



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

BRUNA OLIVEIRA SOBRAL

**Disputas identitárias e hibridações culturais na cerâmica
pessoense**

CAMPINA GRANDE- PB

2010

UFCG/BIBLIOTECA

BRUNA OLIVEIRA SOBRAL

**Disputas identitárias e hibridações culturais na cerâmica
pessoense**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Ciências Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Anderson Retondar

CAMPINA GRANDE- PB

2010





S677d Sobral, Bruna Oliveira
Disputas identitarias e hibridacoes culturais na ceramica pessoense / Bruna Oliveira Sobral. - Campina Grande, 2010.
98 f.

Dissertacao (Mestrado em Ciencias Sociais) - Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades.

1. Sociologia da Cultura 2. Ceramica Pessoense - 3. Hibridacao Cultural 4. Disputas Identitarias 5. Tradicao e Modernidade 6. Dissertacao I. Retondar, Anderson Moebus, Dr. II. Universidade Federal de Campina Grande - Campina Grande (PB) III. Título

CDU 316.7(043)

BRUNA OLIVEIRA SOBRAL

Disputas identitárias e hibridações culturais na cerâmica pessoense

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Ciências Sociais.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Anderson Moebus Retondar
Orientador



Prof^a. Dr^a. Marinalva Vilar de Lima
Examinadora

Prof. Dr. Jean Carlo de Carvalho
Examinador

AGRADECIMENTOS

À Angélica, minha mãe, por garantir meus sonhos, por apostar nas minhas excentricidades, por respeitar minha alteridade.

À Ana Lúcia, pelo olhar (re) estruturante que lança sobre mim e faz despertar minhas potências.

Ao meu orientador, Anderson Retondar, por compreender, para além dos textos, meus contextos. Obrigada por sua generosidade e paciência, pela liberdade e confiança.

A Ramon, *muito querido você*, pela intimidade e amor que deram novo sentido às coisas nesse último ano e meio.

À Paula, meu azul, pela descoberta da grande analogia que há entre nós: sensação mais aconchegante que poderia haver.

A Lucas, uma grande falta no meu dia a dia, que me fortalece à distância com o seu amor.

Ao meu pai, pelas cerâmicas que modificaram alguma coisa em nós.

À Rosele, que resgatou meu coração das trevas com o seu poderoso *argentum*.

A Tadeu, cuja capacidade de sonhar me embalou até esse mestrado.

A Capes, Coordenadoria e Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior, pela bolsa de estudos.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFCG, em especial, ao prof. Lemuel Guerra por ter me provocado tanto.

Ao professor Ariosvaldo Diniz, pelo incentivo inicial que possibilitou tudo isso.

Ao professor Artur Perrusi, pelo conjunto de quartas-feiras sociológicas.

À professora Tereza Cristina, pelas considerações sobre meu projeto de pesquisa.

Aos professores examinadores, Marinalva Vilar de Lima e Jean Carlo de Carvalho, pelas contribuições ao meu trabalho.

Aos colegas de turma, em especial, à Jascira Lima, por me lembrar, com a sua presença, que a felicidade é possível até no Bodocongó.

A Rinaldo e a Zezinho, pela prestabilidade de sempre.

Aos meus entrevistados, pela coragem e disponibilidade de se arriscarem junto comigo.

A Fabiano e à Vivi, parceiros-amigos na preparação para seleção desse Mestrado.

À Camila, por me emprestar o catálogo "Artesanato e Arte popular na Paraíba", imprescindível instrumento de trabalho.

*Oh, cara alma, não aspire à vida imortal,
Mas saiba esgotar o campo do possível!*
(Píndaro)

RESUMO

Esta dissertação tem por objetivo o mapeamento das relações identitárias estabelecidas no campo da cerâmica pessoense, a partir das narrativas de cinco produtores residentes em João Pessoa-PB, sobre as esferas da produção, distribuição e consumo de tal bem simbólico. O contexto contemporâneo e intercultural suscita conflitos de identificação nesses ceramistas, evidenciados a partir da distinção arte/artesanato presente nos depoimentos. As referências populares e eruditas contidas nessa cerâmica foram interpretadas a partir da reflexão de García Canclini (2006; 2007) sobre os processos de hibridação cultural. Com o intuito de dar conta das relações de poder e prestígio instauradoras de uma hierarquização na disputa pela legitimidade das obras e dos artistas no local referido, utilizamos o conceito de campo de Bourdieu (1982; 1983; 1996; 2004). As diferentes estratégias utilizadas pelos ceramistas estão em relação com as posições diferenciais ocupadas nesse espaço social. A necessidade de orquestração de dois universos valorativos, tradição e modernidade, observada no discurso dos informantes foi problematizada a partir da contribuição de Giddens (1991; 1997) sobre as características das instituições modernas, tais como a reflexividade, o desencaixe dos sistemas sociais e a incorporação da tradição como valor. A centralidade do mercado estabelece a seletividade implicada nos níveis de hibridação de cada bem simbólico, o que fica claro no caso do grupo pesquisado é a conjugação de reflexividade, aplicada às técnicas e às formas da cerâmica, com a "tradicionalização" das estéticas e dos temas escolhidos pelos produtores.

Palavras-chave: Sociologia da cultura, Cerâmica pessoense - Artes plásticas, Hibridação cultural, Disputas identitárias, Tradição e Modernidade.

RÉSUMÉ

Cette dissertation vise à cartographier les relations d'identité établies dans le domaine de la céramique produite à João Pessoa, à travers les récits de cinq producteurs qui y habitent, sur les sphères de la production, la distribution et la consommation de ce produit symbolique. Le contexte contemporain et interculturel soulève des conflits de l'identification de ces potiers, qui sont mis en valeur à partir de la distinction entre l'art et artisanat dans leurs témoignages. Les références populaires et classiques contenues dans cette entreprise de céramique ont été interprétées à partir de la réflexion de García Canclini (2006, 2007) sur le processus d'hybridation culturelle. Visant à rendre compte des relations de pouvoir et de prestige qui engendrent une hiérarchie dans la lutte pour la légitimité des œuvres et des artistes qui sont sur place, nous utilisons le concept de champ de Bourdieu (1982, 1983, 1996, 2004). Les différentes stratégies utilisées par les potiers sont associées avec les différentes positions occupées dans cet espace social. La nécessité d'orchestration de ces deux univers de la valeur, la tradition et la modernité, observée dans le discours des informateurs a été analysée à partir de la contribution de Giddens (1991, 1997) sur les caractéristiques des institutions modernes, telles que la réflexivité, la déconnexion des systèmes sociaux et l'intégration de la tradition en tant que valeur. La centralité du marché définit la sélectivité impliquée dans les niveaux de l'hybridation de chaque produit symbolique, ce qui est évident dans le cas du groupe étudié est la combinaison de la réflexivité, appliquée à des techniques et à des formes de la céramique avec la « traditionalisation » des esthétiques et des thèmes choisis par les producteurs.

Mots clés: Céramique, Lutte Identitaire, Hybridations Culturelles, Tradition, Modernité, Domaine de la Céramique.

SUMÁRIO

Introdução.....	10
Capítulo I – Ceramistas híbridos?.....	12
1.1 Recorte da pesquisa.....	12
1.2 Formação e influências estéticas.....	14
1.3 Arte como empreendimento autoral: unicidade e a recusa à divisão social do trabalho.....	30
Capítulo II – O campo da cerâmica em João Pessoa.....	35
2.1 A contextualização social dos bens simbólicos.....	35
2.2 O campo da cerâmica no campo do poder.....	37
2.3 A estrutura interna do campo da cerâmica.....	48
2.4 A constituição do <i>habitus</i>	54
Capítulo III – Tradição e modernidade na cerâmica pessoense.....	67
3.1 Tradição e modernidade.....	67
3.2 A esfera da produção: técnicas e estéticas.....	73
3.3 A esfera da distribuição: ateliês e <i>sites</i>	79
Considerações finais.....	86
Referências.....	89
Apêndice.....	92
Apêndice A	
Apêndice B	
Apêndice C	
Apêndice D	

Introdução

A nossa dissertação de mestrado, “Disputas identitárias e hibridações culturais na cerâmica pessoense”, se propõe a mapear as relações identitárias no campo da cerâmica pessoense. Para isso, foram selecionados cinco produtores que figuravam no catálogo “Artesanato e Arte Popular na Paraíba”, o qual remonta ao acervo da Casa do Artista Popular, que é um museu com obras da arte popular paraibana.

Os principais critérios para a seleção foram: 1. Ceramistas residentes em João Pessoa; 2. Ceramistas que não participassem de grupos de produção; 3. Ceramistas que detivessem maior visibilidade no catálogo devido à concessão de páginas individuais.

A coleta de dados foi realizada através de entrevistas estruturadas a partir de um roteiro com questões sobre o contexto da produção, distribuição e consumo da cerâmica. Em seguida, foram feitas as transcrições e o material foi segmentado por eixos temáticos a fim de facilitar o processo analítico.

O primeiro capítulo, “Ceramistas Híbridos?”, aborda os conflitos identitários dos ceramistas, especialmente a disputa entre dois universos englobantes: a arte e o artesanato. Questões como identidade e hibridação cultural serão discutidas em relação à formação e às influências estéticas dos entrevistados. Ainda nesse capítulo, o recorte da pesquisa será explicitado, bem como os procedimentos metodológicos utilizados.

O segundo capítulo, “*O campo da cerâmica em João Pessoa*”, busca refletir sobre o campo da cerâmica pessoense a partir do grupo de produtores selecionados para esta pesquisa. Para tanto, seguiremos as três operações propostas por Bourdieu (1996) para a abordagem de um campo social, a primeira consiste em situá-lo dentro do campo do poder (e, aqui, o campo do poder será retratado pelo campo econômico e pelo político); a segunda seria a análise da estrutura interna desse campo (o entendimento das relações objetivas entre as posições no campo, suas leis de funcionamento, sua transformação); e, a terceira trata de demonstrar a constituição dos *habitus* dos produtores-concorrentes no interior do campo a partir de suas trajetórias sociais.

O terceiro capítulo, “Tradição e Modernidade na cerâmica pessoense”, versa sobre os valores modernos e os tradicionais incorporados à cerâmica pessoense, na esfera da produção e da distribuição. No nível da produção, discutiremos a relação dos ceramistas com as técnicas e as estéticas. No nível da distribuição, abordaremos os canais de venda: os *sites* e os ateliês.

Capítulo I – Ceramistas híbridos?

1.1 Recorte da pesquisa

Anteriormente, o título da minha dissertação era "Racionalização da produção e consumo do artesanato paraibano". Havia pensado em estudar de três a quatro tipologias de artesanato paraibano (cerâmica, madeira, fios, fibras, metal, etc.), selecionando uma mostra de três produtores por tipologia. Comecei pela cerâmica e selecionei três produtores a partir de um catálogo com obras de arte popular paraibana.

A partir da segunda entrevista, porém, notei a importância de prosseguir nessa tipologia (cerâmica) devido à necessidade de aprofundamento e aos prazos para a redação da dissertação.

No total, foram cinco ceramistas selecionados a partir do catálogo "Artesanato e Arte Popular na Paraíba", o qual remonta ao acervo da Casa do Artista Popular, que é um museu com obras da arte popular paraibana. Nesta publicação, organizada pelo Programa do governo do Estado "A Paraíba em suas mãos", pude notar, não só pela fala de Ariano Suassuna no texto de abertura do livro, mas pela quantidade de páginas dispensadas, o destaque e a expressão da cerâmica dentre outras tipologias de arte popular apresentadas.

O critério de seleção foi pelos artistas¹ residentes em João Pessoa que 'ganharam' páginas individuais na referida publicação, ou seja, que estavam em evidência por ocuparem, no layout do catálogo, um espaço maior que os demais, agrupados por tipologias; com uma exceção: selecionei Natália que figurava o catálogo, mas dividindo uma página com outros artistas de trabalhos similares, porque, tendo conhecimento anterior da sua obra, desconfiava do alcance híbrido da mesma, por estar presente num museu de arte popular e numa revista especializada de decoração.

O catálogo, enquanto publicação especializada na qual consta o mostruário impresso do acervo de um espaço de consagração, é entendido, nesse trabalho,

¹ A fim de configurar um grupo mais homogêneo, optei pelos artistas "individuais", excluindo da seleção as associações e os grupos de produção.

como uma instância de divulgação e legitimação das obras de arte popular presentes no museu "Casa do Artista Popular".

A minha hipótese era de que o grupo selecionado seria uma espécie de "elite" da cerâmica paraibana, ou melhor, que eles estariam numa posição hierarquicamente mais privilegiada considerando o campo da cerâmica paraibana, já que estavam legitimados pelos curadores responsáveis pela seleção das obras que constavam no catálogo referido e na Casa do Artista Popular.

É claro que essa hipótese foi gestada a partir de uma interpretação limitada pelas evidências que eu tinha a partir de um catálogo, e, de uma maneira geral, a partir das ações e dos espaços promovidos pelo programa "A Paraíba em suas mãos", que incluem, também, o museu "Casa do Artista Popular" e os Salões de Artesanato Paraibano, que ocorrem duas vezes ao ano, sendo uma na capital, entre os meses de dezembro e janeiro, e, outra, em Campina Grande, no mês de junho.

É inegável que as ações desse programa do Governo, em alguma medida, estruturam socialmente o contexto de produção, circulação e consumo da cerâmica paraibana, tanto para os produtores, quanto para os consumidores, especialmente através do desenvolvimento de instituições e mecanismos responsáveis pela visibilidade das artes populares paraibanas.

E, o que corrobora para essa legitimação de alguns artistas? É o saber representado pelo conjunto de especialistas responsáveis pela seleção das obras de um museu, os curadores; pela indicação da obra a clientes, os arquitetos e decoradores; pela crítica feita a um trabalho, críticos de arte.

A pesquisa de campo durou um mês, período no qual foram realizadas as cinco entrevistas; todas, previamente, agendadas por telefone. Tive um único encontro com cada entrevistado que teve a duração variada de uma a três horas cada. Os encontros foram realizados nos ateliês, que, em quatro dos cinco casos, também eram a residência dos entrevistados e um espaço privilegiado de venda, pelo menos considerando o mercado local.

O roteiro² foi reestruturado no transcorrer das entrevistas, sofrendo duas modificações. Inicialmente, se tratava de perguntas sobre o contexto de produção, circulação e consumo da cerâmica paraibana de uma maneira mais generalizada; já, o último roteiro é mais voltado à trajetória individual da entrevistada. As demais

² Os roteiros estão anexados ao trabalho.

mudanças foram a troca do termo artesão pelo termo ceramista e a retirada de algumas perguntas nas quais era solicitado uma quantificação precisa da produção dos ceramistas. Essa reestruturação foi uma resposta minha, em parte, à sugestão que eles foram me dando de “dar uma olhada no *site* deles” antes de encontrá-los e, também, às questões que surgiram no momento do contato com eles, as quais serão problematizadas ao longo do trabalho.

Estabelecer alguma familiaridade com eles a partir das informações contidas nos seus *sites* (seja a informação visual das obras, as histórias de vida, os currículos, as críticas de arte) foi importante no sentido de me dar mais segurança ao abordá-los, além de facilitar o estabelecimento de uma cumplicidade, que permitiu expressões de minha parte como “sim, eu vi isso no *site*”, e entradas em assuntos que tomei conhecimento pelo *site* e que, em alguns casos, não estavam previstos nos roteiros.

Concluídas as entrevistas, iniciei as transcrições que resultaram, no total, em 90 páginas. Recorri à estrutura do roteiro para organizar o material em eixos temáticos. A segmentação do corpo das entrevistas possibilitou agrupar as ocorrências e o tratamento dado ao mesmo tema nas diferentes entrevistas e, assim, poder pensá-los de forma relacional.

Ao longo do texto, utilizaremos vinhetas das falas dos informantes cujos nomes são fictícios a fim de manter suas identidades preservadas. Os nomes utilizados para designar os ceramistas entrevistados serão Natália, Mateus, Gabriela, Carlos, Manuela.

1.2 Formação e influências estéticas

Artesãos, artistas plásticos, ceramistas ou artistas populares? Como nomeá-los? Uma primeira questão que se colocou, claramente, pra mim enquanto pesquisadora foi o conflito entre a nomeação/classificação dos meus entrevistados dada por mim e a que eles reivindicavam pra si. No momento da redação do roteiro das entrevistas, principalmente, devido ao meu ponto de partida, que era o estudo do artesanato paraibano, eu acabei fazendo a opção irrefletida de nomeá-los pelo termo artesão.

Encontrei, logo no início, uma dificuldade na hora de marcar a entrevista com Natália, ela se mostrou indisposta quando eu falei sobre a proposta da minha pesquisa, algo como “pesquisar as relações de consumo e produção do artesanato paraibano”. Não consegui a entrevista imediatamente, só numa outra tentativa, dias depois, tendo mais cautela na explicação do meu objeto. Depois disso, reformulei o roteiro, passando a usar o termo ceramista.

Mas, como essa não havia sido minha primeira entrevista, eu cheguei a usar o primeiro roteiro e ‘testar’ o termo artesão, não só o que estava escrito, mas o que estava inscrito nas minhas pressuposições. Percebi que todos, sem exceção, se identificam mais com o termo artista plástico e, que, o que havia me levado até eles, as ações do Programa Paraíba em suas Mãos, não era considerado por alguns deles como um fator relevante para suas autoconstruções identitárias.

Talvez, a semelhança na diferenciação estabelecida pelos ceramistas entre o que eles fazem – artes plásticas – e o artesanato, arte popular, seja devido à especificidade da constituição do campo da cerâmica/artes plásticas em João Pessoa³. Esse deve ser um conflito de identificação recorrente, já que eles conseguiram entradas em espaços que deveriam agregar arte popular, o que não corresponde ao que eles “são na verdade”. Por isso, eles estariam ali por outros motivos, não pelos mesmos que os artesãos, legítimos mercedores daquele lugar feito pra eles. Na fala do ceramista Mateus, ele comenta que seria mais coerente que na “Casa do Artista Popular” ficassem somente os artistas populares:

“M: (...) porque na realidade é um trabalho que tenho lastros culturais populares, mas, seria mais puro só eles ali assim, sabe? Só arte popular mesmo. Mas, era um apoio, uma coisa, levantar uma bandeira e tudo. E, que ela (Sílvia Cunha Lima, na época, coordenadora do programa “A Paraíba em suas mãos”) conseguiu fazer um trabalho muito bonito.”

A função que Mateus adquire nesse lugar, pelo menos na sua própria defesa discursiva quando justifica sua presença nesse local, é uma função de legitimar aquele artesanato como bom o suficiente para dividir o espaço com um “consagrado” das artes plásticas, um artesanato diferenciado, mercedor de um

³ Assunto que será melhor retratado no 2º Capítulo dessa dissertação.

lugar na galeria, selecionado por curadores especializados e coroado pela convivência com obras artísticas. Abaixo, outro pedaço da fala de Mateus:

"B: Eu queria saber se você tem alguma relação com o programa "Paraíba em suas Mãos"? Porque tem peça sua lá na Casa⁴..."

M: Não, ali é... A pessoa que fez aquilo ali, quando o governo Cássio assumiu, D. Sílvia foi lá e explicou "Ah, seria tão bom pra dar força, uma alavanca, né? Mateus está com a gente, aí, dá uma credibilidade. Mas nós sabemos que você não é um artista popular. Fique à vontade". Outro dia, eu encontrei uma pessoa de lá e disse "E a minha carteirinha de artesão?". "E você quer?". Eu disse "Claro que eu quero". Claro que eu quero como uma forma de dar legitimidade aquilo e defender. Sim, que a gente tinha muito medo do novo governo diferente, como está agora, não é, de se bulir. Então, "Mateus está lá", então, fica mais difícil, sabe, de demolir a coisa, fica mais difícil. Foi nesse sentido e, e, o trabalho que ela fez, um trabalho maravilhoso, que nenhum outro Estado faz, né? De buscar o artesão lá, de dar um pequeno crédito. O camarada queria um motorzinho, uma furadeira, dá um pequeno crédito, o camarada vai e tudo, as feiras e tudo, quer dizer, é uma coisa nesse sentido. Aí, eu estou lá, com muito orgulho, ela solicitou uma peça maior pra gente botar na frente, não é? Mas, como vão fazer o Museu da cidade ao lado, aí, gente, é, o pessoal acha que seria ótimo uma coisa entre o Museu da cidade e a Casa do artesão."

É interessante notar que, embora ele se veja como artista plástico, ele aceita dividir um espaço de exposição com artesãos, denominado Casa do Artista Popular, e que ele brinca com essa possibilidade de uma outra identidade, ao dizer:

M: "Outro dia, eu encontrei uma pessoa de lá e disse "E a minha carteirinha de artesão?". "E você quer?". Eu disse "Claro que eu quero.""⁵

Em outra entrevista, a ceramista Gabriela faz uma fala que contém a mesma ludicidade da de Mateus, como se ela pudesse se fantasiar de artesã. Quando eu pergunto se ela faz parte de alguma associação, ela me diz:

"B: faz parte de alguma associação?"

G: não, Bruna, não. Sim..., tem a carteirinha... Sou artesã, né?(risos)

B: da Casa...

G: sim, da Casa, e só. (...)"

⁴ Refiro-me à Casa do Artista Popular, museu cuja proposta é agregar obras da arte popular paraibana.

⁵ O intuito de ilustrar, de forma clara, nossas percepções acerca das falas dos informantes, colocou, em alguns momentos do texto, a necessidade da repetição de alguns fragmentos das falas, seja para evidenciar alguma questão a ser discutida, seja para abrir uma nova questão a respeito do mesmo fragmento.

Já, os ceramistas Carlos e Manuela têm uma fala diferenciada em relação à importância desse programa do governo e do espaço de exposição “Casa do Artista Popular”, criado pelo programa. Ambos abordam a visibilidade adquirida em função disso e o retorno correspondente. Veja a fala de Carlos:

“C: Porém, a partir do programa “Paraíba em suas mãos”, houve um impulso muito grande. Por quê? Porque se criou um mercado. Quando se cria mercado, se justifica o fazer e, aí, com isso, as pessoas se organizaram em grupos, em associações, em cooperativas. E, hoje você tem uma produção de artesanato da Paraíba muito grande. No meu caso, eu me organizei melhor, produzo mais porque eu tenho subsídio pra fazer mais minhas esculturas. Como a escultura, é..., ela ocupa um espaço irregular, eu complemento com os objetos. Então, eu faço as duas coisas, uma subsidiando a outra. Então, pra mim foi uma grande alternativa que eu encontrei, certo?”

