

Apresentação de intenções para o paper final

Viviane Mattos Nicoletti

Título dissertação: A apropriação do saber fazer artesanal e da imagem do artesanato pelo mercado de luxo.

Área de concentração: Design e Arquitetura – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo/USP

A dissertação de mestrado tem o objetivo de mapear as trocas existentes entre os artesãos e o mercado de luxo. Pretendo apresentar no *paper* final uma reflexão obtida a partir do repertório adquirido na disciplina para discutir, junto com autores do campo do design, as trocas e as relações entre artesãos, o mercado de luxo e o consumidor final. As seguintes interações podem ser observadas:

A Comunidade Artesã é detentora dos saberes produtivos e do imaginário local que são transformados posteriormente em mercadorias. Os artefatos que outrora eram feitos para suprir necessidades locais (o cesto para a colheita, a cerâmica para armazenar água) agora são mercadorizados com a promessa de desenvolvimento do bem estar pessoal e da comunidade.

O SEBRAE é uma instituição que tradicionalmente orienta empreendedores e faz a mediação entre produtores e mercados. Neste caso, orienta as artesãs sobre modelos de negócios e as insere no circuito de comércio.

Os designers adaptam os artefatos artesanais ao gosto do consumidor.

O Mercado de Luxo (grifes, designers, lojas e seus aparelhos de comunicação), oferece esses produtos através de um discurso filantrópico para sua autopromoção apelando a fatores morais de seus consumidores:

“É uma comunidade que se pode dizer que está no século retrasado. Não tem saneamento básico, falta água, crianças trabalham na roça, mas ao mesmo tempo tem pessoas incríveis, de talento, tem matéria-prima. Acho que com visão, com um trabalho de troca de experiências, informações, integração, a gente consegue levar desenvolvimento para lá. Esse é o nosso grande desafio.”
(Revista Época, 17/01/2012, Marcelo Rosenbaum: queremos fazer o artesanato brasileiro entrar na casa das pessoas)

E para a venda, apropria-se de um imaginário construído da comunidade artesã:

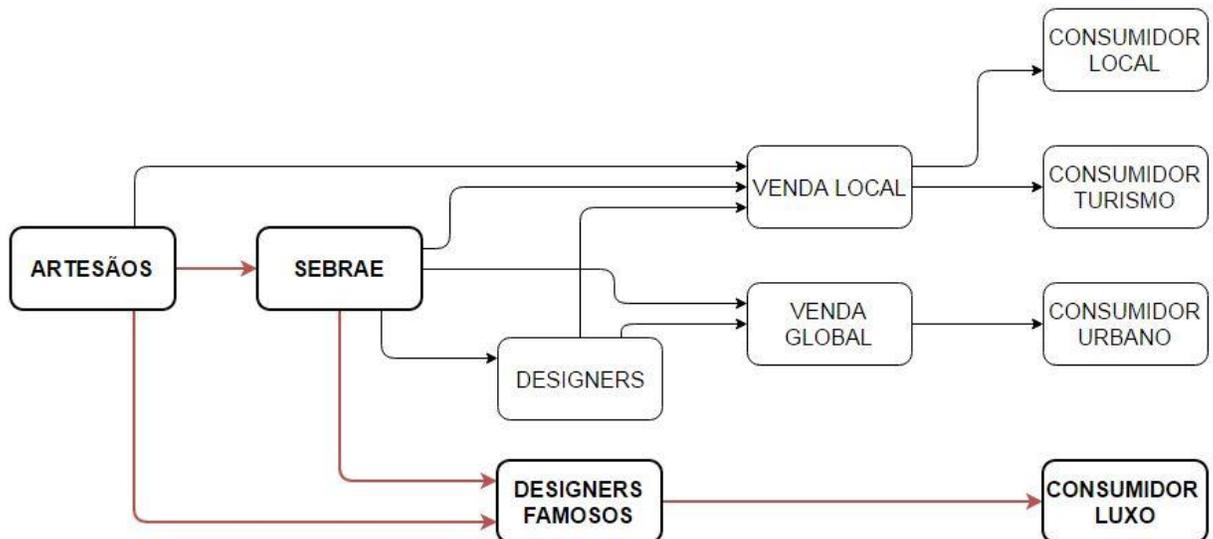
“Cada peça exalta o vínculo com a floresta na estética que evoca o cotidiano e as crenças seculares. Para além da forma e função, os objetos são códigos. Emitem o calor da execução, o brilho dos olhos de artesãos que sonham em alargar horizontes sem perder os laços de pertencimento. São elos. Unem a alma e o

coração dos indígenas e ribeirinhos, aninham ancestralidade e narram o exotismo da cultura mestiça. A trama de força hipnótica revela uma gente de fibra, a raiz da brasilidade. Descubra.”

