vida engendrado em rede afeta tanto a esfera das relações sociais e técnicas de produção quanto às manifestações culturais e a tradição. Tal aspecto nos inquietou ao estudarmos a feira Hippie que, devido à multiplicidade locacional e de terem se ampliado as atividades no seu entorno, tem perdido sua unicidade e, em meio a essas mudanças, perdem-se características consideradas como tradicionais e históricas. Caso semelhante já aconteceu na Feira Hippie de Belo Horizonte estudada por Pimentel e Silva (2006).

A feira, que também se iniciou como feira de artesanato, mudou de localidade e incorporou a venda de produtos tidos como “variedades” e até mudou de nome: “Feira de Artes, Artesanato e Produtores de variedades”. A legitimação da feira foi feita pela prefeitura na tentativa de preservar a identidade, a qualidade dos produtos e diminuir o crescimento desordenado, através da regulamentação, seleção e controle dos feirantes. Segundo os autores:

A mudança não era só física, mas muito mais simbólica. Perdiam-se as raízes historicamente construídas pelas pessoas da cidade, tanto feirantes como fregueses. Nesse caso o novo espaço da feira apresentava-se como vazios de vínculos sociais, identitários e, talvez o mais importante, sem vínculo de memória entre as pessoas e o lugar (PIMENTEL e SILVA, 2006, p.11).

Assim, toda e qualquer atividade econômica, seja na fase comercial ou na fase de produção, cria em torno de si uma rede de relações que envolvem vários agentes: patrões, empregados, fornecedores, clientes, concorrentes, prestadores de serviços, etc, interferindo na modificação dos valores e representações. Por isso consta-se que a rede da feira também é uma e múltipla: “a unidade primeira é dada pelo mundo, que também nos dá a pluralidade, pelas suas formas diversas de realização, isto é, de funcionalização e historicização” (SANTOS, 1997, p.221). Por ela ser material e social também interliga pessoas, mensagens, valores, informações e ideias: “A rede é também social e política, pelas pessoas, mensagens, valores que a frequentam. Sem isso, e a despeito da materialidade com que se impõe aos nossos sentidos, a rede é, na verdade, uma mera abstração” (SANTOS, 1997, p.209).

Sendo assim, compreendemos que o conceito de rede é um dos recortes possíveis para entender a organização do espaço contemporâneo e também das relações, impactantes e/ou não, na produção e comercialização do artesanato nas feiras Hippie e do Cerrado.

Algumas considerações e ressalvas

Nota-se que as redes de comercialização e de produção nas feiras são interligadas e são uma maneira possível para se compreender o artesanato goianiense. Por mais que as duas feiras possuam motivo semelhante em sua origem, ou seja, a comercialização de produtos artesanais, observa-se que o artesanato é diferenciado em cada um desses espaços. As características como contexto de surgimento, público, espaço, expositores, relações de trabalho e de produção, enfim as tramas e os dramas organizacionais são diferentes, o que faz cada feira ter sua singularidade e, especialmente, o artesanato adquirir particularidades em

relação a outros de Goiânia.

É conveniente afirmar que nem sempre os aspectos “globais” prejudicam ou exterminam a cultura local. Deve-se pensar que os bens culturais, por serem dinâmicos, produzem novos ou são (re) significados, (re) funcionalizados.

É o que também confirma Paz:

Até poucos anos atrás, era comum pensar que o artesanato estava fadado a desaparecer, substituído pela produção industrial. Hoje, todavia, é justamente o contrário que está acontecendo: artefatos feitos à mão estão agora desempenhando um papel considerável no mercado mundial. Peças do Afeganistão e do Sudão estão sendo vendidas nas mesmas lojas que os mais recentes produtos dos estúdios de design de fábricas italianas e japonesas. (2007b, s/p.)

Aqui consideramos que o artesanato não é mera mercadoria, e sim algo embutido de valores, tradições, modos de vida, enfim de culturas, mas que, devido a aspectos da industrialização, da modernidade e da tecnologia tem que ser debatido, pois há o risco de perdas de aspectos importantes e até de extinção.