Abaixo, a fala de Manuela sobre o aumento da procura do seu trabalho em função do programa “A Paraíba em suas mãos”:

“M: acho que foi a coisa mais séria que já aconteceu, aqui, na Paraíba. Deu visibilidade ao artesão, deu dignidade, deu oportunidade pra que eles olhassem com outro olhar, se olhasse, olhasse com outro olhar seu próprio trabalho, através das consultorias que eram oferecidas, do pessoal que trouxe de fora pra essas consultorias, que era da melhor qualidade, sabe. E, nisso, eu, também, fui beneficiada no momento que eles pegam minhas peças, adquirem e põe lá como, também, uma referência e através disso muita gente me procura porque vê o trabalho lá. Inclusive chega e quer aquela peça que tá lá (...).”

Com essas histórias, não pretendo dar início a uma discussão a respeito da classificação mais apropriada para os meus entrevistados, a ideia aqui é a de problematizar a questão conflituosa da identidade, ou melhor, das identidades que eles reivindicam para si.

Bauman (2005) chama atenção para essa incerteza, essa transitoriedade que espreita as identidades sociais, culturais e sexuais. Numa palavra, para a ambivalência da identidade.

Tomamo-nos conscientes de que o ‘pertencimento’ e a ‘identidade’ não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age - e a determinação de se manter firme a tudo isso - são

fatores cruciais tanto para o 'pertencimento' quanto para a 'identidade'. Em outras palavras, a idéia de 'ter uma identidade' não vai ocorrer às pessoas enquanto o 'pertencimento' continuar sendo o seu destino, uma condição sem alternativa. Só começarão a ter essa idéia na forma de uma tarefa a ser realizada, e realizada vezes e vezes sem conta, e não de uma só tacada. (BAUMAN, 2005, p.17)

Quando a identidade vira uma questão? Bauman (2005) nos diz que é quando ela deixa de ser "uma condição sem alternativa". Esse "deixar de ser" marca uma mudança na maneira de conceber o tema na contemporaneidade. Essa mudança parece dar conta da ruína de antigas maneiras de pertencimento, tidas como tradicionais e estáveis.

No seu dia-a-dia, o indivíduo convive com uma mistura de valores que permeia suas decisões. Essa situação conflituosa que envolve os valores, também, ocorreu em outras épocas. Mas, é só na modernidade desencantada que o conflito valorativo assumiu a característica distintiva da subjetividade. Ou melhor, é aí, que o ato de se posicionar diante da vida, valoriza o sujeito como alguém que conscientemente nega e afirma valores.

Pois agora não somos mais escolhidos; nós escolhemos, e cada escolha nossa é acompanhada pela consciência de que também teria sido possível uma outra escolha. Com isso, a escolha torna-se auto-reflexiva, num sentido radical (...). Dito de outro modo: a transição para a modernidade é um processo de internalização e de subjetivação, no qual o caminho para dentro tanto mais demora, quanto mais leva para nós mesmos – e não mais para cima, para deus (SCHLUCHTER, 2000, p. 17).

O destino, enquanto sentido que o homem investe à sua vida, não está dado previamente. Ele é constituído por uma "cadeia de decisões últimas", que comprometem o indivíduo existencialmente. A concepção de mundo do homem moderno é pautada pela noção de responsabilidade diante de um mundo que deve ser construído eticamente, através de "escolhas morais e ações meditadas que levam em conta as suas conseqüências na realidade" (SOUZA, 2000, p.37). Dessa forma,

Racionalidade significa aqui o imperativo de qualquer existência humana de se tomar uma personalidade na medida em que a corrente de decisões últimas que conferem, em última instância, o sentido da individualidade de uma vida passa a ser conscientemente executada e mantida (SOUZA, 2000, p. 37)

A novidade do tratamento do tema da identidade vem dessa idéia dela perder a fixidez e ganhar uma condição de artefato, algo em construção contínua. A identidade perde esse caráter de essência, de algo que deveria ser descoberto, e assume o caráter de invenção, de algo que tem que ser construído.

De acordo com Bauman "(...) você tende a trocar uma identidade, escolhida de uma vez para sempre, por uma 'rede de conexões'." (BAUMAN, 2005, p.37). Por isso, a idéia de estabelecer identificações diversificadas e não mais de possuir uma única identidade que engloba todo o indivíduo.

A fala de Gabriela sobre a identidade da cerâmica produzida por ela e, por extensão, da sua identidade como ceramista, denota esse jogo contínuo de possibilidades de identificação e de diferenciação. Ela não faz uma cerâmica popular (e nisso, ela se distingue dos ceramistas populares), mas "**não deixa de ser**" popular também, especialmente quando convém expor num espaço reservado à arte popular.

*"G: (...) as pessoas que fizeram alguma análise da cerâmica, elas disseram: Bem, eu não sei onde você se enquadra exatamente, porque, no popular, puramente, você não tá enquadrada pela qualidade, pelo acabamento, entendeu? Pelos elementos que compõem seu trabalho, ninguém poderia dizer que o seu trabalho é um trabalho que tá inserido na categoria popular. **Mas, aí, também, não deixa de ser, aí, fica nessa, onde tem exposição de arte popular, eu tô dentro.**"*

No caso do grupo pesquisado, entendo que a própria especificidade da constituição do campo da cerâmica em João Pessoa, e nesse sentido, remeto, também, às instituições que estruturam esse campo (museus, salões de artesanato, programas do governo, catálogos, etc.) influencia as maneiras dos produtores se perceberem, assim como delimita, de alguma forma, as táticas possíveis a serem empregadas nas suas atuações.

A perda de uma relação durável e definidora com alguns referentes e paradigmas sociais tradicionais lança os indivíduos numa situação de contínuo conflito, negociação e busca.

Estar total ou parcialmente 'deslocado' em toda parte, não estar totalmente em lugar algum (ou seja, sem restrições e embargos, sem que alguns aspectos da pessoa 'se sobressaiam' e sejam vistos por outras como estranhos), pode ser uma experiência desconfortável,

por vezes perturbadora. Sempre há alguma coisa a explicar, desculpar, esconder ou, pelo contrário, corajosamente ostentar, negociar, oferecer e barganhar. Há diferenças a serem atenuadas ou desculpadas ou, pelo contrário, ressaltadas e tomadas mais claras. As 'identidades' flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas. Há uma ampla probabilidade de desentendimento, e o resultado da negociação permanece eternamente pendente. (BAUMAN, 2005, p.19)

A cobrança pela identidade nacional, por uma estética especificamente brasileira é recorrente no campo artístico. Isso fica claro na fala de Gabriela, quando eu a indago sobre suas influências, ela responde:

G: a arte, né, oriental, também, é uma coisa que me encanta profundamente, a arte indiana. É isso, eu acho, sabe?

B: uhum

G: nada assim muito, muito consciente não, sabe como é? É um gosto que eu tenho, digamos assim. Eu tenho afinidade, eu tenho um interesse particular, lá, pelo oriente, sim. Não vou, não vou negar. Não gosto nem de dizer porque as pessoas, muitas vezes, nem gostam, né? Com essa estória de: "Porque você é brasileira, porque, porque você coloca esses elementos e porque me remete às culturas orientais..." Mas eu não posso fugir de mim, posso, Bruna?

B: claro que não.

G: né, eu sou apaixonada, de fato, pelo oriente, então, a gente só bota pra fora o que tem, né? Procuo, assim, pensar... Porque os nossos índios, aqui, têm esses olhinhos, que têm mesmo, né?

B uhum

G: já dizem que vieram do estreito de Bering, né?

B: uhum

G: Os próprios orientais que vieram morar aqui, não é?

B: uhum

G: então não escapa; são eles, né?"

Gabriela tenta justificar sua afinidade estética com a arte oriental, num raciocínio que aproxima os orientais dos índios brasileiros. Ela faz isso, provavelmente, em resposta a um tipo de crítica sofrida por ela se "desviar" de um universo estético "tipicamente nacional", admitindo identificações para além da produção artística brasileira.

Para entender essa situação, é interessante notar que, a despeito das argumentações da fragmentação das identidades, ainda existem cobranças acerca

da identidade nacional, talvez por esta ter tido, durante muito tempo, uma "primazia no ordenamento da vida dos indivíduos e dos grupos sociais. Esta prevalência se define enquanto autoridade, um valor superior e legítimo", já que o estado-nação representou um "referente simbólico hegemônico". (ORTIZ, 1996, p. 49)

Embora as cobranças a respeito de uma única identidade auto-definidora existam e exijam defesas discursivas dos ceramistas, elas não correspondem às realidades por nós estudadas, como pudemos mostrar no exemplo de Gabriela. Concordamos com García Canclini (2007), quando ele propõe o deslocamento do estudo da identidade para a heterogeneidade e as hibridações interculturais.

As identidades dos sujeitos formam-se agora em processos interétnicos e internacionais, entre fluxos produzidos pelas tecnologias e as corporações multinacionais; intercâmbios financeiros globalizados, repertórios de imagens e informação criados para serem distribuídos a todo o planeta pelas indústrias culturais. Hoje, imaginamos o que significa ser sujeitos não só a partir da cultura em que nascemos mas também de uma enorme variedade de repertórios simbólicos e modelos de comportamento. Podemos cruzá-los e combiná-los. (GARCÍA CANCLINI, 2007, p.201)

Com o aumento e a heterogeneidade das referências identitárias, estamos diante de sujeitos interculturais, que vivem em trânsito entre várias culturas. A constituição das identidades aponta para uma variedade de repertórios ligados aos circuitos internacionais de comunicação, as migrações culturais, as desiguais apropriações da arte e do saber, e até, para as discussões sobre a reterritorialização. O esforço de García Canclini acerca dessa discussão é entender a articulação das tradições e da modernidade, da interação do culto, do popular e do massivo na construção de sentidos a partir das "mesclas inevitáveis".

Essa hibridação intercultural, ele vai explicar discutindo as culturas urbanas, as quebras das coleções organizadas pelos sistemas culturais, a desterritorialização dos processos simbólicos e a expansão de gêneros impuros. O autor coloca que as classificações que pressupõem estabilidade e fixidez caracterizadoras de grupos de objetos culturais não respondem mais às realidades múltiplas e fragmentárias de alguns contextos culturais. (García Canclini, 2006)

No seu debate sobre a peculiaridade da modernização da América Latina, o autor aborda as culturas híbridas como reflexo das discontinuidades entre modernidade e tradição, campo e cidade, subalterno e hegemônico. As referências

contidas nos produtos culturais apontam para uma variabilidade de signos advindos do choque ou de uma convivência, num espaço globalizado, entre uma cultura mundializada e uma cultura “local”.

Essa coexistência caracterizaria um novo processo de elaboração da cultura material marcado pela hibridação, ou seja, “processo sociocultural no qual estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas”. O autor propõe um novo tipo de investigação que,

(...) reconceitualize as transformações globais do mercado simbólico levando em conta não apenas o desenvolvimento intrínseco do popular e do culto, mas seus cruzamentos e convergências. Como o artístico e o artesanal estão incluídos em processos massivos de circulação das mensagens, suas fontes de aproveitamento de imagens e formas, seus canais de difusão e seus públicos costumam coincidir. (GARCÍA CANCLINI, 2006. p 245).

Assim, a proposta do autor é empreender uma reflexão a respeito do panorama de como se processa este encontro entre o mundo tradicional e o mundo moderno, que, “em sua dinâmica, desenvolve uma outra cultura que, desde sua origem híbrida, já pertence à esfera do capitalismo”.

Esse hibridismo é claramente percebido na trajetória da formação desses ceramistas, no trânsito que fizeram do rural para o urbano, nas suas influências estéticas que vão do popular a pintores cubistas do século XX, nas suas formas de agregar ferramentas tecnológicas como estratégia de expansão de mercado.⁶

A mistura intercultural existente nas influências de cada ceramista é impressionante, Gabriela, por exemplo, cita três influências presentes no seu trabalho, a cultura pré-colombiana, a arte oriental e um artista plástico pessoense com quem foi casada. As de Mateus, se iniciam com Vitalino na feira e vão para Aleijadinho. As de Carlos, de Picasso a cerâmica popular. A fala de Manuela é bem ilustrativa dessa miscelânea de referências:

“B: é... Tem algum artesão, artista plástico que lhe influencia, lhe influenciou?”

M: muitos. Bom, como eu falei, anteriormente, eu tive é professores, como Flávio Tavares, Tereza Carmem (...), Montez Magno, que foram assim... muito importantes.

B: uhum

⁶ Refiro-me ao uso do site como importante canal de venda utilizado por quatro dos cinco ceramistas entrevistados.

M: depois, é... Eu andei circulando por ateliês de vários artistas populares – oleiros, mulheres paneleiras, que eu trabalhei com elas no interior da Paraíba, em Serra do Talhado...

B: hum

M: Gurinhém, Tracunhaém. E, com essa, com esse pessoal, inclusive trouxe alguns. Serra branca, inclusive, trouxe pra oficina no meu ateliê. Então, com eles, eu aprendi muito, muito mesmo. Mas, não me contentei só com isso, achava que, é... Você tem que aliar esse conhecimento, que é uma coisa que já vem de geração em geração, que é uma coisa super importante, mas você tem que aliar um pouco ao contemporâneo, né?

B: uhum

M: Então, é... Eu saí, saio de vez em quando e vou para um ateliê de algum ceramista, fora, que eu acho que tem um trabalho, que tenha uma pesquisa, que vale a pena eu conhecer aquela pesquisa. Então, têm Frieda Dourian, eu já estive com ela, Katsuko Nakano, inclusive, eu já trouxe Katsuko, um grande nome na cerâmica. É... Megumi Yuasa, que é um ceramista e uma figura humana maravilhosa.

B: uhum

M: sabe? É... Keiko, e outros que, agora, eu não lembro. Além da, da influência que têm alguns fora. São pessoas que têm, mesmo que não seja na área de cerâmica, que tem um trabalho muito forte, como, por exemplo, Louise Bourjois, (...), é... Esse inglês, que eu não tô lembrada qual é o nome dele agora, que tem esse meu trabalho que tem muito a ver com o trabalho dele, Anthony Gormley. Tem aquele inglês também, (...). Então, na área da arte têm muitos assim que... Modigliani, que eu tenho como mestre, não pra copiar, mas pra absorver toda a pesquisa que eles fizeram."

As histórias de vida, por sua vez, são parecidas, saídos do ambiente rural para o urbano, pelos menos quatro⁷ dos cinco ceramistas, têm o seu primeiro contato com a cerâmica ou o barro, logo cedo, seja através da fabricação de seus próprios brinquedos (Manuela e Natália), seja pela lembrança de uma tia-avó artesã responsável pela fabricação de louça (Carlos), seja pela apreciação do trabalho de mestre Vitalino nas feiras (Mateus).

A trajetória de migrar do rural para o urbano marca uma passagem da infância para a maturidade e a introdução aos estudos, sejam estes universitários ou orientados por alguém "culto" da família. Na cidade, dá-se o contato com referências da arte mundial através de livros e professores, e, com as técnicas artísticas repassadas pelos professores e outros ceramistas; é um momento de profissionalização.

⁷ Gabriela faz um relato biográfico diferenciado, encontrando a cerâmica só na maturidade, com quase 40 anos.

Essas trajetórias já falam um pouco desses cruzamentos entre rural e urbano, entre o popular e o erudito. Abaixo dois trechos diferentes da fala de Manuela que ilustram isso:

B: Eu queria saber como você aprendeu o ofício, com quem, há quanto tempo você aprendeu?

M: Eu sempre falo que a arte tá na minha vida a partir das brincadeiras na infância. Eu nasci na beira do rio numa cidade pequena e, todo mundo brincava no rio. Então, com o material que eu tinha que era a tabatinga, que era uma argila sem muita plasticidade... É..., não se usa muito, né? Porque ela não tem resistência; a gente ficava moldando ali, bozinho, frutas. Botava pra secar no sol e aquilo, ali, era a brincadeira. Bom, eu tenho a influência de uma casa que era uma espécie de liceu de arte e ofício. Porque a minha mãe era uma pessoa muito prendada, apesar de nunca ter tido oportunidade de estudar, frequentar... Mas, ela, não sei de onde, tinha intuição, e..., pra descobrir materiais, reaproveitar essas matérias, coisa que hoje tá tão na moda, né?"

(...)

M: aí, eu descobri um mundo completamente diferente que... e novo em termos, né, que ele já estava lá, mas que havia muitas possibilidades. Aí, então eu comecei mesmo, sabe? É..., a..., foi xilogravura, pintura, história da arte, desenho, escultura, e... Bom, daí, eu acho que esse contato assim mais, eu nem digo acadêmico, mas o contato com pessoas que tinham grande sensibilidade, que perceberam em mim, sabe, alguém interessada e que.. podia, também, crescer nessa área; eles me deram muito apoio. Então, foi Flávio Tavares, Teresa Carmem de Recife, Montez Magno de Recife. Essas pessoas foram muito importantes, elas me mostraram um mundo da arte diferente. E, aí, através de leituras, eu acho que isso foi uma concepção diferente do fazer, que não é um fazer é...puramente artesanal, repetitivo.

B: aham

M: mas ele tem uma base teórica também"

Dois trechos de Mateus, mostrando uma trajetória semelhante:

M: eu sou de Caruaru. Abri os olhos para o mundo com o tabuleiro com o mestre Vitalino, lá na feira, né? Então, nos tínhamos dois encontros semanais – quartas e sábados.

B: uhum

M: quer dizer, tudo de novo que ele fazia, surgia, estava lá no tabuleiro.

B: aham

M: as chamadas novidades e o, o, já o tradicional, né? Tava lá o que ele criava de novo e o tradicional. Quando você abre os olhos para o mundo e tem uma coisa perfeita diante de você, quer dizer, um artista predestinado como o Vitalino... Eu acho que não só a mim, mas como todas as crianças, que era o público de Vitalino; a obra dele era direcionada para as crianças. Ele nunca imaginou e não passa pela cabeça o valor daquilo como uma obra de arte para ser colecionada e etc. Não

existia isso. E, tem um livro do Pierre Verger que mostra fotos dele exatamente dessa idade, dessa época; ao redor do tabuleiro, são só crianças. Então, quando você vê um trabalho daquele, uma proposta assim, um boi bem definido, uma figura humana bem definida, não no sentido acadêmico, mas no sentido da sua cultura clara, num vocábulo claro, tão claro que... (...) Mas, antes de alguém escrever sobre a região, já havia uma crônica no barro desde a, a era de 20, a década de 20, feita pelo Vitalino."

(...)

"M: (...) Depois, vim pra cá, litoral, onde eu passei a ter uma, acesso à biblioteca, né? Tinha um mestre de pintura aqui, onde eu passei a aprender pintura. É... Cerâmica, na época, só quem fazia era Francisco Brennand.

B: uhum.

M: não é, que está fazendo agora oitenta e... fará oitenta dois, oitenta e três anos no próximo ano, né? Então, cerâmica como ofício do, de artista era praticamente Brennand que fazia, não é? Os vasos, os murais. Não fazia ainda a estatuária de alta temperatura como nós fazemos; que o pai dele foi o meu mestre e o mestre dele."

A história de Natália:

"N: uhum. Na verdade eu já fazia, eu já fazia porque lá quando eu morava no interior, meus brinquedos eram feitos por mim, eu já fazia, fazia sempre a vaquinha, escultura mesmo, eu fazia aquelas cabeças gigantes assim de lobo, de cachorro, e colocava no meu rosto, só que não tinha nenhuma técnica assim, eu não queimava."

(...)

"N: então, eu sempre trabalhava escondido, trabalhava não, brincava na verdade, porque nada que eu fiz lá... Ficou apenas na minha mente, né? Nada que eu fiz lá, eu pude trazer ou pude vender. Porque é tudo brincadeira mesmo, coisa de criança mesmo. Nada que... Eu só tive o contato com o barro e de fazer algumas coisas escondido porque não podia fazer, é... fazer mesmo como se diz profissional porque nem fazer pra ver a coisa pronta, porque eu não tinha a técnica de queima, de saber que se molhasse desmanchava, sabe? Era tudo uma brincadeira. Ai, depois, quando meu pai faleceu e eu tive que vir pra cá e, aqui, foi que eu... Despertou a vontade de fazer o curso de Educação Artística, como eu falei... (...)"

A narrativa de Carlos:

"C: veja bem, eu sou autodidata, certo? Eu não tive, eu não tive... escola. (...) Então, mas, eu não tive curso de formação.

B: aham

C: não tenho curso acadêmico nem, nem... Foi através de pesquisa realmente, foi... É... viver nesse convívio mesmo do mundo.

B: aham

C: e, a vida, enfim.

B: aham

C: *Eu nasci em fazenda, eu tinha uma tia-avó que era ceramista, fazia cerâmica, porque ela quem abastecia os utensílios naquela comunidade, certo? Em cada comunidade, normalmente tinha um artesão, ou dois artesãos, seja pra fazer um balaio, seja pra fazer..., que era o, o utilitário da região*

B: *aham*

C: *que o pessoal consumia realmente. Balaio, caçua, que era feito de cipó, a panela que era feita de barro, o alguidar, o pote. Então, esses utensílios, normalmente, você se abastecia na comunidade, ou na feira mais próxima. Mas sempre tinha alguém da comunidade que trabalhava não como objeto decorativo. Então, ele trabalhava como agricultor e, nas horas vagas, ele, produzia esses objetos. Então, eu tinha uma tia que fazia exatamente essa parte de louça, que chamava de louça, né?*

B: *aham*

C: *É panela de barro, alguidar, chaleira, é... o pote mesmo, enfim, essa, esses objetos. Eu tinha acesso à queima e tal, eu ficava apaixonado com aquilo, eu trabalhava muito com cera de abelha, e tal; mas num... Morava no sítio, não tinha o que despertasse. Fazia por curiosidade mesmo, como todo menino que pegasse uma coisa vai pintar e tal, num tem nada a ver com arte não."*

(...)

"Quando eu vim morar em João Pessoa, foi o quê, em sessenta e nove, setenta, eu tinha meus onze, doze anos; eu vim morar na casa de um tio que era um intelectual, que era um economista, que era uma figura da literatura, tal, que tinha uma grande biblioteca e que era uma figura assim super... incentivadora, muito próximo à cultura mesmo, ele era um cara extremamente... Adalberto Barreto. Foi dono de jornal aqui. (...) E, aí, sim, eu comecei a perceber, a ter acesso à história da arte e tal, a Aleijadinho, Salvador Dali."