(Disponível em www.sergiojmatos.blogspot.com.br. Acesso em dez/2015)

Já o Consumidor Final, que vive majoritariamente em centros urbanos, ao consumir um produto que supostamente estaria comprometido com o desenvolvimento social de uma comunidade marginalizada, busca principalmente encontrar correspondência para seus princípios morais, além de encontrar nesses produtos apazibilidade para seu ato de consumo. A respeito disso, Gilles Lipovetsky em *Os tempos hipermodernos*, (2004, p.90) declara que “o ‘autêntico’ tem sobre as sensibilidades dos consumidores um efeito tranquilizador: os produtos à ‘moda antiga’, associados a um imaginário de proximidade, de convivalidade, de bons e velhos tempos (a aldeia, o artesão, o amor ao ofício), vêm exorcizar o desassossego dos neoconsumidores obcecados [...]”.

Fluxo de relações entre os atores e o mercado:



Estrutura para o Paper final:

Não só o artefato artesanal, inserido nessa sociedade é apresentado como mercadoria, mas também as relações sociais envolvidas no processo de mercadorização e precificação desses bens. Além do produto, vende-se: a imagem do artesão, o seu modo de interpretar o tempo, os vínculos afetivos entre as pessoas que compõe a comunidade artesã, as manifestações da natureza que atingem seu povoado e, acima de tudo, se oferece ao consumidor urbano a possibilidade de manter esse cenário através do consumo dos produtos originários dessas regiões.

A natureza do bem artesanal é composta pela sua história de circulação, a qual comporta sua dimensão social e cultural, referentes ao imaginário territorial originário incluindo sua conjuntura econômica e social e também as relações de troca dentro da própria comunidade como os saberes passados por gerações. A história de circulação também inclui as relações estabelecidas entre seus agentes sociais, no caso, os designers mediadores e os artesãos, somando capital simbólico ao processo. Dessa maneira, conclui-se que são transformadas em mercadorias, não apenas o resultado do trabalho do artesão, que é o artefato artesanal, mas também sua imagem, seu território e suas relações sociais.

Pretendo construir essa discussão a partir do texto “Ensaio sobre a dádiva”, de Marcel Mauss, com a expansão do conceito do “Hau”, que é algo como o espírito do objeto que condiciona os compromissos firmados nas relações de troca: as trocas com interesse. Ainda com o suporte do mesmo texto é possível abrir o debate sobre a aliança firmada entre os atores e as obrigações devidas.

Feita a introdução, pretendo debater sobre a construção de um imaginário (ficcional?) territorial originário do produto que é utilizado para sua precificação, utilizarei o texto de Boltanski e Esquerre “The economic life of things”. Também os textos de Kopytoff (1988), Appadurai (1988) e de Ferguson (1988) darão suporte à discussão.

Essa discussão se desdobrará na questão do significado moral da compra para os consumidores e para tanto me utilizarei dos debates apresentados por Steiner sobre moral e altruísmo (em “Ensaio sobre a dádiva”) e depois sobre paternalismo e a questão da esmola (em “Moral, Altruísmo e Solidariedade”).

Ainda há de se discutir o capital simbólico gerado do processo de mercadorização de artefatos artesanais, tanto para o designer quanto para aqueles que vendem os produtos nos centros urbanos e para tanto, pretendo utilizar o texto de Philippe Steiner “Altruísmo, dons e trocas simbólicas” e também Pierre Bourdieu “O mercado de bens simbólicos”.

E, para não deixar de me voltar para a comunidade artesã, eu gostaria de introduzir uma reflexão sobre a desestabilização de comunidades tradicionais ou ainda o termo utilizado por Steiner, “desestabilização do campesinato”, através do texto “Altruísmo, dons e trocas simbólicas”, mesmo de maneira um pouco incompleta já que ainda não realizei a minha pesquisa de campo, mas de maneira a me munir teoricamente sobre a questão para esta fase da pesquisa.

Referências Bibliográficas

APPADURAI, Arjun (ed.) 1988 Introduction: commodities and the politics of value. *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge University Press, 1988, cap. 1, pp. 5-63.

BOLTANSKY, Luc; ESQUERRE, Arnaud. *The economic life of things: Commodities, Collectibles, Assets*. *New Left review*, n 98, march-april 2016.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas* (organização de Sergio Miceli), Rio de Janeiro: Ed. Perspectiva, 1987, cap. 3 (“O mercado de bens simbólicos”), pp. 99 a 182.

ÇALISKAN, Koray; CALLON, Michel. 2009. *Economization*, part 1: shifting attention from the economy towards processes of economization. *Economy & Society* 38(3): 369-398

FERGUSON, James. 1988. “Cultural Exchange: new developments in the anthropology of commodities.” In: *Cultural Anthropology*, vol. 3, n. 4, novembro de 1988, pp. 488-513

KOPYTOFF, Igor. 1988 The Cultural Biography of Things: Commoditization as a Process. In: Arjun Appadurai (ed.) *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge University Press, 1988, cap. 2, pp. 64-91.

MAUSS, Marcel, 1925, *Essai sur le don*, Presses Universitaires de France, “Introduction” e “Conclusion” (confirmar bibliografia do texto em português)

STEINER, Philippe, 2016 (no prelo). *Altruísmo, dons e trocas simbólicas*, S.P. : Editora Unesp, caps. 4 e 7.

STEINER, Philippe, 2017 (no prelo). *A dádiva organizacional* : dádiva a distância e circuitos de comércio, *Tempo Social*. vol. 29, n. 1, janeiro-abril.