Por isso considera-se que os objetos produzidos nessa lógica capitalista são uma forma ou uma tentativa de sobrevivência desses artesãos, dado às dificuldades encontradas por eles no mercado de trabalho. Sobre isso, García Canclini, tomando o caso do artesanato mexicano, observa que a reprodução das tradições não exige fechar-se à modernização. Nesse sentido, o artesanato pode ser uma saída, ou melhor, uma “*entrada*” nessa modernidade:

O artesanato seria uma forma específica de participação nesse sistema desigual, uma via a mais para obtenção de renda extra e debilitação da organização étnica (...) a crescente interação comercial com a sociedade e o mercado nacionais não só lhes permitiam melhorar economicamente; também iam fortalecendo suas relações internas. A origem indígena não era um “detalhe folclórico” que dava atração exótica a seus produtos, nem um obstáculo para incorporar-se a economia capitalista, mas a força mobilizadora e determinante do processo (1997, p.236).

Portanto, sugere-se que não ocorra a simples modificação de significados dos objetos, a apropriação do saber por outras pessoas, a falta de apoio aos artesãos para continuidade dos seus trabalhos e a geração de renda para poucos ou para a classe dominante.

REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1968.
- BOTTOMORE, Tom. (editor) **Dicionário do pensamento marxista**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- CARRIERI, A. De P., SARAIVA, L. A. S., PIMENTEL, T. D. A institucionalização da feira hippie de Belo Horizonte. **Organizações & Sociedade**. Vol 14, nº 44, Salvador, jan./mar., 2008, p. 63-78.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
- CLEPS, Geisa Daise Gumiero. O Comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. **Sociedade e Natureza**. ano 16. n.30. Uberlândia, jun., 2004.
- CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajetórias geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- DIAS, Leila Christina. Os sentidos da rede: notas para discussão. In: DIAS, Leila Christina; SILVEIRA, Rogério Leandro Lima (Orgs.). **Redes, Sociedades e Territórios**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2005.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor, **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- _____, **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EdUSP, 1997.
- HOBBSBAWN, Eric J. **Mundos do trabalho: novos estudos sobre história operária**. Trad. Waldea Barcellos e Sandra Bedran. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- MAIA, Carlos E. Santos; COELHO, Tito Oliveira. O comércio varejista periódico no espaço urbano no contemporâneo: um estudo na feira hippie de Goiânia. **Boletim Goiano de Geografia**. V. 17 n.02 Jul./Dez. Goiânia, UFG, 1997.
- MARX, Karl. **Contribuição para a crítica da economia política**. 3. ed. Lisboa: Estampa, 1974.

_____, **O capital**: crítica da economia política. Livro 1, v. 1. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 1989.

PAZ, Octavio. O uso e a contemplação. Trad. Alexandre Bandeira. **Revista Raiz**, ed. n.3., ano 2. n.11. Disponível em <http://revistaraiz.uol.com.br/portal/> acessado em janeiro/2007.

_____, Ver e usar: arte e artesanato. **Convergências**: ensaios sobre arte e literatura. Editora Rocco, Rio de Janeiro 1991, pág.45-57. Disponível em <http://www.artesol.org.br/principal2.php> acessado em agosto/2007.

PIMENTEL, Thiago Duarte; SILVA Alfredo Rodrigues Leite. Artesão ou pequeno industrial: ambigüidades identitárias na “Feira Hippie”. In: Encontro de estudos organizacionais 2006, Porto Alegre. **Anais** do IV Encontro de estudos organizacionais. Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____, **Espaço Dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. São Paulo: Edusp, 2004.

_____, **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SOUSA FILHO, Pedro Gomes. **Trabalho informal em Goiânia**: projeto mercado aberto. Dissertação (Mestrado Sociologia). Universidade federal de Goiás, 2005.

SOUSA, Luis Gonzaga de. Origem das feiras. **Memórias de Economia**. 2004. Disponível em www.eumed.net/cursecon/libreria/. Acesso em julh. 2007.

TEDESCO, João Carlos. O artesanato como expressão de um sistema de autarcia econômico-familiar no meio rural: subsídios para uma história econômica regional. **Teor. e Evid. Econ. Passo Fundo**. v. 14 Ed. Especial p. 221-246, 2006.