Esses dois tipos de conhecimento que eles agregam, um da experiência do fazer manual mais ligado à cultura popular e o outro, mais abstrato, ligado às teorias, às estéticas, se entrecruzam configurando suas referências híbridas. Isso que produz essa contradição de eles se identificarem como artistas plásticos, mas, às vezes, serem identificados como artistas populares, ou como tendo referências populares.

Esses "lastros populares"⁸ refinados por uma pesquisa estética própria, são alvos de disputa na hora de definir sua própria identidade. Como Garcia Canclini (2006, p. xviii) fala, a hibridação "não é sinônimo de fusão sem contradições, mas sim, que (esta) pode ajudar a dar conta de formas particulares de conflitos geradas na interculturalidade recente (...)".

Na defesa discursiva deles, esse trânsito que fazem entre arte e cultura popular ficaria, melhor, definido da seguinte forma: a cultura popular representando as influências no conteúdo, nas imagens usadas por eles, como uma espécie de

⁸ Esse termo aparece na fala de Mateus ao comentar sobre seu trabalho.

"matéria-prima"; e, a arte, como o que eles fazem, a ação de transformar, de criar, de não se repetir, o trabalho estético-formal propriamente dito.

A idéia da cultura popular⁹ como um "saco" cheio de temas, mitos, imagens, motivos, cenas, personagens, cores, texturas, parece que informa uma estética própria que tem a ver, diretamente, com as representações construídas sobre a região Nordeste como o lugar da não-modernidade, do rústico, da tradição:

B: eu queria que você falasse, um pouco, das suas influências..

N: assim, eu achei que a influência, ela é mais assim, tipo assim... Do nordeste existe, né? Não tem como não existir, porque, lá fora, a gente sabe, né, eu escuto muito isso: " Ah, eu gosto muito dessa coisa nordestina". Como ele fala, né? Até a expressão existe daí, as florzinhas do nordeste...

B: uhum

N: as coisinhas minuciosas, as coisas são mais do nordeste, não tem aquela coisa pronta já de, um trabalho mais... Como ele é terra mesmo que usa, a terracota, esse trabalho assim das cores serem naturais fica muito...

B: uhum"

A ceramista Manuela mobiliza uma distinção entre arte e artesanato, através da qual o artesanato é entendido como uma atividade que fabrica em série e, a arte teria a preocupação com a diferenciação constante, e conseqüentemente com a unicidade da peça. Veja na fala de Manuela:

"B: é... isso aqui acho que você já me respondeu, né? Se seu trabalho é um trabalho ligado ao artesanato ou as artes plásticas...

M: é... Deixa eu explicar um pouquinho...eu não, não, não vejo essa diferença. Sempre digo que essa linha se rompeu. Agora, por outro lado, eu busco na cultura popular os elementos, e eles estão nas minhas peças, o tempo todo. Mas há uma diferença, é, que..., da minha preocupação em não repetir como é feito, aquela coisa em série. Não, eu busco elementos dessa cultura pra valorizar essa cultura.

B: uhum

M: mas não pra fazer disso uma repetição."

Em outros casos, eles diferenciam tecnicamente arte e artesanato/cultura popular/cerâmica popular, a partir do domínio de alguma técnica específica ou por

⁹ O termo cultura popular é tratado, aí, como ele aparece nas falas dos ceramistas pesquisados, e não como um conceito a partir do qual refleti sobre as produções culturais dos informantes. Na verdade, nossa reflexão se encaminha no sentido de uma reflexão que vai além da necessidade de enquadramento das produções e dos produtores e, se estabelece pela utilização de perspectivas teóricas que superam uma visão dicotômica acerca da cultura.

qualidades de execução do trabalho. Veja os exemplos de Gabriela e Carlos, respectivamente:

"B: (...) E, sua ligação com a cultura popular nordestina, tem? Porque, o fato de você expor lá na Casa eu fico pensando, se você acha que tem alguma proximidade do artesanato popular com o seu trabalho, ou não, se foi um convite..."

G: (Interrompe) É que eu vou te falar, sabe, quando eu comecei a fazer isso eu não tive, acredito que, eu acho que ninguém tem não, eu não me preocupei em que categoria (...) seria... Isso é ridículo, né, você se preocupar com isso.

B: Uhum

G: Porém, as pessoas que fizeram alguma análise da cerâmica, elas disseram: Bem, eu não sei onde você se enquadra exatamente, porque, no popular, puramente, você não tá enquadrada pela qualidade, pelo acabamento, entendeu? Pelos elementos que compõem seu trabalho, ninguém poderia dizer que o seu trabalho é um trabalho que tá inserido na categoria popular. Mas, aí também, não deixa de ser, aí, fica nessa, onde tem exposição de arte popular eu tô dentro."

Carlos:

"B: qual a diferença ,é na técnica, né?"

C: na técnica, porque você... O artista popular, ele, normalmente, ele pega a argila naturalmente, ele molha, curte a argila e confecciona sua peça, certo?"

B: certo.

C: então, muitas vezes, ele perde suas peças porque ele não tem muito, não tem o conhecimento técnico de como resolver essas rachaduras, tá entendendo? Essas fissuras, que é natural, seja na secagem, seja na queima muito rápida, às vezes, por impurezas até na própria argila. Então, você, no caso, a cerâmica contemporânea, você vai estudar os tipos de argila, vai ver como secar, vai queimar pra ver o comportamento dela e corrigir as falhas realmente que, por ventura, ela venha ter, seja através de outros minerais inseridos na massa... Porque a cerâmica é como massa de pão, cada padaria tem um tipo de pão diferente, mesmo pão francês, mas você tem sabores diferentes que vai de acordo com o tipo de farinha e da forma como o cara preparou, como assou, como a farinha descansou... A mesma coisa é a argila.

B: você prepara a sua aqui..."

C: tem que ser preparada aqui. O menino tava passando a massa ali, que ali já têm outros minerais (...), vários outros materiais que são inseridos pra que ela tenha resistência à alta temperatura, tá entendendo?"

Além da distinção que Carlos faz entre cerâmica popular e cerâmica contemporânea a partir do domínio da técnica, por exemplo, da cerâmica vitrificada; o fato de ela ser queimada em alta temperatura, também, parece ser um instrumento de classificação. Na fala de Mateus, isso parece estar insinuado, parece ser algo

convencionado como “mais artístico”, ou, com mais possibilidade de prestígio, o artista que queima em alta temperatura suas peças:

“M: (...) Então, cerâmica como ofício do, de artista era praticamente Brennand que fazia, não é. Os vasos, os murais. Não fazia ainda a estatuária de alta temperatura como nós fazemos. (...)”

Manuela coloca a queima em alta temperatura como um passo a ser dado, uma inovação almejada, o que parece confirmar nossa impressão a respeito da importância dada a essa técnica:

“M: é, agora, as técnicas, né? Quando você começa, é claro que tem que haver uma evolução, né? Então, as técnicas são aquelas fundamentais, aquelas que você tem que tá atenta, né? (...) Eu trabalho muito de uma forma primitiva, partindo da bola oca, que é o princípio primitivo, do rolinho também. Gosto muito de trabalhar com o rolinho e faço muitas placas também. Então, são aqueles. Gosto de esculpir, trabalhar no bloco. Então é isso, é... o, a modelagem, o rolinho, é, a placa e o bloco. Agora, é..., dentro disso aí, eu vou inovando assim, sabe?

B: uhum

M: eu vou é... Eu acho que até exaurindo (ri) a capacidade da argila, né? Quero ir até o extremo, ver até onde ela resiste, onde ela, como é que ela se comporta, sabe? Só, ainda, não consegui fazer isso na queima, que eu gostaria de fazer esse experimento com a queima. Botar uma temperatura bem alta pra ver que é que acontece, e o que acontecer, é aquilo. Ainda não fiz experiência, mas tô a caminho.”

Ainda, quando Mateus fala da cerâmica como expressão, ele está falando que existe essa categoria dentro da produção em cerâmica, ele está fazendo uma diferenciação:

“M: então, essa formação, né? Quer dizer, aqui, a primeira pessoa a fazer cerâmica como expressão fui eu. Depois, vieram nomes, né, como Tota, Carlos, Gabriela que foi casada com Fulano¹⁰. Enquanto foi casada com ele, nunca fez nada. Misteriosamente quando separou explodiu uma ceramista extraordinária. Arte tem dessas coisas, né?”

Essa relação tensa de delimitação entre o culto e o popular que é efetivada, várias vezes, na fala dos ceramistas, também, pode ser fruto das marcas de um processo de reconversão de uma coisa em outra, do popular em erudito. Pelo

¹⁰ O termo Fulano foi usado para preservar a identidade da pessoa citada.

menos, em García Canclini (2006), os processos de hibridação significam reconversão de algum patrimônio, por exemplo, um conjunto de técnicas e saberes, em outra coisa com novas possibilidades de inserção no mercado. E, aí a criatividade seria a verdadeira mola propulsora da hibridação nas artes.

1.3 Arte como empreendimento autoral: unicidade e a recusa à divisão social do trabalho

A fragmentação do trabalho, a especialização e a separação do trabalhador não só dos meios de produção, mas do próprio fruto de seu trabalho, contribuíram para a objetificação dos produtos fabricados. Realizando apenas uma parcela do produto, o trabalhador perde a relação com a totalidade, se concentrando apenas na parte. O resultado final do trabalho, pois, diz muito pouco, ou nada, da personalidade do produtor. Simmel chega a dizer que a especialização da atividade no trabalho atrofia a personalidade unitária (SIMMEL, 2005):

A elevação da energia e da habilidade físico-psíquica, que comparece na atividade parcial, colabora na eliminação da personalidade total unitária que, nela, é de pouco proveito: a atividade especializada deixa-a mesmo freqüentemente atrofiar-se, ao retirar dela uma quantidade de força imprescindível à configuração harmônica do eu; em outros casos, o desenvolvimento da atividade especializada implica um estrangulamento do núcleo da personalidade, ao constituir-se como uma província com autonomia ilimitada, cujos produtos não afluem ao centro. A experiência parece mostrar que a totalidade interior do eu se produz essencialmente na atuação recíproca com a coerência e com o acabamento dos afazeres da vida. (SIMMEL in SOUZA & ÖELZE, 2005, p.51)

Para Simmel (2005), só existe relação verdadeira entre personalidade do sujeito e objeto quando é uma relação de totalidade, ou melhor, quando se trata da produção de uma unidade singular. O produto-síntese, ou o produto fruto da divisão do trabalho tem o caráter notoriamente fragmentário em consequência de sua produção dividida, não se identificando assim a um nenhum homem específico.

A divisão do trabalho gera, então, uma produção objetiva caracterizada pelo anonimato, fragmentação. A totalidade ou a obra que se produz coletivamente "pela soma de realizações pessoais diferenciadas" é de natureza objetiva, pois se perde a

referência subjetiva, ou seja, a um sujeito produtor. No mesmo sentido, pode-se assinalar o processo de separação do trabalhador dos meios de produção e do seu trabalho, transformado em mercadoria; tal afastamento "(...) separa profundamente as condições subjetivas do trabalho das objetivas". (SIMMEL in SOUZA & ÖELZE, 2005, p.54)

Num sentido inverso, a obra de arte seria, em sua essência, a representação da totalidade, uma unidade indissolúvel.

A essência desta é absolutamente intransigente com a repartição do trabalho por uma pluralidade de trabalhadores, que não realizam individualmente algo completo. Dentre todas as obras humanas (...), a obra de arte apresenta a unidade mais coerente, a totalidade mais auto-suficiente (...). A arte, ao contrário, não permite a nenhum elemento acolhido uma significação externa à moldura na qual ela o insere. A obra de arte específica destrói a pluralidade de sentido das palavras e dos sons, das cores e das formas, para deixar existir, para a consciência, somente aquele lado destes voltados a ela. A coerência da obra de arte significa, pois, que, nela, uma unidade anímica subjetiva encontra expressão; a obra de arte exige um único homem, mas o exige inteiro, em sua intimidade mais central: ela retribui isto pelo fato de sua forma lhe permitir ser o mais puro espelho e a mais pura expressão do sujeito. (SIMMEL in SOUZA & ÖELZE, 2005, p.52)

A arte, na concepção simmeliana, ao recusar a divisão do trabalho, afirma a relação direta entre produto e produtor, obra e criador. O que ocorre, nesse caso, é a interseção entre a totalidade da obra e a unidade da alma do criador.

Com relação à divisão do trabalho, dois ceramistas, Manuela e Gabriela, não possuem nenhum funcionário e fazem a totalidade do trabalho, sendo que Gabriela compra não a argila, mas a massa cerâmica, que vem de São Paulo, já pronta para ser trabalhada e Manuela compra sua argila de um oleiro em Santa Rita que já faz o preparo inicial da massa. Mateus e Carlos têm apenas um funcionário, cada um, para fazer este preparo inicial. E, a exceção é Natália que conta com cinco funcionários.

Na minha interpretação, existe, de fato, por parte deles, de quase todos, uma recusa à divisão do trabalho, assumindo praticamente, não só, todas as etapas da produção, mas, também, se ocupando da circulação da sua obra. A fala de Mateus aborda a questão:

"B: uhum. Queria saber se você têm ajudantes?"

M: tenho um. Ainda acho muito, que tem uma determinada hora, que eu mando ele pra longe. Não é, quer dizer, é você fazer, porque, repare bem..No caso do Brennand, ele goza de um privilégio de ter vários ajudantes. Mas, às vezes, a obra de arte, ela se inicia pelo seu contrário. Ela mostra uma coisa, mas ela quer terminar o contrário daquilo. No caso de Brennand, ele faz um desenho e entrega para a equipe, a equipe faz exatamente aquilo. No nosso caso, como eu trabalho praticamente só, o ajudante serve pra criar, pra fazer as argilas, a parte da pintura, preparar tela, preparar base de tela. Então, depois, desaparece, eu trabalho só e fico só. E, muitas vezes, a obra de arte, ela começa exatamente pelo seu contrário. Quer dizer, a vantagem de você fazer tudo é essa, que você conhece todo o processo e não cria distanciamento entre você e o fazer."

Agora, apesar da constatação acima, a maioria deles, nas entrevistas, abordaram a "necessidade", no caso da cerâmica, de se ter uma outra pessoa para fazer o trabalho inicial de preparo da argila, por este ser um trabalho "estritamente manual", pesado e desgastante e, que isso não interferiria no resultado final da peça.

Outro aspecto observado é a preocupação com a unicidade das peças, com a sua não-reprodução, com a sua condição de exclusividade, isso lhes daria um *status* de obra-de-arte:

"M: (...) De que eu tenho que produzir hoje pra vender amanhã e tem uma encomenda e quer tantas desse jeito e, você "Não, calma aí!". Não trabalho desse jeito não, sabe? Não. Então, alguém vê um mural meu, como eu tenho aí, em restaurante, o turista fica encantado, aí, liga de lá: "Eu tô aqui e, num sei quê, a senhora não faz um desse pra mim?". "Não, não faço". "Mas, por quê?". "Porque esse projeto foi daí, você pode vir aqui no ateliê, a gente conversar e eu criar outra coisa, mas esse é de lá".

B uhum

M: Então, isso e isso, essa postura impede que eu venda mais. Mas, eu num, num, não reclamo. Acho que tá dando pra sobreviver, pra pagar aluguel, né? Tá dando pra viver.

B: e, ocorre muito essa coisa da encomenda das peças?

M: é. Muito. Porque vai lá, eles querem que eu faça uma daquelas, aí eu faço "Não, infelizmente, não faço".

B: uhum

M: Você tem que chegar e dizer "Eu quero uma peça em tais dimensões, assim, assim, assim. E aí, eu faço."

Na narrativa de Natália, abaixo e, na de Manuela, acima, elas defendem a exclusividade da peça mesmo que isso signifique dificuldades na comercialização diante de pedidos de clientes por peças iguais as que eles viram em outros lugares:

"N: Porque assim, como você sabe, né, a pessoa me encomenda. Esse negócio da encomenda é bem complicado porque você tem que fazer igual ao que a pessoa viu e, tem gente que é meio cruel " Eu quero que você mande igual a que eu vi na casa de não sei de quem lá". Imagine (risos), você fazer um trabalho que a pessoa comprou e tá lá na ca... decorando tal ambiente, pra você fazer igualzinho..

B: uhum

N: tirando essa exclusividade daquela cliente, né, que pediu. "Olhe, eu posso fazer melhor, ou diferente". "Mas não dá pra ser igualzinho?". Olhe, eu deixei de fazer porque igualzinho, eu não ia querer fazer isso, de tirar aquela exclusividade daquele cliente pra fazer igualzinho, até as cores! Podendo as pessoas pensar em querer, "Não, mas eu quero igual". "Igual, eu não vou fazer". "Por quê? Você não sabe fazer igualzinho?". Eu disse "Sei, até sei, mas é melhor pra você e pra pessoa, fazer diferente". Tem esse lado sabe? Então, essa preocupação de tá criando, renovando e multiplicando até de outras formas é mais interessante do que fazer igual, eu acho."

Embora, as narrativas das duas ceramistas sejam parecidas, acredito que a semelhança seja pela defesa de um valor comum: o da autenticidade.

O aqui e agora do original constitui o conteúdo da sua autenticidade, e nela se enraíza uma tradição que identifica esse objeto, até nossos dias, como sendo *aquela* objeto, sempre igual e idêntico a si mesmo. A esfera da autenticidade, como um todo, escapa à reprodutibilidade técnica, e naturalmente não apenas à técnica. Mas, enquanto o autêntico preserva toda a sua autoridade com relação à reprodução manual, em geral considerada uma falsificação, o mesmo não ocorre no que diz respeito à reprodução técnica (...). (BENJAMIN, 1985, p.167)

Porque, talvez não seja o caso de Manuela, mas no caso de Natália, o fato de ela trabalhar com vendas a partir de um mostruário, pressupõe uma certa reprodução das obras, já que o cliente escolhe sua obra não a partir de uma negociação, como é o caso de Manuela, mas de um conjunto de possibilidades já existentes; um mostruário pressupõe uma tipificação das peças. Sobre o mostruário e as vendas a partir do *site*, Natália:

N: (...) Todas (as obras) do site estão disponíveis, não estão? Aí, eles escolhem uma do site e, pela numeração, ela (funcionária de uma ONG responsável pela comercialização de sua obra) liga pra mim e, diz "Faça essa", aí, eu faço. Quando tá pronta, aí a gente manda pra ela, se gostou, aí, eu não tenho assim o contato. (...)

As encomendas, possibilitadas pelo acesso ao acervo das obras no *sítio*, ou ao mostruário, parecem ser uma importante estratégia de comercialização de quatro dos cinco ceramistas, com exceção de Manuela.

A distinção entre arte e artesanato elaborada pelos ceramistas nas suas falas, e trabalhada neste capítulo, parece ser de grande importância para o entendimento das relações identitárias desses ceramistas. No segundo capítulo, a hipótese que será investigada, utilizando o conceito de campo de Bourdieu, é a de que o que estaria em jogo quando eles reivindicam essa distinção arte/artesanato, é o prestígio no campo, a legitimidade das obras e, por extensão, dos artistas. Dentre outras coisas, a idéia é interpretar se o campo da cerâmica hierarquiza as obras de acordo com sua aproximação da arte erudita, desvalorizando os que estão mais próximos das artes populares, ou seja, se existe uma gradação de níveis que vai do popular ao culto.

Capítulo II – O campo da cerâmica em João Pessoa

2.1 A contextualização social dos bens simbólicos

O objetivo deste capítulo é a construção do campo da cerâmica pessoense a partir do grupo de produtores selecionados para esta pesquisa.

Na perspectiva teórica proposta por Thompson (1995), os fenômenos culturais devem ser entendidos como formas simbólicas (ações, objetos e expressões significativas) em contextos socialmente estruturados. Disso, resultaria uma análise cultural que se detém não só sobre a constituição significativa das formas simbólicas, como, primordialmente, sobre a contextualização social através de processos que estruturam essas formas.

A dimensão significativa das formas simbólicas está representada nas suas cinco características essenciais. A característica *intencional* representa a expressão tencionada pelo sujeito produtor. A *convencional* diz respeito aos esquemas, convenções, etc. empregados na produção e interpretação das formas simbólicas. A *estrutural* denota sua estrutura composta de elementos relacionados. A *referencial* sinaliza a representação proposta por cada forma simbólica. E a *contextual* refere-se à inserção de tais formas em contextos sócio-históricos de produção, transmissão e recepção. (THOMPSON, 1995)

Dentro dessa abordagem, a contextualização das formas simbólicas possui uma importância central. Os contextos socialmente estruturados seriam como os campos de interação de Bourdieu, ou seja, espaços sociais de posições de indivíduos e o conjunto de suas trajetórias determinadas pela distribuição diferenciada de recursos ou capitais econômicos, simbólicos e culturais.

A inserção das formas simbólicas em contextos sociais também implica que, além de serem expressões para um sujeito (ou para sujeitos), são, geralmente, recebidas e interpretadas por indivíduos que estão também situados dentro de contextos sócio-históricos específicos e dotados de vários tipos de recursos; o modo como uma forma simbólica particular é compreendida por indivíduos pode depender dos recursos e capacidades que eles são aptos a empregar no processo de interpretá-la. (THOMPSON, 1995, p. 193)

A estruturação de um campo de interação social se dá a partir das assimetrias estáveis em relação à distribuição de recursos e esquemas de apropriação da cultura. A posse ou o desapossamento cultural determinariam, em grande medida, a hierarquia das posições dos indivíduos nos diferentes campos de interação entre dominantes, intermediários e subordinados. Esses campos, bem como o conjunto de instituições sociais que os caracterizam, são estruturados por essa disparidade de recursos entre os indivíduos.

A compreensão simbólica do significado tenderia, então, a reproduzir as condições de recepção e produção, já que as formas simbólicas são trocadas por indivíduos localizados em contextos específicos mediante uso de meios de transmissão cultural.

Ao receber e interpretar formas simbólicas, os indivíduos estão envolvidos em um processo contínuo de constituição e reconstituição do significado, e este processo é, tipicamente, parte do que podemos chamar *reprodução simbólica dos contextos sociais*. (...) o significado das formas simbólicas, da forma como é recebido e entendido pelos receptores, pode servir, de várias maneiras, para manter relações sociais estruturadas características dos contextos dentro dos quais essas formas são produzidas e/ou recebidas. (...) A reprodução simbólica dos contextos sociais é um tipo particular de reprodução social: é aquela reprodução social mediada pela compreensão cotidiana das formas simbólicas. (THOMPSON, 1995, p. 202)

Nesse sentido, indivíduos em posições diferentes valorizam formas simbólicas distintas que correspondem, em alguma medida, aos seus posicionamentos nos campos de interação. Isso, considerando que tais formas simbólicas estão sempre em processos de valorização, ou seja, em processos nos quais lhe são atribuídos "valor".

A atribuição de valor simbólico ou econômico a determinado bem simbólico é empreendida por distintas estratégias de valorização que estão ligadas às diferentes posições em um campo que, por sua vez, correspondem às aquisições de capitais. Dessa forma, estão em posição dominante dentro de um campo aqueles que têm acesso a recursos/capitais de vários tipos. Em intermediária, aqueles que têm acesso desigual ou limitado a diferentes tipos de capitais. E, em subordinada, acesso a quantidades mínimas de quaisquer capitais. (THOMPSON, 1995)

Pode-se dizer que "A posição ocupada por um indivíduo em um campo ou instituição e a expectativa de recepção de uma forma simbólica pelos indivíduos a

quem a mesma é destinada são condições sociais de produção que moldam a forma simbólica produzida” (THOMPSON, 1995, p. 201)

Portanto, a partir de Thompson (1995), pode-se apreender a cerâmica como “bem simbólico”, ou seja, uma forma simbólica mercantilizada, e pensar que a contextualização social da mesma envolve um campo de interação constituído pela produção e recepção de tais formas simbólicas, onde produtores e consumidores se movem, constituindo trajetórias e marcando posições diferenciadas.

O campo artístico, campo que engloba o da cerâmica, seria o “*espaço estruturado de posições e tomadas de posição*”, onde indivíduos e instituições competem pelo monopólio sobre a autoridade artística à medida que esta se autonomiza dos poderes econômicos, políticos e burocráticos” (Wacquant, 2005, p.117).

Bourdieu (1996) delimita três operações para a abordagem de um campo social, a primeira consiste em situá-lo dentro do campo do poder (e, aqui, o campo do poder será retratado pelo campo econômico e pelo político), a segunda seria a análise da estrutura interna desse campo (o entendimento das relações objetivas entre as posições no campo, suas leis de funcionamento, sua transformação), e a terceira trata de demonstrar a constituição do *habitus* dos produtores-concorrentes no interior do campo a partir de suas trajetórias sociais.

2.2 O campo da cerâmica no campo do poder

O processo de diferenciação das dimensões da vida (arte, religião, direito, política, etc.), característico do mundo moderno, ao tornar as esferas heterogêneas, implicou na racionalização, ao mesmo tempo, que foi a condição para a difusão da racionalidade no interior de cada esfera da vida. (COHN, 2003)

Dessa forma, o processo de racionalização se daria tanto no nível interno às linhas de ação, referente à constituição de cada linha (dimensões / esferas da vida), quanto no externo, referente à diferenciação entre as linhas, ou seja, “a relação entre significados de ações sociais que ocorrem em linhas distintas” (COHN, 2003, p. 234).

De acordo com Cohn (2003), quando se trata do interior de cada linha, os significados são passíveis de ser julgados como racionais ou não-racionais. Nas relações externas, entre uma linha de ação e outra, pode-se falar, em afinidades ou tensões. E, aqui, o que pretendemos desenvolver adiante são essas tensões do campo da cerâmica com o campo econômico e o político.

Essa distinção das esferas da vida está ligada, em Weber, ao tema do "desencantamento do mundo". Esse desencantamento corresponde a uma transformação da apreensão da realidade pelo homem, que se distancia da crença na magia e no encanto, impulsionado pelo desenvolvimento técnico - científico.

Isto quer dizer que, no mundo encantado da magia, os indivíduos orientavam suas condutas por valores e saberes indistintos, uma vez que magia, ciência, economia, política e arte formavam uma unidade indissociável da qual não era possível escapar. Todos agiam seguindo essa unidade objetiva, de modo que a possibilidade de escolhas diversas dos meios e dos fins para a efetivação da ação não tinha lugar no mundo encantado. (LEAL, 2007, p. 3)

No mundo "encantado", as esferas da vida se confundiam, se misturavam formando um todo homogêneo. À medida que a racionalização avança, estas esferas passam a diferenciar-se, configurando linhas de ação distintas.

Separadas, cada linha adquire uma "legalidade própria", ou seja, uma lógica específica e certa autonomia em relação às outras. Com isso, os significados assumidos pelas linhas de ação ganham clareza, ao mesmo tempo em que, se tornam *significativos*, na condição "de fazer sentido para os agentes" (COHN, 2003, p. 239). A essa nitidez refere-se o termo "explicitação", enfatizado por Cohn (2003):

Nessa perspectiva o tema weberiano do 'desencantamento do mundo' pode ser lido como o de um aumento gradativo de nitidez de significados antes mesclados e indistintos. É como se o 'desencantamento do mundo' fosse uma espécie de depuração dos significados atribuídos pelos agentes às suas ações, que seriam despojados de suas múltiplas conotações de toda ordem, tendendo, no limite, para denotações unívocas. Essas puras denotações (...) constituem os típicos significados aptos a se oferecerem à ação racional. (COHN, 2003, p.240)

Entender o campo da cerâmica no campo do poder é falar da correlação de forças entre os princípios próprios do campo e os que lhe são externos.

Em razão da hierarquia que se estabelece nas relações entre as diferentes espécies de capital e entre seus detentores, os campos de produção cultural ocupam uma posição dominada, temporalmente, no seio do campo do poder. Por mais livres que possam estar das sujeições e das solicitações externas, são atravessados pela necessidade dos campos englobantes, a do lucro, econômico ou político. Por conseguinte, são a cada momento o lugar de uma luta entre os dois princípios de hierarquização, o princípio heterônomo, favorável àqueles que dominam o campo econômica e politicamente (por exemplo, a "arte burguesa"), e o princípio autônomo (por exemplo, a "arte pela arte"), que leva seus defensores mais radicais a fazer do fracasso temporal um sinal de eleição e do sucesso um sinal de comprometimento com o século. (BOURDIEU, 1996, p. 246)

Então, a autonomia de um campo tem a ver com sua regência ser ditada de dentro para fora e não de fora para dentro. Daí nasce uma delimitação estruturante dos campos de produção cultural, e do campo artístico, que é a separação entre a arte pura e a comercial, ou, entre o campo da produção erudita e o da indústria cultural. Ou seja, existem dois subcampos, um da produção restrita e outro da grande produção. O primeiro regido pelo princípio de hierarquização interna - grau de consagração específica - é o campo onde a produção é para os pares. E, o segundo, regido pelo princípio da hierarquização externa - êxito temporal - é a produção voltada para o grande público. O que está em questão é a independência em relação ao mercado e, logicamente, o seu inverso, a subordinação. O volume do público indica, pois, sua qualidade social.

O campo da arte progride de acordo com revoluções estéticas empreendidas por produtores para produtores e não para o grande público. Isso significa que um princípio heterônomo ao campo, como o econômico, ao submeter a arte ao mercado, é desvalorizado pelo campo artístico. Este campo, regido por princípios especificamente estéticos, é o espaço onde produtores rivais lutam pelo monopólio da legitimidade artística que consiste, também, no monopólio da consagração dos produtores, ou seja, na autoridade de definir os autorizados a dizer-se artistas, ceramistas, etc. O que está em jogo é a definição legítima de artista estabelecida por fronteiras e hierarquias, isto é, para além da identidade dos agentes no campo, a identidade do próprio campo artístico.

Essa oposição dicotômica estabelecida pode ser entendida como a luta do campo artístico por sua autonomização em relação ao poder econômico.

Dentro da esfera relativamente autônoma de ação e disputa assim constituída, a lógica da economia foi suspensa, para não dizer invertida; critérios de avaliação especificamente estéticos são afirmados para além de, e *contra*, os critérios comerciais de lucro; e os participantes travam entre si uma luta incessante para estabelecer o valor do seu trabalho de acordo com o princípio predominante da percepção artística. Assim, o campo produz e reproduz, através do seu próprio funcionamento, a crença inquestionada, compartilhada tanto pelos membros activos como pelos aspirantes a sê-lo, de que a arte é um domínio "sagrado", que se mantém à parte de, e transcende, a conduta mundana e os interesses materiais (Bourdieu, 1979; 1983; 1987b). (Wacquant, 2005, p.117)

Essa dicotomia e a defesa de um capital propriamente artístico em oposição a uma arte que se curva às exigências mercadológicas, é percebida nas falas de alguns ceramistas como uma verdadeira irritação e uma posição a ser marcada infinitas vezes nos seus embates e nas suas interações. Isso está muito claro na fala de Mateus:

M: (...) agora o que eu acho é o seguinte, a arte, ela tem uma coisa curiosa, quanto melhor, mais elitista no sentido da visão. Não é, quer dizer, ela, ela... Todo artista evolui para um público menor, embora, mais especializado.

B: aham

M: não é, quer dizer, ou isso, ou você vai entender que você vai fazer uma coisa na qual você não acredita e que essa coisa vai ter um consumo, mas que não é interessante o consumo. O interessante é você fazer lá, e, não fazer concessões.

B: uhum

M: não é, quer dizer, você... se manter (?) ali. As concessões, elas são propostas, né? Eu tive várias... Contrato com rede de galerias nos EUA pra eu produzir 350 obras a cada três meses, né? Aí, é um pacto com o diabo, né?

B: aham

M: você sabe exatamente o que é isso, você vai pegar 50 pessoas, bota pra trabalhar e você assina e fica podre de rico e podre."

E, em outro trecho:

M: (...) Então, esse compromisso, esse contrato entre o artista e a criação, eu acho mais importante, do ponto de vista da arte (?). Francisco Brennand também é uma pessoa muito culta, muito rica, não é? É um ermitão, ele está lá dentro sábado, domingo. Quando os operários aparecem, ele fica visitando peça por peça pra ver um aspecto diferente daquilo que não conseguiu ver durante a semana porque foi distraído por A ou por B; quer dizer, esse é o artista. O que interessa ao artista é a arte, né? Michelangelo. Michelangelo quando ele faleceu tinha um baú do lado da cama dele. Tinha em moedas de ouro o equivalente a um milhão e quinhentos mil dólares num baú. Mas vivia..., se fosse hoje, era bernal com um pedaço de

rapadura, farinha, carne de charque, pra não perder tempo e trabalhando, quer dizer que viveu como pobre a vida inteira, né?

Quando Manuela fala da sua postura pessoal que dificulta o lucro, ela demonstra que o comprometimento dela não é com o lucro, mas com o campo artístico, se preocupando com o repasse do seu saber, “em puxar as pessoas pra cerâmica”. Ao mesmo tempo, ela faz questão de falar que não se sujeita ao desejo do cliente porque ela tem uma lógica de ação regida por outro princípio que não o econômico; nesse caso, a preocupação em garantir a exclusividade das peças.

“B: o trabalho como artesã, artista popular é lucrativo?”

M: eu acredito que, de uma maneira geral, parece que é. Mas, aqui não, não é. Não é, mas devido mesmo ao meu ritmo, sabe?”

B: uhum

M: eu num... Eu preciso de um retorno, como todo profissional precisa pra se valorizar, pra sobreviver, pra renovar, pra comprar materiais. Mas, é... Eu tô muito mais empenhada nessa questão do repasse do que eu sei fazer.

B: da transmissão, né?”

M: do puxar as pessoas pra cerâmica

B: aham

M: do que muito mais nesse retorno, é... de que eu tenho que produzir hoje pra vender amanhã e, tem uma encomenda e quer tantas desse jeito e você “Não, calma aí!”. Não trabalho desse jeito não, sabe? Não. Então, alguém vê um mural meu como eu tenho, aí, em restaurante, o turista fica encantado, aí liga de lá: “Eu tô aqui e num sei quê, a senhora não faz um desse pra mim?”. “Não, não faço”. “Mas, por quê?”. “Porque esse projeto foi daí, você pode vir aqui no ateliê, a gente conversar e eu criar outra coisa, mas esse é de lá”.

B uhum

M: então, isso e isso, essa postura impede que eu venda mais. Mas, eu num, num, não reclamo. Acho que tá dando pra sobreviver, pra pagar aluguel, né? Tá dando pra viver.”

Ainda nesse sentido, é interessante a reflexão de Mateus sobre o valor da arte, como ele anula o valor comercial, em função de um valor que não se sabe precisar o que é. É como se o valor simbólico não pudesse ter correspondência com o valor econômico, pelo menos não direta, é uma correspondência mais complexa baseada na crença da autoridade artística produzida pelo próprio jogo do campo.

“M: (...) É isso o mercado de arte, e que não tem nada. Eu tenho vários amigos no mercado de arte, no qual eu participo cada vez menos, galerias e tudo. Ainda na semana passada, eu disse pra um: “Olha, isso não tem nada a ver com a arte”. Entende, é uma outra coisa, a criação e tudo e a maneira como eles... O leilão é

uma coisa triste, a maneira como se trata a arte. O leilão, sabe? Porque o valor da obra não é o valor comercial, é o valor intrínseco, né? Aquilo que é. O valor intrínseco. (...)

Mas, em outra posição no campo da cerâmica, Natália lida de forma diferente com o fator econômico, e o sucesso de sua obra é o que dá o tom da entrevista. A ceramista passa toda a sua entrevista falando dos seus clientes, das estórias das aquisições de suas peças, etc. Mas quem são esses clientes? Atores, celebridades, clientes famosos, médicos, juízes. O que eles têm em comum? Posse de capital econômico. Seu prestígio como ceramista parece estar ligado, na sua própria visão, à sua relação com uma clientela "importante" financeiramente falando e, não necessariamente especializada em arte.

N: e aí, tem muitas obras, muita gente já comprou lá da Globo. Tony Ramos, conheci ele, assim, pessoalmente. A esposa dele: "A gente ama o seu trabalho". Eu disse "Ah! Que ótimo". É... Hebe Camargo, mas Hebe comprou no Complexo do Sauípe, na Bahia. É... Carlos Alberto Parreira, técnico da seleção. Ele, o dono da loja, ligou pra mim mais de manhã "Natália, sabe quem acabou de te comprar (...)"? Eu disse "Olhe, não me acorde pra falar isso não porque quem ganhou dinheiro foi você". Porque claro que ele superfaturou, né? Então, muita gente da Globo que já me comprou, que já comprou peças lá e saiu muitas matérias mais nos jornais de São Paulo, do Rio por conta dessa loja que eles fazem a matéria lá e sai no jornal "O Globo", muitas matérias são lá.

As tensões com o campo político também apareceram na fala dos ceramistas. Ao abordar a venda de suas obras, em João Pessoa, Mateus e Carlos (pelo menos a parte de estatuária) trouxeram à tona uma lei municipal que estabelece a obrigatoriedade da aquisição de obras de artistas da terra para serem colocadas em edifícios públicos e privados. A situação é tensa, gerando controvérsias. Por parte das pessoas que estão adquirindo, estas colocam à frente da sua escolha critérios prioritariamente econômicos, utilizando táticas para burlar o mecanismo da lei, ou torná-lo mais satisfatório da perspectiva de seus interesses pessoais, como tentar baratear o valor da peça ou adquirir peças menores, como fala Mateus abaixo:

"M: (...) Agora, tem a lei do município que eles colocam (?) da pior qualidade. Nós temos construtores amigos, né? Que nos pedem desculpas por não ter onde colocar o nosso trabalho: "Não, você não tem que me pedir desculpa, é uma escolha sua,

né? Agora, o que eu tenho pra lhe dizer é que ali é a sua assinatura, quer dizer, lá na frente: "Quem escolheu isso foi fulano, olhe o que ele pensava, como ele pensava a arte". Uma coisa nesse sentido. Nós colocamos esporadicamente uma obra em um edifício. Pusemos a coisa de quinze, vinte dias, nós pusemos uma obra aí num edifício, que os condôminos queriam uma obra pequena, só que a lei determina o tamanho da obra pelo valo..., pela área do edifício. E não foi aprovada. Foi numa obra média, não foi aprovada, foi numa obra maior, foi aprovada. Mas, os que queriam a obra mais barata, ligaram pra cá, pra saber detalhes se realmente era verdadeiro aquilo, se, porque não foi aprovada aquela peça pequena se era mais barata e era o mesmo artista. Coisas assim dessa natureza. (...)"

E, na fala de Carlos:

"C: (...) Consegui uma coisa que poucas pessoas conseguem por determinação, construí uma casa, tenho uma oficina, um espaço legal, que me dá prazer em viver. Eu não tenho muita ganância por dinheiro e as coisas vão acontecendo. Então, você canalizar uma escultura daquela, hoje, no mercado local diante das dificuldades que você tem (...).

(...)

C: aí, veja bem, essa coisa mercenária de botar uma escultura apenas pra resolver uma questão, sabe é... jurídica, porque hoje se determina que cada prédio público ou privado tem...

B: tem que ter

C: que ter uma obra de um artista da terra, sabe?

B: aham, aham"

Observar a ênfase que Carlos dá ao fato de canalizar uma escultura no mercado local, despoja o fato de uma ocorrência corriqueira, pelo contrário, ele coloca essa frase numa gradação de coisas que ele conseguiu na sua vida, comparáveis a ter uma casa, uma oficina, etc.

O campo da cerâmica tem uma dependência do poder político como um facilitador para a comercialização das obras. Especialmente, num contexto onde o mercado local de cerâmica é pequeno e o grupo entrevistado (talvez Manuela seja uma exceção, isso não ficou claro na entrevista) vende para fora do Estado. Então, não tendo esse mercado, composto por um público consumidor fixo que legitime os artistas, eles precisam desse mecanismo da lei para dar saída as suas peças, especialmente as mais caras, no caso de Carlos e Mateus, as estátuas.

"C: aí, vêm as politicagens sacanas do poder público mesmo que a lei determina que você pra adquirir uma obra de um artista você tem que ter um concurso, certo? Aí, se adquire sem nada disso que é o caso da Estação Ciência, é o caso dessa

escultura de Mateus lá da Lagoa (Ele se refere ao monumento público "A Pedra do Reino"). Não condeno nem a Mateus nem a Fulano¹¹. Mas é errado, sabe? É sacanagem. Aí, eu falei e chegou nos ouvidos de Ricardo. Ricardo anunciou um concurso, fez um concurso de escultura agora, mais de 30 mil reais pra cada escultura. Quer dizer, você compra a obra de um fulano por 150 mil reais e aí lança um concurso de 30 mil. Você vai fazer uma escultura dessa de 30 mil reais, aí, vêm os impostos você fica com 21 e o custo da execução? Porque só de imposto, a prefeitura já come muito aí.

B: aham

C: ela desconta o imposto de renda que é 27, 5 mais 5,0 de (?), que não é pra cobrar porque você não tá prestando serviço, você tá fazendo um trabalho, certo? E, vem um outro imposto que é 1,5; 0,5, que é um negócio de... pra um negócio de artesanato. Mas, bom, então, você tem, se você tirar 30 %, você teria 21 mil dos 30 mil. E o custo dessa escultura, a questão do material, da obra? Então, bicho, eu não participo, eu não participei porque segundo as informações foi 150 mil a de Mateus, 130 a de Mateus, 150 a de Fulano e tal. Não condeno nem a Fulano nem a Mateus, se eles viessem aqui (...), mas é ilegal, caceta. E, outra coisa, lançou um concurso estadual, ele é prefeito e a lei é municipal, não é estadual. Ele teria que lançar um concurso pros artistas do município de João Pessoa, tá entendendo? Porque é assim que a lei determina. A lei federal, ela deixa em aberto isso, compre de quem você quiser sem precisar fazer licitação, mas a lei municipal, ela determina e ele tem uma emenda nessa lei. Eu tive que entrar com uma ação no Ministério Público pra poder que a lei seja cumprida porque ele, também, não tava cumprindo (...). Eu meto o cacete mesmo."

A luta de Carlos, essa reivindicação junto à prefeitura, mesmo que denote alguma dependência do campo da cerâmica, diz respeito à especificidade da posição dele no campo, atitude de alguém que ainda tem que conquistar um espaço, reivindicá-lo. Podemos notar que não existe uma univocidade em relação às atitudes, Mateus tem uma atitude de desprezo em relação ao poder político, até um certo ar de superioridade, ao relatar duas situações. Uma é a doação de um monumento à cidade "A pedra do reino" que, segundo ele, não foi totalmente coberto pelos financiamentos e pela prefeitura. Possivelmente, sua posição no campo, como alguém consagrado, propicia esse desdém e a não necessidade dessa reivindicação.

"B: A idéia de fazer o monumento "A Pedra do Reino" (escultura dele) foi uma encomenda, foi sua idéia?

M: não foi. Foi uma... Um médico da Unimed, e também sócio da Unicred, cooperativa da Unimed que visitou... Viu o nosso programa pelo STV, não sei se você chegou a ver isso (...). É um programa que é muito atrevido.

¹¹ O termo Fulano foi utilizado para manter a identidade da pessoa citada em sigilo.

na esfera da produção e da distribuição e a diversificação das instâncias de consagração.

Sobre o público consumidor dos ceramistas, a maioria deles, pelo menos quatro dos cinco, falou, em algum momento da entrevista, que seu consumidor não é o pessoense, ou pelo menos, se é também, está longe de ser o consumidor principal. Gabriela diz que São Paulo e Rio de Janeiro são seus principais mercados, Mateus diz que vive em João Pessoa, mas não vive "de João Pessoa", Carlos e Natália participam de feiras e exposições fora do Estado e do país. O fato dos ceramistas daqui dependerem de compradores de fora, e do mercado em João Pessoa estar apenas começando, no dizer dos próprios ceramistas, é um sintoma da falta de autonomia do campo da cerâmica pessoense.

G: Não, geralmente o mercado de São Paulo foi o mais quente, pra mim, sempre. Foi agora que João Pessoa tá, sabe, assim, me procurando mais. Nunca deixou de me procurar, mas não com a intensidade do pessoal de São Paulo, entendeu? Impressionante, assim, eu tenho uma abertura pra São Paulo muito grande.

B: galerias...

G: galerias e pessoas mesmo que viram ou que ouviram falar, sabe?

B: viram o site...

G: o site já foi muito depois, né? Mas, antes disso, sei lá, não sei como chegou até eles. Teve um dono de uma galeria, a Brasiliã, de São Paulo, que ele teve em João Pessoa, e eu tava no início mesmo. Foi na Gamela, Galeria Gamela, viu um trabalho meu, veio aqui em casa e começou a me comprar. Talvez, tenha sido ele quem tenha dado esse impulso, entendeu? Talvez... É isso. Aqui, tem vendido sim, mas não como pra fora, sabe? Rio e São Paulo."

Outro fato que atesta a deficiência do campo na esfera da comercialização no mercado local é o fato do site ser um dos principais canais de venda deles, ao lado da venda nos ateliês. Só Natália relatou três espaços de venda da sua obra em João Pessoa, os demais falaram que faziam a venda no ateliê. Para Carlos, "essa coisa do site, da internet, facilitou muito o comércio das artes", possivelmente, porque desterritorializa o mercado e as distâncias com seu público consumidor são diminuídas, eles podem vender para outros Estados e para fora do país.

M: (...) Então hoje, aqui, com o site, você recebe... O site, primeira semana, você recebe um email de Israel, outro de Berlim, outro de Portugal, então, os tentáculos estão, foram lançados.

B: e, tem quanto tempo que você tá com o site?

M: têm quatro meses...

B: ah...

M: só. Têm três mil visitas, então, é... E, consulta cerâmica vai, consultando a parte da cerâmica vai, quase 5 mil consultas. Essas pessoas que vai, faz visita, aí, vai na parte da cerâmica, não é, quer dizer, então, tá aí, o mundo cada vez menor e, com o site, você não depende mais que as pessoas... "Sou do Rio de Janeiro", "sou de São Paulo", "vi o site e, gostaria de ver aqui o que vi no site" ou "está aqui, o que é isso?", não sei quê lá, "como manda?". Uma coisa assim, nesse sentido, tanto faz você está aqui como no interior da Paraíba, pronto, é a mesma coisa.

Talvez, a parte mais desenvolvida do campo seja referente à esfera da produção pelo fato dos ceramistas não possuírem profissões¹² secundárias e se sustentarem como ceramistas.

As instâncias de consagração dos produtores e as instituições responsáveis pela difusão da cerâmica ainda são poucas e isso aparece na fala dos ceramistas. Mateus diz que, aqui, não tem museu, Gabriela fala que, aqui, não tem escola da arte. O que, no caso dele, surge num momento em que falamos do hibridismo das suas referências.

M: O nordeste não, não temos museu. Então, a cultura de rua, a cultura oral é muito forte, então, a feira, né, é um festival semanal de manifestação popular. Então, as coisas vêm daí, então, tudo isso, né, alguém falou, existe estudos sobre os arquétipos no nosso trabalho, né?

E, no caso dela, tem a ver com o fato de ela ter procurado os ceramistas para realizar parte de seu aprendizado técnico nos seus próprios ateliês, ou seja, o ensino feito por uma mediação pessoal e não institucional.

B: E, além dessa experiência com Manuela, você... É que eu li no seu site que você teve uma experiência, também, com Carlos, com Mateus...

G: sim, porque não tem escola de arte, né, em João Pessoa. Já percebeu, né?

B: uhum...

G: Então, o que é que você faz... As pessoas, é..., da terra, você conhece porque você, a cidade é pequenininha, né? Já não é mais, mas era, né? Você conhece e pode transitar. Você liga: "Posso dar uma chegadinha aí? Eu queria conversar um pouquinho com você". Na verdade, o que eu fiz foi isso porque mesmo que você tenha habilidade, falta a técnica, né? Você sem a técnica, você... Nureyev (?) tem que passar horas na barra fazendo os exercícios e pra se fortalecer, não daria aqueles vôos de jeito nenhum até. Então, todo artista, pode ter o maior talento dentro dele, pode ser um gênio, mas é preciso que alguém diga assim: "Faça assim, viu? Pra você ter esse rosa aqui, você precisa juntar isso com isso". Tudo,

¹² Com exceção de Manuela que, além de ceramista, atualmente, coordena um projeto numa comunidade carente de Cabedelo. Mas segundo ela, "também é um trabalho com arte".

perspectiva, profundidade na pintura, então, alguém tem que lhe dizer. Então, o que eu fiz foi isso, né? "Mateus, posso dar uma chegadinha aí? "Pode". "Como é que faço, assim pra fazer, colar um braço, tal?". "Você tome cuidado, porque você tem que colar direitinho senão na queima, descola." É, informações. Eu fiz foi isso, eu procurei Carlos, procurei Mateus, Manuela, é como eu já falei né? E, mestre Abimael que é um senhor que, que, trabalhou na universidade, muitos anos, como assistente de cerâmica, lá, no Departamento de Artes. Foi assim um anjo na minha vida, tudo que ele sabia, ele me ensinou, de técnica. E, o resto, a gente aprende quebrando a cabeça. Quando não se tem escola, quebrando a cabeça, mesmo quando se tem escola, eu acho que as suas pesquisas é que lhe levam num lugar só seu. (...)

2.3 A estrutura interna do campo da cerâmica

Nesse tópico, buscaremos apreender a estrutura interna do campo da cerâmica em João Pessoa a partir do entendimento das relações objetivas entre as posições no campo.

O segundo momento da análise de campo consiste em traçar uma *topologia da estrutura interna* do campo artístico, de modo a desvendar a estruturação das relações (de supremacia e subordinação, distância e proximidade, complementaridade e antagonismo) que vigoram, em determinado momento, entre os agentes e as instituições — artistas maiores e menores, escolas e revistas, salões e tertúlias, academias e galerias — competindo pela legitimidade artística. (WACQUANT, 2005, p.118)

Tendo em vista que os campos de interação são espaços sociais de posições de indivíduos e o conjunto de suas trajetórias determinadas pela distribuição diferenciada de recursos, a hierarquização das posições se dá, justamente, devido a essa assimetria. Dessa forma, o campo artístico deriva sua estrutura da oposição entre arte comercial (produção para o grande público) e arte pela arte (produção para outros produtores). O sucesso comercial, ou seja, o reconhecimento por parte de um público não especializado implica a desvalorização da obra para o público dos produtores. Há um desnível de avaliação que provoca hierarquias diferentes de acordo com o sucesso junto ao grande público ou aos pares, ou seja, de acordo com seu valor econômico ou simbólico. Isso gera, por sua vez, uma hierarquia das áreas, das obras e das competências legítimas.

A lei do campo é a dialética da distinção, de forma que todos os produtores buscam a legitimidade procurando distinguir-se, uns dos outros, a partir de critérios

pertinentes ao campo. Essa lógica de superação dos produtores é a engrenagem do campo e o seu motor é a diferenciação a partir de critérios artísticos/estéticos.

A estruturação do campo se dá a partir da hierarquia da legitimidade conferida às obras, sendo os mais próximos das posições dominantes aqueles pertencentes ao subcampo da produção restrita aos pares. Na verdade, a relação com os pares é de concorrência e de clientela. As obras produzidas nesse subcampo exigem do receptor uma disposição propriamente estética. As obras de arte erudita

(...) derivam sua raridade propriamente cultural e, por esta via, sua função de distinção social, da raridade dos instrumentos destinados a seu deciframento, vale dizer, da distribuição desigual das condições de aquisição da disposição propriamente estética que exigem e do código necessário à decodificação (por exemplo, através do acesso às instituições escolares especialmente organizadas com o fim de inculcá-la), e também das disposições para adquirir tal código (por exemplo, fazer parte de uma família cultivada). (BOURDIEU, 1982, p. 117)

Em um campo, as posições são definidas em relação às outras posições, e tendem a definir as tomadas de posição (que vão de obras artísticas a manifestos políticos) que são orientadas no sentido da conquista da legitimidade artística. Os interesses específicos de cada posição no campo conformam e direcionam as tomadas de posição.

Cada tomada de posição (temática, estilística etc.) define-se (objetivamente e, por vezes, intencionalmente) com relação ao universo das tomadas de posição e com relação à problemática como espaço dos possíveis que aí se acham indicados ou sugeridos; recebe seu valor distintivo da relação negativa que a une às tomadas de posição coexistentes às quais está objetivamente referida e que a determinam, delimitando-a. (BOURDIEU, 1996, p.263)

O espaço dos possíveis é a mediação entre a posição e a tomada de posição, ele é apreendido "através de categorias de percepção constitutivas de certo habitus" (Bourdieu, 1996, p. 265). As possibilidades "surgem" em função de um repertório específico adquirido em relação ao acúmulo da herança de um campo, ou melhor, a partir da apreciação e do conhecimento das tradições estéticas que conformam o campo.

A partir de agora, nos deteremos às relações que configuram o campo, são elas as relações objetivas entre os produtores, entre produtores e as instâncias de

legitimação, e entre as instâncias de legitimação, a fim de apreender as posições dos ceramistas na estrutura do campo nesse momento da pesquisa.

Sobre a relação deles com os outros produtores, pretendo discorrer sobre seu capital propriamente artístico a partir das referências a outros artistas feitas durante as entrevistas.

Já, sobre a relação deles com as instâncias de legitimação, pretendo observar os circuitos (da decoração, das artes plásticas, do artesanato) de cada ceramista a nível da esfera da distribuição, e, também do reconhecimento em meios diferentes, tais como revistas de decoração, galerias de arte, catálogos, críticos de arte, etc. Como desenvolveremos nossa exposição de forma comparativa será impossível dissociar a relação deles com as instâncias de legitimação e a relação diferencial entre essas mesmas instâncias.

Por último, e a partir da constatação da correspondência entre as esferas da produção, distribuição e consumo, procuraremos refletir sobre a rede de consumidores de cada ceramista, isto é, sobre a qualidade social do seu público consumidor.

Relações entre produtores

Ao questionar os produtores sobre suas influências estéticas, recebi respostas variadas, mas, o que me chamou a atenção foi a diferença entre as respostas de Mateus e Manuela, e as de Carlos, Natália e Gabriela.

É como se tivéssemos dois pólos, Mateus e Manuela citaram o nome de vários artistas plásticos, ceramistas, etc., falaram de suas relações de parceria com alguns deles, da proximidade estética do seu trabalho com o de outros. Foram duas falas que revisitaram criticamente as produções/tradições do campo da arte se posicionando negativamente, elegendo seus ídolos, suas filiações estéticas, seus afastamentos.

Já, nas entrevistas de Carlos, Natália e Gabriela, praticamente, não aparecem nomes de outros produtores e, principalmente, quando aparece, não é no sentido de uma revisão crítica da estética deles, como nas de Manuela e Mateus.

Nesse sentido, a impressão que fica é que o desembaraço ao falar das suas influências estéticas, a fluência em remeter a outros produtores e a própria

diversidade e especificidade das referências, aproximam Mateus e Manuela do pólo dominante do campo, isto é, da arte erudita. Enquanto que os demais, pelo menos, nesse aspecto, por serem vagos e imprecisos ao falarem das suas influências, deteriam menos capital simbólico, o que os remete às posições subordinadas dentro do campo.

Carlos me responde que a sua grande influência vêm da cerâmica popular, cita rapidamente os nomes de Picasso e Aleijadinho. Gabriela, também, coloca de forma bem indiscriminada a sua referência a arte indiana e pré-colombiana, faz, no entanto, uma referência mais específica a um único artista pessoense.

A fala de Natália, ao responder a questão sobre suas influências, é mais sintomática dessa posição de subordinação no campo. No momento, em que se esperava que ela abordasse o diálogo da sua obra com outros artistas, ela torna a falar dos clientes, da percepção deles:

"B: Eu queria que você falasse um pouco das suas influências.

N: Assim, eu achei que a influência ela é, mais assim, tipo assim, do Nordeste existe, né? Não tem como não existir, porque lá fora, a gente sabe, né, eu escuto muito isso: " Ah, eu gosto muito dessa coisa nordestina", como ele fala, né, até a expressão existe daí, as florzinhas do Nordeste.

(...)

N: E, das artes plásticas, porque não deixa de não existir as cores, é... essa, as cores que são mais (...) que são naturais. Eu acho que fica sempre essa influência, não tem como fugir, né, do cenário, né, do que a gente vive, do... Fora, a gente, quando chega lá fora, a gente sente que as pessoas sempre voltam a dizer "Como essa é nordestina, como essa se parece com aquela cois... de (...) de florzinha, não sei de quê...". Porque sempre tem, não é?"

Ela resume as influências ao Nordeste, sem especificar o seu argumento, sem estendê-lo a uma estética, e faz o mesmo com relação às artes plásticas; do jeito como ela fala, parece que sua obra não dialoga com a de nenhum outro produtor.

Relação com as instâncias de legitimação

O que se percebe, ao longo das entrevistas, é que cada ceramista foi construindo uma rede de contatos, de distribuidores, que lhes conferiu lugares em circuitos diversificados. Identifiquei três circuitos, o do artesanato, o da decoração e

o das artes plásticas que legitimam as obras e os produtores de maneira diferencial; os que estão mais próximo do universo erudito estariam em posições mais altas na hierarquia do campo.

A homologia entre as três esferas, produção, distribuição e consumo, conformadoras da economia de um bem simbólico é o que permite pensarmos a existência de espaços de legitimação diferenciados que seguem a mesma dicotomia que caracteriza a esfera da produção, entre arte pura e arte comercial, e, talvez, uma outra divisão mais significativa na fala dos informantes, a divisão entre arte pura e artesanato.

Dessa forma, ações aparentemente isoladas de ganhar um destaque numa publicação especializada, de figurar na área 'nobre' das artes plásticas dentro do Salão de Artesanato, ou de estar presente na primeira sala do museu "Casa do Artista Popular", são ações, na verdade, integradas, coerentes e conformadoras de processos de valorização simbólica e econômica das obras e dos artistas, porque hierarquizam a visibilidade, legitimando algumas obras e desvalorizando outras.

As instâncias de legitimação ou os espaços de consagração, isto é museus, galerias, catálogos, feiras, exposições, etc., retiram seu poder de legitimar da sua associação com a produção erudita, espaços da arte pura são os mais distintivos nesse sentido (Salão de Artes Plásticas, Galeria Gamela, etc.), ou por sua associação com a produção artesanal (Salão de Artesanato, SEBRAE) e, ainda, com a produção mais comercial (Lojas de decoração, por exemplo).

O mundo de Gabriela é o das artes plásticas, da Galeria Brasileira, da Galeria Gamela; na sua entrevista, ela comenta uma crítica de uma museóloga sobre seu trabalho e fala de uma oficina ministrada em um Congresso de Cerâmica, quer dizer, ela fala de seu reconhecimento por instâncias especializadas e eruditas. Não faz parte de sua trajetória uma proximidade com os ceramistas populares, com as comunidades. Veja, na fala abaixo, como ela até se cobra sobre isso:

"G: Então, essa ligação (com a cultura popular), naturalmente, ela passa a existir. Você procura as comunidades, eu nunca fiz isso porque não tive oportunidade, eu nunca dei oportunidade, e é uma coisa que você tem que fazer, entendeu, procurar comunidades que fazem cerâmica."

A partir disso, considero que Mateus e Gabriela têm uma participação mais clara e “pura” no circuito das artes plásticas. Manuela, Carlos e Natália parecem ligados ao universo da decoração, às relações com arquitetos, à exposição de suas obras em lojas de decoração. O circuito de Natália parece ser mesmo o da decoração, ou pelo menos, ligado a um universo menos erudito, revistas de decoração, catálogos aéreos, etc.; seus produtos estão à venda em lojas de todo o país, como ela, mesmo, fala.

Na verdade, Carlos e Manuela parecem participar de dois circuitos ao mesmo tempo, não é algo tão coerente. No caso de Manuela, embora fale que tem seus produtos expostos em lojas de decoração, ela aborda a parceria com arquitetos na montagem de exposições dela. Fora isso, ela ministra oficinas com artesãos, está como consultora do SEBRAE, sempre expôs no Salão de Artesanato, organizado pelo Programa Paraíba em suas Mãos, embora, no último, ela já estivesse na ala reservada ao Salão de Artes Plásticas. Carlos fala de encomendas de arquitetos, mas participa do Salão de Artesanato e faz parte de uma associação de artesãos.

Público consumidor

O volume do público e o seu grau de especialização representam indícios da qualidade estética de uma obra, então, a divisão, aqui, está entre o público pequeno e especializado, que confere maior legitimidade às obras e o grande público.

Em relação ao público, a polarização mais acentuada se dá entre o público de Mateus, de colecionadores, e, o público de Natália, de pessoas importantes e famosas. Sobre a arte, Mateus diz:

“M: (...) Agora o que eu acho é o seguinte, a arte, ela tem uma coisa curiosa: quanto melhor, mais elitista no sentido da visão. Não é, quer dizer, ela, ela... Todo artista evolui para um público menor, embora mais especializado.”

Natália, ao contrário, fala de uma clientela que parece representar uma elite econômica e não necessariamente intelectual, ou com capital artístico, o que fica bem claro na sua frase: *“muita gente já comprou, lá, da Globo”*.

Hierarquicamente, Manuela está mais próxima das posições dominantes do campo já que seu público consumidor conta com muitos arquitetos e pessoas ligadas à arte.

“B: é... E, você tem contato com os seus consumidores? Aí, eu botei aqui... Na sua opinião, o seu consumidor é, mais, o pessoense, o turista ou outros profissionais da área? Também queria saber se você tem clientes fiéis assim...”

M: tenho. Tenho um grupo cativo. (risos) Tenho um grupo de amigos, assim, aonde os arquitetos se incluem, sabe? E outras pessoas ligadas à arte, que eles têm assim um... Sabe, vêm aqui e compra presente de casamento, que é uma coisa que todo mundo vai pras listas, né?

B: é, é.

M: Não, quer uma obra e não compra coisas enormes de valor, assim, alto pra impressionar. É a obra em si que é o presente. O valor está naquilo ali, pode ser esse bem aqui (pega uma peça da mesa do ateliê), mas é o trabalho de Manuela que eu vou dar.

B: uhum

M: então, isso eu acho muito interessante, muito importante. Então, tem um grupo assim que me valoriza muito, me estimula muito, sabe, e gosta... Tipo Fulana (conhecida minha – uma arquiteta) que enche a casa... Isso é muito bom, sabe? Ela não comprou pra botar num cantinho lá, sabe, pra ter aquilo não, ela... tá presente na casa. (...)

Sobre Gabriela, ela não caracteriza muito seu público durante a entrevista, a não ser quando diz que o seu mercado é Rio e São Paulo, e ela supõe que essa difusão em São Paulo deu-se a partir da venda da sua obra numa galeria de Arte Popular Contemporânea. E, no caso de Carlos, como ele tem duas produções, a dos objetos e a de estátuas, ele, provavelmente tem dois públicos, já que o preço dos objetos é mais barato e “compram muito pra dar presente”, sendo incomparável, e na verdade, uma renda complementar, ao valor das estátuas.

2.4 A constituição do *habitus*

O objetivo deste tópico é evidenciar a constituição dos *habitus* dos ceramistas a partir de suas trajetórias sociais.

Compreende-se por que a biografia construída não pode ser mais que o último momento da progressão científica: com efeito, a trajetória social que ela visa reconstituir define-se como a série das

posições sucessivamente ocupadas por um mesmo agente ou por um mesmo grupo de agentes em espaços sucessivos (...). (BOURDIEU, 1996, p.292)

As trajetórias são formas de percorrer o espaço no qual se revelam as disposições do *habitus*. O esforço estará em perceber a estruturação do *habitus* através das experiências do atores que orientaram as suas práticas como ceramistas, o que inclui o processo de aprendizagem, a relação com os pares, o momento de entrada no campo, como alguns dos aspectos a serem observados.

Habitus é o:

(...) sistema de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionarem como estruturas estruturantes, isto é, como princípio que gera e estrutura as práticas e as representações que podem ser objetivamente 'regulamentadas' e 'reguladas' sem que por isso sejam o produto de obediência de regras, objetivamente adaptadas a um fim, sem que se tenha necessidade da projeção consciente deste fim ou do domínio das operações para atingi-lo, mas sendo, ao mesmo tempo, coletivamente orquestradas sem serem o produto da ação organizadora de um maestro (BOURDIEU apud ORTIZ, 1983, p.15)

O *habitus* orienta a ação, sendo a condição que preside a escolha, que informa as tomadas de posição em um campo, mas, ele não está "livre" de determinações, de forma que ele, também, "(...) tende a assegurar a reprodução dessas mesmas relações objetivas que o engendraram". (ORTIZ, 1983, p. 15)

É por meio destes esquemas interiorizados de compreensão que os artistas vão actualizar (ou não) as potencialidades inscritas nas posições que ocupam. A prática artística não pode ser deduzida somente a partir da localização estrutural; nem surge por si mesma das propensões individuais; pelo contrário, nasce da sua dialéctica turbulenta. Uma determinada obra de arte resulta da "sobreposição de determinações redundantes" nascidas do "encontro mais ou menos 'feliz' entre posição e disposição" (Bourdieu, 1993: 207), entre a história social e individual sedimentada no *habitus* do artista, por um lado, e a história das lutas estéticas inscritas na estrutura do campo, por outro. (WACQUANT, 2005, p.118)

Por isso, a seguir, iremos, a partir do material coletado nas entrevistas, tentar construir histórias resumidas da constituição do *habitus* dos ceramistas.

Mateus

O processo de aprendizagem das técnicas de cerâmica foi feito com o pai de Francisco Brennand, que também foi o responsável pelo repasse ao filho, que é um ceramista amplamente reconhecido¹³ no campo da cerâmica. Ao dizer que está ligado à mesma vertente, à mesma matriz que Brennand, Mateus fala da sua proximidade em relação a um ceramista consagrado, de forma que ele está falando da sua própria importância e de sua localização no espaço do campo, como alguém ao lado de outro que está no topo, ou seja, está falando de seu lugar de consagrado também.

M: (...) É..., cerâmica na época só quem fazia era Francisco Brennand.

B: uhum

M: não é, que está fazendo agora oitenta e, fará oitenta dois, oitenta e três anos no próximo ano, né? Então, cerâmica como ofício do, de artista era praticamente Brennand que fazia, não é, os vasos, os murais. Não fazia, ainda, a estatuária de alta temperatura como nós fazemos; que o pai dele foi o meu mestre e o mestre dele.

B: ah...

M: nós estamos ligados à mesma vertente. O pai fez uma amizade comigo e ele tinha uma espécie de ciúme, ele dizia que o pai gostava mais do meu trabalho que do dele (...)."

Com relação à sua origem social, Mateus tem um pai artista plástico que "fez escultura, fez pintura, tem uma pintura dele aqui na sala. Fez duas exposições de pintura no Brasil: apresentações de Amir Ayala, meia página do Jornal do Brasil. Mas, assim, pintava como quem toma água, assim. Então, arte pra gente não é... A habilidade manual é uma coisa, nós não fazemos muito esforço".

Mateus se localiza como a "primeira pessoa a fazer cerâmica como expressão" em João Pessoa; situando Tota, Carlos e Gabriela depois dele. Estando na origem do campo, tendo envelhecido como ceramista, se situa, na sua fala, na posição de alguém consagrado.

B: e, como é sua relação com os arquitetos daqui, com decoradores?

M: não, num existe muito. Não é nem por culpa minha, os arquitetos tem uma maneira de pensar, de... Eles são condicionados e têm os grupos, os clubes que eles fazem de só vender aqueles... Uma galeria filiada, então, eles vendem o produto daquela galeria. Têm umas coisas assim que eu não entro nisso não. Chega

¹³ Inclusive citado em quatro das cinco entrevistas realizadas.

aqui uma arquiteta, a gente atende bem e tudo. Tenho grandes amigos arquitetos, alguns indicam para edifícios, mas não, num... É muito difícil e acho até que um trabalho de uma força maior, ele chega a pôr o projeto de um arquiteto, de um ambientalista, é... à prova, né?

B: uhum

M: porque ele pode pesar mais do que, porque ele tem uma visibilidade, ele tem uma... Ele é um mito, não é? Então, é difícil o arquiteto, quanto mais jovem mais difícil dele conviver com isso, com o consagrado, sabe, aí, fica uma coisa nesse sentido."

Mas, há outros indícios de sua consagração, o fato de aparecer citado em duas entrevistas, por Gabriela como alguém que "ganha muito dinheiro" com cerâmica, e por Carlos em dois momentos, um dos quais, Carlos se defende de uma suposta similaridade com Mateus, quer dizer, com alguém que é uma referência no campo. Outro fator que denota a sua posição de dominante no campo é o seu desembaraço para fazer crítica de arte, toda a sua entrevista é uma reflexão sobre a história das contribuições estéticas do campo, sobre o que é arte legítima. Então, ele fala de um lugar de quem se sente autorizado a desautorizar outros artistas e legitimar a verdadeira arte, que é professada por ele. A sua relação com os pares (outros artistas) é a relação de revisão crítica da tradição artística, de eleger o que é bom, de excluir o que não é.

" M: (...) o que acontece com arte do século XX, toda, é que ela vem cada vez mais conceitual, é uma arte desprovida de emoção, cada um fica, né, como se fosse uma batalha de pessoas dentro de casa com o braço pela janela. Ninguém corre risco. (...) os pintores ingleses, né? Esses pintores são muito ruins, David Hockney, o Freud, o, o, o outro que... é... faz as coisas aleijadas. Não lembro o nome dele agora, não sei...

(...) é... aquilo (sobre Francis Bacon, minutos depois, ele lembra do nome) do ponto de vista da pintura, da arte da pintura é uma coisa muito ruim, não é? O tema é bobo porque não é você pintar uma pessoa esquartejada que você está falando da dor humana, não é? Então, um Ticiano que pinta com emoção um tapete ou a roupagem de alguém, ali está; um Cézanne que pinta natureza morta e tem a verdade ali, ali está.

(...) O artista brasileiro, o pintor brasileiro de maior expressão, de maior contribuição para a arte do mundo é um cearense que a cotação máxima que um trabalho dele atingiu foi 600 reais, né?"

Talvez, essa segurança em relação à definição da arte legítima venha também de sua ligação com outros artistas e com o Movimento Armorial, criado por Ariano Suassuna, de quem, possivelmente, tenha herdado essa influência por

buscar a identidade nacional a partir de referências à cultura do nordeste brasileiro. Sobre essas afinidades estéticas e a busca por uma arte realmente brasileira:

“M: (...) A primeira influência foi Vitalino, não é? Depois, é... o Aleijadinho, que pra mim é o artista mais perfeito, o maior artista brasileiro de todos os tempos, o Aleijadinho. E que é a, o coroamento da mestiçagem brasileira, não é, que ela está em Garrincha, nessa coisa que o europeu jamais irá entender. Jamais irá entender a inventiva do brasileiro, né?”

Gabriela

A ceramista mais nova no campo; começou o ofício há, mais ou menos, 15 anos, aprendeu com Manuela uma ceramista mais velha no exercício da profissão. Depois, teve aperfeiçoamentos técnicos em visitas aos ateliês de Carlos e Mateus, tendo em vista o pequeno grau de institucionalização do campo em João Pessoa, ou seja, pela falta de escolas de arte. Teve uma experiência de aprendizagem com mestre Abimael, assistente de cerâmica no Departamento de Artes da UFPB. Ela se formou em Psicologia e relata uma busca profissional antes de se estabelecer como ceramista:

“G: (...) Pra mim, foi por conta dessa angústia assim, dessa..., achando que as coisas não tavam bem encaixadas, sabe, que eu comecei a procurar uma coisa dentro de mim que me desse um chão. Sabe como é? Então, eu procurei por um longo tempo, eu estudei música, eu estudei piano, estudei oboé, fiz massagem, sabe? Fiquei procurando e a coisa não acontecia de forma firme, e, e, e, não me dava assim, esse chão que eu tava procurando, esse planeta, né? Então, aí, por acaso, entrei no ateliê de Manuela, que é aqui no Bessa e ela tava começando umas oficinas, lá, de cerâmica. Aí eu: “Por que não? Vou entrar aqui, não to fazendo nada, né?”. Aí, entrei, então, quando eu peguei no barro, bicho, foi aquela alegria, sabe como é? Uma coisa como se eu dissesse assim: “Ah! Agora eu sei o que é que eu vou fazer, sabe?”

E se estabeleceu no campo, considerando seu trabalho lucrativo:

“B: é... Eu queria saber, assim, se você acha que é um trabalho lucrativo?”

G: lucrativo? Sei..., pra mim, foi.

B: hum

G: pra mim, foi porque eu paguei minhas contas e pago até hoje, entendeu? Acho que eu não quis ficar rica com isso não, entendeu? O que eu quis é poder sobreviver com dignidade. Assim, é pagar as minhas contas e comer bem, poder sair com

algum amigo, pagar um restaurante, viajar de vez em quando. E, a cerâmica me deu tudo isso."

Sobre a origem social, foi casada com um artista plástico consagrado no campo artístico de João Pessoa, com quem guarda semelhanças estéticas.

"G: (?) Eu posso dizer a você que eu morei com Fulano, que é pai da minha filha, durante onze anos. Então, eu posso dizer que eu tenho uma grande influência dele, mesmo que seja na pintura, se você olhar algumas, algumas gordinhas que eu tenho feito na cerâmica e olhar um quadro dele, você vai ver que tem coisas que são extremamente parecidas, os mesmos elementos. Às vezes, eu boto aquele (?) na cabeça, Fulano sempre bota, entendeu?"

B: uhum

G: Depois que eu vim me dar conta, entendeu?"

B: uhum

G: Num foi nada assim: vou imitar Fulano, entendeu?"

B: uhum

G: É uma coisa que quando você tá fazendo, tá ali, você vai botando pra fora, aquilo que eu falei pra você, né? É uma coisa que você viu, que você curtiu, num tem como, entendeu?"

Essa convivência com um artista plástico e tudo que isso implica de aproximação com o universo da arte parece ter contribuído, de alguma forma, para a facilidade que ela teve em aprender o ofício da cerâmica, as técnicas, as estéticas, e, para o seu rápido destaque no campo, Mateus se refere a ela como uma "ceramista extraordinária".

*"G: (...) E, foi tudo fácil pra mim como se eu tivesse assim prontinha pra despejar uma coisa assim, sabe? Não teve nenhuma dificuldade assim: "Vamos fazer uma boneca?". Eu fazia uma boneca mesmo. "Vamos fazer um pé?" O pé saía. E ia simplesmente, sabe, sem ninguém me dizer: "Bote os dedinhos, agora, bote a unha por aqui, por ali". Nada disso aconteceu. Então, essa coisa: "Quando começou e como começou?" (Ela se refere à pergunta que fiz a ela). Acho que o como é mais fácil que o quando porque é um processo que vem acontecendo dentro mesmo. Assim, como pra minha filha que começou a fazer cerâmica agora, e já começou a fazer tudo pronto, e também, de repente. Durante anos, ela tem 27 anos, a minha filha, quer dizer, eu faço cerâmica a mais de vin..., quer dizer a uns 15, 16 anos, ela nunca quis. Então, de repente, entrou aqui e disse: "Mãe...". Tava triste, tava num tempo que tava tudo desencaixado na vida dela, sabe, levando pau nos concursos tudinho que tava fazendo. Aí, disse: "Mãe, me dê um pouquinho de barro. Posso ficar aqui?". Aí, eu disse: "Pode, claro, né?". Dei. Aí, já saiu um caju com dois passarinhos, depois, saiu uma pinha, depois, saiu um alguidar lindo, cheio..., parece coisa de, de (?), sabe? Então, ela tava com essa coisa dentro dela, sabe? O que ela viu, o pai dela é artista plástico, Fulano, né? **Conviveu durante tanto tempo vendo***

o traçado, a linha, o fazer artístico, né? Provavelmente se interessou, quando via uma revista de arte, olhava. Quando viajava, procurava os museus, olhava. Esses ingredientes, eles vão se ajustando, sabe, sendo elaborado lá dentro e na hora certa, quando você mais precisar e organizar o seu conteúdo psicológico, mental, aí, a coisa tá ali, entendeu, prontinha. O canal se abre e você flui. Essa é a minha crença porque essa é a minha experiência.”

Aqui, cabe estabelecer uma homologia entre a história dela com a cerâmica e a da filha. As duas tiveram extrema facilidade no desenvolvimento do ofício, as duas conviveram com um artista plástico e tudo que está implicado, como Gabriela mesmo falou. O pedaço do texto em destaque, no meu entender, se encaixa a experiência de Gabriela. A metáfora da “cozinha interna” que ela usa no início da entrevista pode ser interpretada como sua convivência com um universo que estava sendo assimilado:

“G: Então, Bruna, essa estória de como começar alguma coisa é muito doido. Isso porque eu acredito nessa cozinha interna que a gente vem elaborando tudo na vida, o que a gente viu, o que a gente conheceu e a (...). Não sei se você já percebeu, mas eu percebo que todo ser humano tem essa, é uma angústia pulsante, essa coisa que a gente não explica bem, mas tá sempre ali.”

Manuela

Seu aprendizado se deu em um curso de extensão na COEX, em João Pessoa, mas seus estudos nunca estão completos e se dedica à pesquisa visitando ateliês de outros ceramistas até hoje. Sua “entrada” no campo da cerâmica foi há aproximadamente trinta anos.

“M: (...) Aí, então, eu comecei mesmo, sabe? É..., a..., foi xilogravura, pintura, história da arte, desenho, escultura, e... Bom, daí, eu acho que esse contato assim mais, eu nem digo acadêmico, mas o contato com pessoas que tinham grande sensibilidade, que perceberam em mim, sabe, alguém interessada e que... podia, também, crescer nessa área; eles me deram muito apoio. Então, foi Flávio Tavares, Teresa Carmem de Recife, Montez Magno de Recife. Essas pessoas foram muito importantes, elas me mostraram um mundo da arte diferente. E, aí, através de leituras, eu acho que isso foi uma concepção diferente do fazer, que não é um fazer é... puramente artesanal, repetitivo.

B: aham

M: mas, ele tem uma base teórica também.”

Sobre sua origem social, sua mãe tinha uma espécie de Liceu de arte e ofício que funcionava na sua casa.

“M: então, nos nunca fomos obrigados a trabalhar pra ela (se refere à mãe), nem com ela, mas acho que essa vivência nos deu, a todos, uma oportunidade de vivenciar assim, a criatividade aflorando a cada hora: as cores, as formas, essa, a coisa do reaproveitamento; tudo foi lá da infância.”

O que marca a fala de Manuela é a reflexividade do seu processo de aprendizagem que nunca está completo, mas em constante andamento e aperfeiçoamento. A diversidade do seu processo de aprendizagem foi resumida por ela em três momentos: o curso com artistas plásticos, a ida aos ateliês de artistas populares, e, aos ateliês de outros ceramistas. Na sua entrevista, aparecem nomes de vários produtores de cerâmica que são referências para o trabalho dela.

“B: é... Tem algum artesão, artista plástico que lhe influencia, lhe influenciou?

M: muitos. Bom, como eu falei, anteriormente, eu tive, é..., professores, como Flávio Tavares, Tereza Carmem (...), Montez Magno, que foram, assim, muito importantes.

B: uhum

M: depois, é... Eu andei circulando por ateliês de vários artistas populares – oleiros, mulheres paneleiras, que eu trabalhei com elas no interior da Paraíba, em Serra do Talhado...

B: hum

M: Gurinhém, Tracunhaém. E, com essa, com esse pessoal, inclusive trouxe alguns, Serra Branca, inclusive, trouxe pra oficina no meu ateliê. Então, com eles, eu aprendi muito, muito mesmo. Mas, não me contentei só com isso, achava que, é... Você tem que aliar esse conhecimento, que é uma coisa que já vem de geração em geração, que é uma coisa super importante, mas você tem que aliar um pouco ao contemporâneo, né?

B: uhum

M: Então, é... Eu saí, saio de vez em quando e vou para um ateliê de algum ceramista, fora, que eu acho que tem um trabalho, que tenha uma pesquisa, que vale a pena eu conhecer aquela pesquisa. Então, têm Frieda Dourian, eu já estive com ela, Katsuko Nakano, inclusive, eu já trouxe Katsuko, um grande nome na cerâmica. É... Megumi Yuasa, que é um ceramista e uma figura humana maravilhosa.

B: uhum”

Manuela migra de outras linguagens para a cerâmica. Nessa passagem, ela já demonstra a importância do seu trabalho como educadora para a sua constituição profissional.

"M: Como eu falei antes, eu não comecei pela cerâmica, eu comecei vendo outras linguagens, né? E, depois, é... Inclusive cerâmica, assim, não me atraía de jeito nenhum. Por razões de saúde, eu tive que deixar de pintar, trabalhar com a madeira porque você tem que lixar, tem o cheiro da tinta que é muito forte. E aí, é... Comecei só a desenhar. Quando eu abri uma escola, uma pré-escola e comecei a trabalhar com as crianças, eu dei o barro pra elas. E, à medida que eles foram trabalhando, eu também fui trabalhando, e, aí, pronto, me apaixonei e até hoje, sabe? Aí, eu vi o que eu sempre digo que o barro era o grande (?), tava me chamando ali."

Ela se dedica ao repasse das técnicas dando oficinas no seu ateliê e no interior da Paraíba. Isso define um pouco sua relação com outros produtores, alguns foram seus alunos, inclusive foi ela quem ensinou algumas técnicas a Gabriela.

"B: uhum. E, você acompanha o trabalho de algum artesão daqui?"

M: olhe, é... Acompanho, sim, porque eu dei aula, aqui, e, alguns saíram pra montar o ateliê próprio. Então, são pessoas que eu tenho vínculo, sabe? E, sempre me, me mostram, me perguntam. Pedem pra eu escrever alguma coisa. (...) no sertão, como eu disse, eu acompanhei essas mulheres da Serra do Talhado, trabalhei com elas um certo tempo. Ia pra lá, dormia, ficava, sabe, acompanhando. É... as de Serra Branca, eu fiz oficinas com elas pelo Estado, né, e era... Montei um projeto pra lá que era um projeto lindo, mas infelizmente não foi possível ir adiante e, acompanho, assim, de visitas.

(...)

B: e essas oficinas que você ministrava, elas são sempre iniciativas suas ou parcerias?

M: as primeiras foram iniciativa minha através dessa oficina que se chama Pedra do Reino. (...) Agora esses outros não, esses eu sou convidada pra fazer a oficina, eu fiz pelo CTI Nordeste."

Carlos

Carlos diz que foi autodidata, que seu processo de aprendizagem se deu sem a mediação de escolas de arte e professores.

"C: Veja bem, eu sou autodidata, certo? Eu não tive, eu não tive escola. Hoje, a maioria de... dos conceitualistas, eles não admitem mais que você diga que é autodidata porque se tem uma gama de informações que tá aí, e que você..., seria uma burrice você se auto-denominar como autodidata porque você busca, pesquisa.

(...)

C: (...) Então, mas eu não tive curso de formação.

B: aham

C: não tenho curso acadêmico nem, nem... foi através de pesquisa realmente, foi... é... viver.. nesse convívio mesmo do mundo

B: aham

C: e a vida, enfim.”

Sobre sua origem social, iniciou um curso de graduação em Comunicação Social e não concluiu. Trabalhou no jornal, foi funcionário público, entrando para o mundo das artes, pela pintura, nos anos 80. Teve dificuldade em se dedicar às artes no início da carreira pela falta de tempo já que necessitava do retorno financeiro imediato, depois, decide deixar as outras profissões. Atua como ceramista há 25 anos.

“C: (...) cheguei a entrar na universidade, comecei comunicação social, mas desisti.

B: uhum

C: Trabalhei em jornal há muito tempo, vi que não era por aí, fui funcionário público, deixei tudo, tá entendendo? É... porque eu vi, nem era, nem eu conseguia fazer nada nas artes, porque atrapalhava as coisas, porque eu não tinha meu tempo, sempre... Tempo disponível pra isso, e eu me conscientizei que quem trabalha com arte, ele tem que pagar seu preço, certo?

B: aham

C: É um preço que você paga, dessa liberdade, que é uma liberdade muito fictícia, num existe essa liberdade, você tem que ter disciplina.

B: aham

C: você tem que ter normas consigo mesmo, você tem que se auto-administrar, se não você se ferra.

B: uhum

C: Porque num existe essa coisa de que o artista: “Ah, o artista num liga pra dinheiro”. Que história é essa? Isso é uma conversa, uma balela. Todo mundo, hoje, necessita realmente, hoje não, sempre se precisou de dinheiro, você vive num mundo capitalista, como vai viver sem dinheiro, né? Num existe isso.”

A trajetória de Carlos é marcada por essa necessidade do lucro, isso faz ele permanecer em outras profissões antes de virar artista plástico e faz, também, quando já ceramista, ele optar pela produção de objetos como “alternativa realmente de sobrevivência” porque estava “vivendo uma fase econômica muito difícil”.

“C: (...) Em 82, 81, 82, fui trabalhar no Correio da Paraíba, no jornal, aí eu tive acesso às bobinas de jornal (...?) e as tintas. Pegava 50 metros, 60 metros de papel, ficava rabiscando, ficava pintando, preto e branco e, os jornalistas começaram “Carlos, porque você não faz isso em tela?”. E, eu comecei a buscar esses caminhos, não sei quê e, comecei a desenvolver (...?). Em 82, eu fiz minha primeira exposição em tela, certo? Não consegui galeria, não consegui. Aí, eu loquei um... hotel e fiz, o hotel Tropicano que hoje é a Casa Civil, eu acho. E, fiz aí, depois, comecei... comecei a expor, aí, em 85, eu comecei a fazer cerâmica, comecei a

enveredar pelo caminho da cerâmica escultural, certo? Em 90, noventa, noventa e pouco, foi quando eu entrei nessa parte mais do objeto como alternativa realmente de sobrevivência porque tinha desaparecido o dinheiro de circulação, a gente tava vivendo uma fase econômica muito difícil e aí, eu sabia que não era possível sobreviver dessa forma e, aí, procurei essa coisa da UTI (utilitários interessantes)."

Durante um momento de sua carreira, realiza trabalhos de intervenção urbana. Esses trabalhos têm um caráter contestatório, denunciador, pelos temas trazidos à tona. Como ele mesmo fala, causaram um "rebuliço" grande, tendo repercussão na mídia nacional. Porém, o que parece é que a visibilidade alcançada deu-se, principalmente, por motivos políticos, referente ao conteúdo das peças e não por motivos estéticos, ou seja, pelo aspecto, propriamente, formal das peças.

"C: (...) Nos anos 80, ninguém ocupou mais mídia, aqui, do que eu, eu fazia... Eu fiz muitos trabalhos pesados, fortes, de rua, intervenção urbana, onde chamava atenção realmente e eram trabalhos de protesto porque na época era um buraco. (...) Então, eu fiz "Em respeito à vida", confeccionei 20 bonecos com capuz, com luva cirúrgica melada de sangue e tal, depois foi 20 forcas e pendurei esses bonecos na Epitácio Pessoa é... durante 2 km. Então, as forcas saiam do poste, com o bonecão pendurado com o nome em cima "Capitão Lamarca", "Vladimir Herzog", (...), esse pessoal, líderes que foram mortos durante a repressão militar.

(...)

C: (...) Aí, eu botei uma cruz bem grande e botei oitocentas e poucas cruces na lagoa, transformei a lagoa num grande cemitério, ali, nas proximidades do ponto de ônibus. Outro rebuliço grande também e tal. Chegou a sair no Jornal do Brasil, na Folha de São Paulo, essas coisas..."

Sobre sua relação com os pares, ele fala de artesãos e de arquitetos, mas só remete a dois ceramistas para negar a suposta similaridade de sua obra com a Mateus e a de Brennand.

Natália

Sua aprendizagem se deu no curso de graduação em Educação Artística, mas, depois que se forma vai trabalhar na área de Enfermagem. Essa fala abaixo pode dar pistas sobre sua origem social, porque ela fala da necessidade de trabalhar para não ficar na ilusão de ser artista, de se sustentar fazendo arte. Ela teve que procurar uma profissão que lhe desse um emprego mais "garantido". Então, ela fazia cerâmica como um *hobby*, nas horas vagas, era uma atividade secundária.

"N: (...) Aí, depois quando meu pai faleceu e eu tive que vim pra cá e aqui foi que eu... Despertou a vontade de fazer o curso de Educação Artística, como eu falei. E a história desviou pra uma outra. Eu não queria ficar só na ilusão de fazer Educação Artística, que queria fazer outra área, né, que foi Enfermagem e fui contratada. Então, quando eu comecei a trabalhar, ficou mais difícil porque trabalhando e casada já com os filhos, eu tive que fazer só nas horas vagas, eu ficava fazendo alguma coisa, sabe?"

A cerâmica passa a ser sua profissão e, ela consegue uma valorização econômica do seu trabalho. Esse parece ser um fator fundamental para ela, já que narra as estórias das aquisições de suas peças por clientes 'importantes', durante toda a entrevista. A necessidade de trabalhar que retarda o início de sua carreira parece justificar a importância que o êxito comercial tem para ela.

"B: uhum. E você acha o seu trabalho, o trabalho como ceramista, um trabalho lucrativo?"

N: é. Foi por isso que eu indiquei a muita gente e, até hoje, eu insisto em dar curso, eu acho que todo mundo é capaz. Assim, porque você não tem idéia, assim, no início mesmo quando eu comecei assim, porque eu achava assim, eu fazia o curso, nem conclui o curso, e, já estava vendendo tantas obras, fazendo exposições fora que na época aqui não tinha muito, as pessoas aqui não se envolviam. Agora sim, mas antes, ninguém não tava muito interessado não."

Sua entrada no campo tem, aproximadamente, trinta anos. Atuou como arte-educadora, dando aulas de cerâmica, em casa, para familiares e vizinhos e, em outras instituições.

"B: E, essa experiência de dar aula, que você trabalhou com arte-educadora, queria saber, você já deu muita aula de cerâmica pra outras pessoas?"

N: já. Quando tem, assim, feira de ciências no SESC Colégio, que é um colégio-modelo; SESC centenário, na semana da cultura; na Universidade mesmo, às vezes, eu ia lá, fazia curso de extensão. É... Espaço Cultural, agora, no Festival das Artes Plásticas, tem uma associação lá, eu dei cursos também a muita gente assim, das comunidades, gente de todas as áreas assim (...)."

Portanto, a partir da investigação realizada nesse capítulo, se delineia uma topologia do campo da cerâmica em João Pessoa. É claro que não é possível uma constatação precisa acerca das posições dos agentes no campo. Trata-se, aqui, de sugerir as posições prováveis a partir da nossa interpretação acerca das trajetórias,

das referências estéticas, dos circuitos de circulação das obras, etc., enfim, da constituição do habitus de cada um dos produtores trazida à tona no momento da entrevistas.

É a partir da relação entre a estrutura interna do campo e as disposições dos agentes que se pode inferir os espaços “ocupados” por cada um dos produtores. Vale lembrar que o princípio hierarquizador do campo de produção artística é o critério estético. Este princípio dinamiza a relação dos produtores que procuraram através deste distinguir-se entre si. Princípios heterônomos ao campo, como o valor comercial da obra, são desvalorizados da perspectiva própria do campo, estabelecendo a oposição, tantas vezes já citada no texto, da arte erudita com a arte comercial ou com o artesanato.

Considerando isso, as posições dominantes são ocupadas pelos ceramistas que estão mais próximos à arte erudita, e no caso, os que fazem isso de forma mais “pura”, é Mateus e Gabriela. Quando os alinho na mesma posição é porque os estou considerando em relação aos demais, de forma comparativa, mas, uma análise minuciosa tornaria necessário diferenciá-los entre si, já que Mateus está numa fase de consagração e Gabriela, de ascendência. Ela tem a entrada mais recente no campo, e ele se localiza na própria origem do campo em João Pessoa. Feitas as ressalvas, para o alcance da nossa análise, Mateus e, em seguida, Gabriela estão em posições hierarquicamente superiores aos demais. Já, Manuela, estaria numa posição intermediária, denotada pelo trânsito constante que faz entre o universo erudito e o da arte popular. Carlos e Natália se encontram em posições de subordinação, por estarem identificados a arte popular e a arte comercial, respectivamente. Nesse sentido, cabe nova ressalva, acredito que Natália esteja numa posição ainda menos privilegiada que a de Carlos.

Capítulo III – Tradição e modernidade na cerâmica pessoense

3.1 Tradição e modernidade

Este capítulo abordará os valores modernos e os tradicionais incorporados à cerâmica pessoense na esfera da produção e da distribuição. No nível da produção, discutiremos a relação dos ceramistas com as técnicas e as estéticas. No nível da distribuição, abordaremos os canais de venda: os *sites* e os *ateliês*.

O que pretendemos, aqui, é abordar os distintos e aparentemente contraditórios valores associados ao mesmo bem simbólico. Com a frase: “os artistas usam as tecnologias avançadas e ao mesmo tempo olham para o passado no qual buscam certa densidade histórica ou estímulos para imaginar” (GARCÍA CANCLINI, 2006, p.353), García Canclini (2006) expõe esse pêndulo feito pelos produtores de bens culturais. Ao dizer que os produtos híbridos já nascem pertencendo ao sistema capitalista, ele está chamando atenção para a centralidade do mercado. O mercado de bens simbólicos orchestra, em alguma medida, senão os processos de hibridação, pelo menos os níveis de hibridação desses bens.

Acredito que há uma seletividade na escolha dos valores tradicionais e modernos agregados à cerâmica, uma seletividade que obedece, de alguma forma, a “leitura” de mercado realizada pelos próprios ceramistas. Não uma leitura subjetiva, mas uma leitura circunscrita num campo específico de produção, distribuição e consumo, devedora da posição e da trajetória de cada produtor nesse campo. Veja como Thompson (1995) situa essa questão:

Um indivíduo emprega recursos, baseia-se em regras e implementa esquemas com o objetivo de produzir formas simbólicas para um receptor particular ou para um conjunto deles, e a expectativa de recepção de tais formas faz parte das condições de sua produção. (...) Não é difícil encontrar outros exemplos das maneiras pelas quais a expectativa antecipada da recepção das formas simbólicas é rotineiramente incorporada às condições de produção. Um artista pode modificar o estilo de seu trabalho tendo em vista alcançar uma determinada clientela (...). (THOMPSON, 1995, p. 201)

Entendendo que “a expectativa antecipada da recepção das formas simbólicas” modifica as condições de produção dessa mesma forma, cabe o esforço do entendimento da esfera do consumo, para além dos seus aspectos econômicos,

como campo de produção de significados e, também, de formas simbólicas. Uma esfera que se revela como um espaço de produção de subjetividades à medida que possibilita a construção de identidades a partir de escolhas. De acordo com Retondar (2008, p.145), o consumo é o “(...) ato de escolha reflexivamente orientado.” E,

Em outras palavras, se identidades são produzidas e definidas dentro do processo de consumo, elas não mais se impõe totalmente de “fora” sobre indivíduos e grupos, formando suas identidades deliberadamente, mas ao contrário, são demarcadas por intermédio de “atos de escolha”, através do ato de consumo, juntamente com um conjunto de marcas identitárias que se encontram dispostas no interior do sistema de consumo. Neste caso, o indivíduo, enquanto consumidor, passa a ser também *agente* no interior desse processo de identificação social. (RETONDAR, 2008, p.149)

Essas “identidades flexíveis”, se constituem, caso a caso, mediante apreciação subjetiva dos significados associados aos produtos e bens de consumo. As identidades dos indivíduos, nessa perspectiva, seriam delineadas a partir da diferenciação pela identificação a determinados valores que estão associados aos objetos.

O processo do consumo envolve a produção de significados, por ser um sistema de significação que supre necessidades simbólicas, traduzindo relações sociais e elaborando experiências subjetivas. A função comunicativa dos objetos os estabelece como marcadores sociais. (DOUGLAS, 2006)

A partir disso, poderíamos pensar que existe não uma, mas várias lógicas que orientam o consumo de cerâmica e que elas estão associadas aos mais diversos valores, tais como a tradição, a arte, o indivíduo, o regionalismo, etc. Esse imaginário¹⁴, produzido na esfera do mercado, influencia o consumo dos objetos, possibilitando o consumo de algo através do objeto.

A identificação a valores parece ser uma importante referência para a interpretação das escolhas dos consumidores, apontando para uma rede de significados acessada no ato do consumo.

Nesse sentido podemos pensar que os ceramistas elaboram suas estratégias de comercialização cientes disso. Esse balanço realizado por cada ceramista na

¹⁴ Em sua análise, Lauer (1983) coloca que o incremento das compras de objetos de artesanato parece ser fruto de uma nova mentalidade de alguns setores urbanos atribuída, geralmente, ao populismo e ao nacionalismo, e que inclui valores e sinais de origem popular.

hora de definir suas tomadas de posição não são homogêneos por se relacionarem com as suas diferentes posições no campo da cerâmica em João Pessoa.

Pretendemos explicitar de alguma forma essa complexidade ao longo desse capítulo. É claro que seria difícil abordar todas as diferenciações implícitas em cada escolha, em cada tomada de posição e interpretá-la como moderna ou tradicional. Mas, pretendemos sugerir uma associação a alguns valores empregados nas estratégias elaboradas pelos ceramistas em questão.

A respeito do seu estudo sobre a plástica nos Andes peruanos, Mirko Lauer (1983) se depara com valores contraditórios quando se trata da promoção desse artesanato. O desenvolvimento de um mercado capitalista para produtos fabricados num contexto sócio econômico pré-capitalista, as transformações da produtividade e da estrutura de emprego dos participantes, o aparecimento e a proliferação do trabalho assalariado nesta produção – são, segundo LAUER (1983), as principais forças transformadoras do artesanato. Seu fomento, de acordo com o autor, constitui um impulso contraditório:

(...) deseja incrementar o comércio e, ao mesmo tempo, manter a “pureza” das formas; quer aumentar a produção e, ao mesmo tempo, manter o sentido original de qualidade; procura modificar o processo produtivo, mas advoga pela manutenção dos valores tradicionais, como um expediente para tornar mais fina a casca do ovo que servirá para fazer omelete sem, contudo, rompê-la. (LAUER, 1983, p.56)

É evidente que se trata de outro contexto, e ainda, de outro objeto de estudo, mas, acreditamos que existe uma proximidade no universo desses bens simbólicos com relação a esse ordenamento que visa um equilíbrio delicado. Por um lado, para se ter uma boa inserção no mercado, o planejamento e a sistematização da produção são imprescindíveis porque visam o maior controle de qualidade sobre os produtos; por outro, a busca pela autenticidade, por algo único, que remeta a um passado, a idéia de tradição, parece dar o tom do desejo e da procura do consumidor por esses objetos.

García Canclini (2006) argumenta que tamanha difusão do folclore e do popular, nos tempos atuais, deve-se às diferentes funções que seus produtos mantêm. Umas, tradicionais, outras modernas: “(...) atraem turistas e consumidores urbanos que encontram nos bens folclóricos signos de distinção, referências

personalizadas que os bens industriais não oferecem". (GARCÍA CANCLINI, 2006, p. 22).

A fim de entendermos o apelo da "tradição" como estímulo para o consumo da cerâmica, é necessário investigar o sentido da própria noção de tradição. Em Giddens (1997), tal noção está definida da seguinte forma:

(...) a tradição está ligada à memória, especificamente aquilo que Maurice Halbwachs denomina 'memória coletiva'; envolve ritual; está ligada ao que vamos chamar de *noção formular de verdade*; possui 'guardiães'; e, ao contrário do costume, tem uma força de união que combina conteúdo moral e emocional. (GIDDENS, 1997, p. 81)

Destrinchando: A tradição, que organiza a memória coletiva, necessita de rituais para sua preservação, isto é, de práticas sociais. Os rituais são interpretados pelos guardiães que revelam a verdade. A verdade formular tem sua validade garantida não pelo seu conteúdo em si, mas pelos acontecimentos provocados nos rituais, já que a performance é a sua linguagem.

Na tradição, o passado é reconstruído socialmente, mas, convém lembrar que, a tradição é:

(...) uma maneira de lidar com o tempo e o espaço, que insere qualquer atividade ou experiência particular dentro da continuidade do passado, presente e futuro, sendo estes por sua vez estruturados por práticas sociais recorrentes. A tradição não é inteiramente estática, porque ela tem que ser reinventada a cada nova geração conforme esta assume sua herança cultural dos precedentes. A tradição não só resiste à mudança como pertence a um contexto no qual há, separados, poucos marcadores temporais e espaciais em cujos termos a mudança pode ter alguma forma significativa. (GIDDENS, 1997, p.44)

Num sentido inverso, a sociedade pós-tradicional reconstrói o passado de forma reflexiva para ter autonomia em relação a ele, o passado é investigado. A continuidade das práticas tradicionais pressuposta pela sucessão das gerações esbarra numa condição moderna, a questão da escolha.

Nas sociedades pré-modernas, a tradição proporcionou um horizonte de ação relativamente fixo. (...) A verdade formular, associada à influência estabilizadora do ritual, interdita uma variedade indefinida de possibilidades. A tradição como natureza, a natureza como tradição: esta equivalência não é tão extrema quanto pode parecer. O que é 'natural' é o que permanece fora do escopo da intervenção

humana. (GIDDENS, 1997, p. 96)

Giddens (1997), porém, chama atenção à impossibilidade de se haver tanto uma sociedade pré-moderna totalmente tradicional, quanto uma sociedade pós-tradicional em que não haja mais nenhuma manifestação da tradição. Quando ele discute o processo de destradicionalização da modernidade, ele quer discutir, também, o novo estatuto que a tradição passa a ter na sociedade pós-tradicional.

A tradição, segundo ele, agora perde seu caráter normativo passando a ser mais um valor que pode ser defendido discursivamente no contexto do pluralismo de valores, sendo muitas vezes reivindicada com respeito à regeneração de identidades pessoais ou coletivas.

Por isso, a tradição é um meio de identidade. Seja pessoal ou coletiva, a identidade pressupõe significado; mas também pressupõe o processo constante de recapitulação e reinterpretação observado anteriormente. Identidade é a criação da constância através do tempo, a verdadeira união do passado com um futuro antecipado. Em todas as sociedades, a manutenção da identidade pessoal, e sua conexão com identidades sociais mais amplas, é um requisito primordial de segurança ontológica. Esta preocupação psicológica é uma das principais forças que permitem às tradições criarem ligações emocionais tão fortes por parte do 'crente'. (GIDDENS, 1997, p.100)

A relação entre tradição e modernidade, de acordo com Giddens (1997), seria marcada por duas esferas de transformação; uma é a difusão das instituições modernas no mundo globalizado e a outra são os processos de desincorporação da tradição, associados à radicalização da modernidade.

O sentido de revisão do conhecimento proclamado pela ciência e promotor da reflexividade institucional vai de encontro à autoridade apriorística da verdade formular, que é a verdade da tradição. Por isso, o abandono crescente da tradição tem uma relação direta com o avanço da globalização, porque as duas reivindicam uma organização de tempo e espaço, mas de maneiras contrárias:

Enquanto a tradição controla o espaço mediante seu controle de tempo, com a globalização o que acontece é outra coisa. A globalização é, essencialmente, a 'ação à distancia'; a ausência predomina sobre a presença, não na sedimentação do tempo, mas graças a reestruturação do espaço (GIDDENS, 1997, p. 118).

Ao remeter à globalização da modernidade, Giddens (1991) aborda duas características das instituições modernas, a reflexividade e a ação de desencaixe dos sistemas sociais promovida, em grande medida, pelo distanciamento do espaço-tempo.

Se nos contextos pré-modernos, há a nítida vinculação do “quando” ao “onde”, e a presença se faz fundamental para o desenrolar das interações sociais; na modernidade, “O que estrutura o local não é simplesmente o que está presente na cena; a ‘forma visível’ do local oculta as relações distantes que determinam sua natureza.” (GIDDENS, 1991, p. 27)

De acordo com Giddens (199, p. 29), a separação do tempo e espaço é fundamental para o acentuado dinamismo da modernidade, por, dentre outros motivos, ser a condição necessária para o processo de desencaixe dos sistemas sociais, ou seja, para o “‘deslocamento’ das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço”.

A interação através da distância, que conecta presença à ausência, “alonga” as relações sociais que passam a existir entre distintos e distantes locais do globo. Nesse sentido, Giddens (1991, p. 81) se remete às tecnologias de comunicação como “elemento essencial da reflexividade da modernidade e das discontinuidades”.

Com relação aos mecanismos de desencaixe, Giddens (1991) detém-se às fichas simbólicas e aos sistemas peritos. Por fichas simbólicas, ele entende que são “(...) meios de intercâmbio que podem ser ‘circulados’ sem ter em vista as características específicas dos indivíduos ou grupos que lidam com eles em qualquer conjuntura particular.” (GIDDENS, 1991, p.30). O autor exemplifica com o dinheiro, que permite transações entre indivíduos totalmente separados temporal e espacialmente. Já os sistemas peritos, são “sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje” (1991, p.35).

Os mecanismos de desencaixe dependem da mediação da confiança. Há um risco implicado nas interações à distância, que, de alguma forma, precisa ser minimizado para os atores sociais, a fim de torná-lo aceitável. A natureza dessa confiança é descrita por Giddens como “uma forma de ‘fé’ na qual a segurança

adquirida em resultados prováveis expressa mais um compromisso com algo do que apenas uma compreensão cognitiva”. (GIDDENS, 1991, p.35).

Em relação à reflexividade, ela possibilitaria a reordenação “das relações sociais à luz das contínuas entradas (inputs) de conhecimento afetando as ações de indivíduos e grupos” (GIDDENS, 1991, p.25), e pode ser considerada um dos fatores responsáveis pelo extremo dinamismo da modernidade. Ainda sobre a reflexividade:

A reflexividade da vida social moderna consiste no fato de que as práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz de informação renovada sobre estas próprias práticas, alterando assim constitutivamente seu caráter. (GIDDENS, 1991, p.45)

Se, em todos os tempos e lugares, a vida social foi continuamente modificada pela incorporação de descobertas consecutivas, na modernidade, isso acontece de forma radical, o que Giddens (1991) irá denominar de “reflexividade indiscriminada”.

É claro que existem filtros relativos à aplicação, na atividade social, desse conhecimento reflexivamente orientado, dentre os quais destaco o “*poder diferencial*” de indivíduos específicos que são mais capazes de realizar a apropriação desse conhecimento especializado.¹⁵

A partir daqui nos deteremos à observação dessas características da modernidade (a reflexividade, o desencaixe, a tradição como valor, etc.) no discurso dos ceramistas sobre suas práticas.

3.2 A esfera da produção: técnicas e estéticas

A incorporação de novos materiais, as modificações na matéria-prima utilizada, o desenvolvimento das tecnologias de produção, tudo isso aponta para a reflexividade, ou seja, para a modificação da atividade de ceramistas mediante a incorporação de novos conhecimentos, fruto de pesquisas pessoais ou da apropriação de novos saberes.

A questão da reflexividade pode estar no cerne da grande distinção que os ceramistas fazem entre arte e artesanato, a arte vista como atividade profundamente

¹⁵ Acredito que pode se estabelecer uma relação do “poder diferencial” referido por Giddens (1997) com a idéia de um campo de produtores de Bourdieu, e porque não, de especialistas, que detém recursos/capitais diferenciados que conformam seus posicionamentos de forma hierarquizada e, estruturam, em alguma medida, suas tomadas de posição.

reflexiva, fruto do conhecimento cumulativo passível de correção pela pesquisa e aprofundamento, e, o artesanato, como uma atividade ligada à tradição, à repetição.

A valorização da criatividade no campo artístico, até pela necessidade da diferenciação dos estilos pessoais, como uma forma de se proteger das possíveis imitações, dialoga com o imperativo da mudança. E, talvez daí, surja essa representação que associa a arte à reflexividade que visa o aperfeiçoamento, e o artesanato/cultura popular, à fixidez. É como se a cultura popular, vista como tradição, supusesse a idéia de algo estanque, “puro”, “intocado” pelas mudanças sociais.

É interessante notar como estes produtores pesquisados têm que lidar com esses dois universos valorativos: tradição e modernidade, porque esteticamente parecem aproximar-se de referências das culturas populares com a condição de não se bastarem nisso. E, tecnicamente, são adeptos da “modernidade” com seus aparatos tecnológicos como a incorporação do *site*, por exemplo.

É como se houvesse aqui, novamente, uma cisão. A produção é racionalizada, mas, ao mesmo tempo, a tradição é incorporada, de forma refletida, como valor estético.

Dois ceramistas pesquisados, Manuela e Carlos, tiveram experiências como consultores representando instituições que visavam, dentre outras coisas, a sistematização da produção de cerâmica para uma melhor inserção no mercado. Essas consultorias foram dadas através de oficinas de aprendizagem da técnica de confecção, desde a seleção da argila, até os procedimentos técnicos de produção, passando também pelo desenvolvimento de identidade visual, embalagem, criação de marca, etc.

A partir da experiência deles, narrada adiante, considero que houve uma apropriação desse conhecimento gerador das diretrizes que orientaram essas consultorias, e o rebatimento disso no discurso e no encaminhamento dado pelos ceramistas à sua própria produção.

Tais ceramistas estão familiarizados com as ações/diretrizes desenvolvimentistas de algumas instituições incentivadoras do artesanato em geral, e, são, pelo que pude perceber, mais entusiastas que críticos desses “programas de desenvolvimento”. Isso demonstra que longe de terem uma visão romântica sobre o artesanato e as tradições, eles percebem as estratégias de comercialização como

encaminhamento necessário para o desenvolvimento, sobrevivência, e transformação do artesanato em algo mais produtivo, mais lucrativo.

Abaixo, Carlos fala com naturalidade em levantamento de lendas e mitos para a criação de um repertório identitário associado à região.

“C: (...) É, às vezes, o SEBRAE me convida pra dar monitoria, daí, eu faço, e tal, numa boa, porque aí é uma semana, depois, eu tô livre, e, aí, eu ganharia mais ou menos o que eu ganho, ganharia na universidade durante um mês, ou menos até numa universidade. Tá entendendo?”

B: E, as consultorias geralmente são aqui mesmo, ou no interior?”

C: Não, Ceará. Tem no Ceará, no interior da Paraíba, geralmente são monitorias de cursos profissionalizantes, certo? Então, eu deixo toda uma estrutura montada com forno, tudo. Vou em campo pra poder selecionar as argilas, num sei o quê... É todo um levantamento da questão de lendas e religiosidade, e tal. É... Um dos últimos cursos que eu dei..., que a Paraíba, depois que começou o programa Paraíba em Suas Mãos, aí houve um direcionamento do Paraíba em Suas Mãos que entrou também algumas ações do próprio SEBRAE que tiveram esse convênio, né? E, aí, eu num fiz mais monitorias porque eles começaram a picotar. Existe uma tabela mais ou menos nacional com relação a valor hora-aula, que no caso da gente entra como notório saber, certo? E hoje ta o quê, em torno de... R\$ 55,00 a hora-aula, certo? Aí, tu dá um curso de 45 horas-aulas semana, entendeu? Então, dá uma grana razoável, e você tem a festa das pessoas, você tem contato com outras pessoas, conhece essas regiões e tal. Então, eu viajei muito pelo Ceará, dando aula através do Instituto Dragão do Mar, muito, muito, muito mesmo. É... o Crato, Juazeiro, Granja, Ru... enfim, viajei muito.”

Abaixo, Carlos fala sobre embalagem, valores, conceito.

“C: (...) então, eu busquei o objeto, primeiro pelo volume e segundo, pelo preço. Certo?”

B: certo

C: E terceiro, a embalagem, porque a caixinha ela é embalada complementada com material orgânico, que são folhas de bananeira ou de helicônias que eu tenho no próprio quintal, certo? E isso dá, não só a questão estética, mas dá uma coisa romântica, é... uma coisa mais bucólica, certo? Essa coisa de levar alguma coisa, algum material da região a qual você visitou com alguém que você teve contato, certo?”

B: uhum

C: é uma coisa muito filosófica. É..., além do preço, a questão da qualidade, da beleza estética e da funcionalidade, o objeto tem que ter isso. Esses três itens são extremamente importantes: estética, funcionalidade e volume, né, pra se tornar viável mesmo, que não seja realmente muito frágil, a questão da durabilidade, também, é super importante porque o turista que tem consciência realmente, ele vai pegar no objeto “Será que eu não vou perder esse objeto?”. Então, você tem que passar a segurança pra ele de que aquele objeto vai chegar lá com segurança,

senão, você perde o cliente “Não vou comprar não porque eu comprei da outra vez, quebrou, tal”.

(...)

C: então, essa preocupação é muito grande e que o SEBRAE tem que trabalhar muito isso com o artesanato, essa coisa da embalagem, essa coisa do transporte. Eles fazem um trabalho muito bom, o SEBRAE em cima dessas estórias, mas ainda não é o suficiente pra conscientizar o pessoal.

B: uhum

C: é muito difícil você chegar numa pessoa, (...), mas não é só cerâmica não, é qualquer objeto que você transporte de forma inadequada, você vai perder, seja madeira, seja ferro, seja o que for. Então, embalagem é fundamental. É tanto que tenho a preocupação de ter sempre uma embalagem pro meu produto.

B: aham

C: certo, não faço nenhuma objeção disso. Alguns, ele já acompanha a embalagem, onde a embalagem também é um produto como é o caso daquelas caixinhas e, outros, quando não é possível assim, eu procuro ter uma embalagem. Eu tô idealizando muito aquele (...), vai ter uma cruz em papelão, quando você fechar, você bota dentro de um saquinho de pano e ele tá protegido, você pode levar pra qualquer lugar, com a minha logomarca e tal.”

Ambos, Carlos e Manuela, manejam com desenvoltura o repertório conceitual digno de profissionais da atividade projetual, como designers, aptos a trabalharem na elaboração de sistemas de identidade visual. Abaixo, Manuela narra sua experiência numa oficina ministrada em Souza, na Paraíba, cujo objetivo era a elaboração de um produto turístico.

“M: (...) eu fiz pelo CTI nordeste, fiz uma oficina também, foi bem interessante, foi em Souza, um trabalho bem interessante porque era uma, as oficinas eram voltadas para a criação de um produto turístico. Então, como eles têm a estória lá do dinossauro, eu peguei a questão do dinossauro “Vamos trabalhar em cima dessa marca, que é muito forte e tudo”. E foi muito interessante porque era um grupo grande, foi difícil o trabalho. Era numa sala com ar condicionado...”

B: risos

M: imagine trabalhar com cerâmica. Mas, enfim, e apareceu muita gente que não estava inscrita. Então, era uma mesa grande com vinte pessoas. Outro grupo lá de pessoas, de usuários do CAIC (?). São pessoas que tem que ter uma atenção especial; outro grupo lá das crianças que estavam participando. Então, você imagina pra...

B: é...

M: você dar conta de tudo isso. Foi super interessante porque, aí, eles, eu joguei pra eles “Vamos aprender a bola oca”, fazer a bola oca, agora “Vamos transformar isso num ovinho”. E dentro do ovinho, um dinossauro. É..., pra que eles tivessem aquilo ali pra vender pro turista que aparece lá, um real, dois reais, mas, enfim, uma coisa bem... era uma marca dali. E, eles fizeram, depois passaram tinta que a gente fez lá mesmo da região com barro de lá. Depois, fizeram, eu dei a placa, a técnica das placas e... fizemos uma junção aí da cerâmica com a fibra da bananeira que eles traçaram um trabalho lá com a fibra, tem um grupo bem ativo lá. Então, como juntar

isso, uma coisa com a outra? Então, eu ensinei a eles a fazer uma cadernetinha artesanal, com uma costura artesanal e colar a fibra da bananeira e, em cima a figura do dinossauro que cada um desenhou. Então, uma oficina dessa, não é só chegar lá "Pá" joga o barro e vamos fazer. Não, ela envolve a expansão do gesto, sabe? Depois, vamos criar uma marca própria, o que é essa marca? "A identidade de vocês, não vamos repetir". Então, é uma coisa assim muito rica e que eu adoro fazer, se eu pudesse eu vivia no mundo, sabe, com esses grupos trabalhando, sabe?"

Ao entrarem em contato com esses novos conhecimentos, ocorreram desdobramentos nas suas práticas de ceramistas, no sentido de valorização da postura projetual, no cuidado com as embalagens, na geração de suas marcas próprias, seus sites, seus cartões de visita, com o visual dos ateliês e de suas casas.

A respeito da tradição identificada como valor estético, cabe falar sobre o posicionamento de Natália sobre uma técnica específica: a queima em alta temperatura. Ao falar que não pretende incorporar tal técnica, ela defende sua escolha por uma estética mais "rústica", com cores naturais, que lhe garante maior saída comercial num contexto nacional e internacional, e que, finalmente, coincide com os propósitos da ONG que faz a mediação da comercialização da sua obra. Ela acredita que as cores parecem "artificiais" na cerâmica vitrificada, fruto da técnica referida.

"N: (...) prego, eu sempre compro, que eu gosto de comprar um prego que seja resistente, que não enferruje depois, sabe, que fique oxidado, mas não caia muito ferrugem. Por isso, que essa ONG (uma ONG que apóia e divulga o trabalho dela) aceitou mais assim, porque lá fora eles dão muita ênfase se você tá reciclando, que produtos você tá usando, produtos assim mais... Eu não uso tinta, eu uso as cores da própria cerâmica, por isso, que têm essas cores bem mais pastéis. Aí, tudo isso, assim, foi tudo uma pesquisa que quis fazer diferente, eu quis fazer um trabalho que não envolve produtos químicos, que não fosse industrializado. É tanto que eu não faço vitrificado, porque o trabalho vitrificado, ele é mais assim, usa produtos químicos, usa alta temperatura. Essas cores assim, eu saio, se eu quiser ela mais fraca, eu misturo com uma mais clara. Eu tenho várias cores de cerâmica porque eu mesmo faço as cores delas, misturo as cores. É tudo isso não é assim você olhar e querer fazer o de alguém, não, é tudo uma pesquisa, a experiência que eu já tinha dentro da área que vai me dando..."

Já, Mateus discorre, a seguir, sobre sua invenção da técnica "Litoplasma":

"M: (...) nós temos uma técnica aqui chamada litoplasma, nós criamos a técnica. É uma... Eu fiz uns ensaios de gravura em metal. Mas, a gravura em metal, ela parte de um material nobre que é o cobre ou o latão e leva-se o resultado invertido para um material..., principalmente, pra nós, aqui dos trópicos, é um material semi-perecível, que é o papel. Quer dizer, então, pra mim, eu vi tudo errado ali. Quer dizer que você inverte os conteúdos que você faz... Saca, mais ou menos a técnica de uma gravura?"

Depois de me explicar o processo de confecção de uma gravura, ele continua:

"M: (...) Quer dizer, é um processo... Quando eu comecei a estudar, eu vi que eu gostaria que nem aquilo se transformasse em múltiplo e que nem fosse pra um material inferior à matriz. Porque a beleza mesmo está na matriz. Você vê essa série de Picasso, a "Tauromaquia", que está no museu de Barcelona, as matrizes são maravilhosas, né, muito mais do que as cópias e, o material, bonito. Aí, eu disse: "Que chateação essa que você inverte e vai para o papel e tudo". Mas, como não fazer isso? Aí, comecei as investigações. Peraí, e se eu levar isso pro campo da cerâmica, pro campo dos porcelanatos, que são as pedras nobres, o que é que acontece? Aí, comecei a..., aí, você tem que o quê? Que estudar os óleos, que tipo de óleo você vai misturar, uma infinidade de coisas. Chegamos a litoplasma, "lito" de pedra e "plasma" de cobre."

Abaixo, a tomada de posição de Gabriela, substituindo sua matéria-prima que era a argila pela utilização da massa cerâmica já pronta, visando, segundo ela, um trabalho mais sofisticado.

"B: (...) E, a matéria-prima, você adquire aonde?"

G: como eu to dizendo a tu, João Pessoa tem uma argila maravilhosa, sabe. Mas eu tenho feito experiências com a argila lá de São Paulo. Massas compradas mesmo, sabe?"

B: Aham...

G: Por quê? Porque eu não tô trabalhando com a argila in natura mais, entendeu? Porque quis melhorar a qualidade do trabalho. Então, eu tenho comprado lá na Hobby Cerâmica, São Paulo, e na Pascoal, que é uma argila assim, que é uma massa cerâmica, digamos assim, como uma cozinha, eles preparam lá com o chamote bem fino, entendeu? Pra dar um resultado tal. Não é uma coisa mais aleatória como era no começo. Eu pegava qualquer argila, trazia com pedra com tudo e trabalhava e fazia e realizava mesmo. A qualidade é outra, entendeu? E, como eu não tenho ajudante, eu poderia fazer essa massa em casa, mas é uma coisa de operário mesmo, trabalho braçal. Aí, eu tô comprando essa massa em São Paulo."

O que se percebe após a leitura desses depoimentos sobre o processo de produção da cerâmica de cada um desses produtores? Seja sobre a mudança da

matéria-prima utilizada, sobre a criação de uma nova técnica, ou sobre a justificativa da não utilização de uma técnica já conhecida, e ainda, sobre a criação e utilização de sistemas de identidade visual como embalagens e marcas próprias – o que permeia essas ações é a postura reflexiva dos ceramistas, a abertura para a mudança, mesmo quando se escolhe “permanecer” fazendo o mesmo, como no caso de Natália. O que marca a narrativa dessa ceramista é o fato dela efetuar uma escolha de não realizar trabalhos aplicando uma técnica diferente. Não se trata do desconhecimento de um modo de fazer, e também, não representa o comprometimento com um modo específico de produzir. Se há “comprometimento” aqui, ou adequação, palavra mais precisa, é com um universo de valores estéticos que remete ao rústico, à região Nordeste, o que coincide, por sua vez, com a fala de Carlos sobre os materiais utilizados nas embalagens de suas peças (“*folhas de bananeira ou de helicônias*”), por remeterem a uma atmosfera romântica, bucólica.

3.3 A esfera da distribuição: ateliês e sites

Apesar das diferenças existentes entre os entrevistados, tive a sensação, depois de ter visitado os cinco ateliês e as quatro casas, de uma estranha unidade na apresentação visual destes espaços.

A maneira de decorá-los me remetia a uma estética que mesclava sofisticação a toques artesanais, simplicidade a elaboração estética. Nery (2009), no seu estudo sobre artesanato, percebeu uma relação entre luxo, autenticidade e simplicidade, conformando uma espécie de novo “bom gosto”:

(...) ainda que o reconhecimento do bom gosto se dê, primordialmente, por parte de uma fração daqueles que pertencem às camadas mais favorecidas economicamente, o ideal da simplicidade e a busca por autenticidade tem permitido, paradoxalmente, o estabelecimento e reconhecimento de certas formas de composição popular como bom gosto (...). Erige-se, desta forma, o *hi-lo*, combinação de peças caras e baratas como um estilo diferenciado e que consegue filtrar mais meticulosamente aqueles ‘efetivamente’ dotados de bom gosto. (NERY, 2009, p. 18)

O ideal da simplicidade, remetido por Nery (2009), aparece na fala de alguns ceramistas, ligado à sua concepção de artista, como um qualificativo do estilo de vida do artista. Isso pode ser observado na fala de Mateus:

"M: (...) Picasso dizia uma coisa curiosa, ele gostava de viver como pobre... Picasso era uma pessoa milionária, mas gostava de viver como pobre. Aí, gracejava, que é a maneira dele: "Porém, com muito dinheiro".

B: risos

M: risos. Não é, quer dizer, mas, o modo de vida era o quê? Almoçar e jantar um peixe, né? Não tomava vinho, por isso ou por aquilo, não tomava vinho, peixe com arroz e trabalhava pra lascar, né, quer dizer, um operário mesmo. Trabalhava. Atravessava noites trabalhando.

(...) Michelangelo. Michelangelo quando ele faleceu tinha um baú do lado da cama dele. Tinha em moedas de ouro o equivalente a um milhão e quinhentos mil dólares num baú. Mas vivia..., se fosse hoje, era bernal com um pedaço de rapadura, farinha, carne de charque, pra não perder tempo e, trabalhando, quer dizer que viveu como pobre a vida inteira, né?"

Todos os ceramistas disseram que o ateliê não era só o local de produção das peças, mas que, considerando o mercado de João Pessoa, representava, também, o principal local de exposição e de comercialização. Em suas casas há, geralmente, um parque de esculturas localizado na área externa. A partir disso, podemos pensar as casas e ateliês/vitrina¹⁶, como espaços estrategicamente pensados e montados para receber consumidores.

Em suas narrativas, eles falam dessa recepção aos clientes, que vão lá fazer uma visita, tomar um café, conversar, às vezes, vindos até de outro Estado.

"B: você tem contato com os seus consumidores? Assim... Eu queria saber se eles vêm aqui.

C: vêm

B: se você tem um grupo certo de consumidores...

C: não, não, eu tenho um público que me visita, alguns se tornaram amigos mesmo e tal, que, hoje, como meu trabalho tem um preço acessível, compram muito pra dar presente e tal, entendeu? É muito difícil um cliente não se tornar amigo depois, porque eu procuro ter, me aproximar cada vez mais, pra que a pessoa se sinta realmente nessa, nessa... Quando vale a pena, né?"

A impressão que fica é a de que são "clientes-amigos", com os quais mantêm uma relação de proximidade, pelo menos no momento da compra.

O ateliê converte-se, assim, no lugar simbólico – alegórico, cenográfico – onde o artesão (ã) ganha corpo – materialidade e performance - , deixa de ser um grupo social, uma etnia, e passa a

¹⁶ Termo utilizado por Corrêa (2008), na sua tese que reflete sobre o processo de modernização do artesanato recente produzido em Florianópolis.

ser indivíduo/autor(a). Ele (ela) passa a ser dono(a) dos jeitos, das maneiras de imprimir-se no e através do barro. Dono (a) das formas de narrar suas experiências e de interpretar as coisas que o cercam em conjuntos de enunciados objetualizados, modelados sobre e a partir das narrativas visuais e verbais tradicionais (...). (CORRÊA, 2008, p.108)

Essa relação artista-obra-ateliê parece configurar um complexo sistema de identidade visual que reforça a idéia de autoria e que inclui o ateliê como importante “cenografia do querer”, espaço de venda privilegiado, já que eles o formatam como espécie de vitrina de suas peças, de seu estilo de vida, da sua personalidade. A experiência desse tipo de consumo extrapola o mero interesse pela obra, e se expande para o próprio homem, sua vida, seus objetos, suas estórias.

Portanto, se estabelece uma identificação entre a alma do produtor e a obra de arte. A arte, na concepção simmeliana, como vimos no primeiro capítulo, ao recusar a divisão do trabalho, afirma a relação direta entre produto e produtor, obra e criador. O que ocorre, nesse caso, é a interseção entre a totalidade da obra e a unidade da alma do criador.

O esvaziamento de significado posto na descartabilidade das mercadorias ganha sua tentativa de contrapeso, ou de refetichização, a partir da recorrência à experiência, ligada ao processo de fabrico ou ao processo de aquisição do bem, que ganharia, assim, autenticidade. (...) Em especial, a autenticidade estaria no rústico, naquilo que é ligado à natureza, ao artesanal, ao distante (...). (NERY, 2009, p. 15)

Embora seja significativa a observação acerca do ateliê, é o *site*, na verdade, que é o principal canal de venda de quatro dos cinco ceramistas. E nisso, o “ateliê-vitrine”¹⁷, como um dos elementos da identidade visual dos ceramistas e de seu ofício, está presente figurando os *sifes*, ajudando a narrar visualmente uma história.

No *site*, também, é possível acessar um acervo das obras, dispostas de forma segmentada seja por categoria, por tipologias, por ano de produção, etc.; o currículo dos produtores, suas principais exposições, formação profissional, premiações, etc.; em alguns casos, críticas de arte, textos de jornalistas, de entusiastas; em outros, fotos com pessoas importantes, etc.; além da sessão “contato”, na qual está disponibilizado o *e-mail* para a realização de encomendas.

¹⁷ Não estou me referindo só ao local mesmo de produção, mas a área externa das casas, como o parque de esculturas, o jardim, a fachada das casas, etc.

A venda de peças pelo *site* envolve uma série de etapas. A partir das narrativas, construí um tipo ideal dessa transação para facilitar o entendimento desse processo. A encomenda é realizada pelo visitante que entra em contato via e-mail com o ceramista externando suas preferências. O comprador é auxiliado pela presença do acervo das obras, podendo solicitar por categoria, tamanho, etc. O ceramista realiza a peça, fotografa, envia para o e-mail do comprador; sendo aprovada a peça, o comprador remete o dinheiro, e o ceramista envia a peça devidamente embalada.

Natália sobre as encomendas feitas pelo *site*:

“N: (...) Todas (as obras) do site estão disponíveis, não estão? Aí, eles escolhem uma do site e, pela numeração, ela (funcionária de uma ONG responsável pela comercialização de sua obra) liga pra mim e, diz faça essa, aí eu faço. Quando tá pronta, aí a gente manda pra ela, se gostou, aí, eu não tenho assim o contato. Às vezes, quando a pessoa me encontra “Eu já tenho uma peça sua” e eu nunca vi essa pessoa, aí foi pelo site, aí eu sei que é uma coisa bem fria, mas que, ao mesmo tempo, às vezes, acaba encontrando, sabe?”

O *site* é uma recente tecnologia da comunicação que permite o desencaixe dessas relações entres compradores e ceramistas, possibilitando aos ceramistas veicularem suas obras fora do contexto local de produção, para grandes distâncias, inserindo sua peça no circuito nacional e internacional. A seguir, a narrativa de Mateus sobre o uso do *site*:

“M: (...) Então, hoje, aqui, com o site, você recebe... O site, primeira semana, você recebe um e-mail de Israel, outro de Berlim, outro de Portugal, então, os tentáculos estão..., foram lançados.

B: e, tem quanto tempo que você tá com o site?

M: têm quatro meses.

B: ah...

M: só. Têm três mil visitas. Então, é... E, consulta cerâmica, vai consultando a parte da cerâmica, vai quase cinco mil consultas. Essas pessoas que vai, faz visita, aí, vai na parte da cerâmica, não é, quer dizer, então, tá aí, o mundo cada vez menor e, com o site, você não depende mais que as pessoas... “Sou do Rio de Janeiro, sou de São Paulo.. vi o site e, gostaria de ver aqui o que vi no site”. Ou: “Esta aqui, o que é isso?”, “Não sei que lá...”, “Como manda?”. Uma coisa assim, nesse sentido, tanto faz você está aqui como no interior da Paraíba, pronto é a mesma coisa.”

Há uma mudança também comentada pelos ceramistas em relação à crescente perda do prestígio das galerias como mediadoras da relação com os

possíveis interessados. O que não ficou claro é se a “obsolescência” das galerias se dá num contexto posterior no qual os ceramistas já possuem um devido reconhecimento no campo, inclusive possivelmente adquirido via exposição em espaços de consagração, como galerias, museus, etc.

As instâncias de legitimação e consagração é que são responsáveis pela visibilidade dos ceramistas. Tais instituições, museus, galerias, mercados, etc., são responsáveis pelo reconhecimento de um artista X, que foi selecionado para estar num museu, que figurará um catálogo, que participará de um salão, que está sendo vendido por tal galeria, que é recomendado por um arquiteto ou decorador, que recebeu uma crítica de um jornalista, etc. Então, a “autonomia” dos ceramistas em relação aos intermediários na venda só é possível depois de um período de “dependência”, que constituem as relações estruturantes da própria dinâmica do campo.

Ao falar das galerias, os ceramistas falam da transformação de uma maneira de fazer que hoje não faz mais sentido com a crescente eficácia das vendas pelo *site*. O *site* possibilita o contato “direto” com o cliente, e por isso, mais lucro para os produtores, já que nas vendas pelas galerias, o lucro é dividido. Há queixas sobre o superfaturamento dos galeristas, relatadas por Gabriela, Natália e Mateus.

“B: eu queria saber também onde você vende suas peças, se as pessoas vêm comprar aqui?”

G: vêm comprar aqui.

B: não tem nenhum lugar que você bota não, pra vender?”

G: não. Lá fora, quando alguma galeria vem, né? Mas, o que é bem em off isso aqui, eu, depois da internet, eu acho que não faz muito sentido galeria não, entendeu?”

B: uhum

G: a não ser que seja uma proposta assim que bote você depois lá no céu, no mercado, sabe?”

B: aham, aham

G: mas isso não aconteceu ainda, sabe? Eles compram super baixo, sabe? Aí, querem ganhar assim, querem ter um lucro assim de quase 200% em cima do seu trabalho...”

B: eita

G: e ainda querem que você baixe o preço, né? Uma peça, se você for vender um trabalho de R\$ 2.000, 00, eles querem comprar por R\$ 1.000, 00 e vendem lá por 6.000, sei lá quanto... Quer dizer, aí não compensa pro artista não, a gente tem que pagar as contas, né?”

B: uhum, uhum

G: como todo mun.. “Não, porque tem que pagar água, luz, não sei quê...””. A gente tem que pagar do mesmo jeito aqui.

B: claro

G: aí, realmente, depois da internet, essas coisas ficaram meio sem sentido. Antigamente, eu ainda trabalhava com galeria, sabe? Mas eu não to trabalhando com galeria nenhuma não. Elas ligam pra mim, sabe, mas eu num..."

Seria uma transformação do campo da cerâmica em João Pessoa, a exclusão de intermediários do processo de distribuição, com as duas soluções encontradas, *site* e venda no ateliê, e não em espaços especializados?

Não podemos deixar de falar que, principalmente, nas vendas realizadas nos ateliês, a procura de peças de ceramistas "recomendados" por arquitetos possui um peso na dinâmica da venda no cenário local de comercialização. Esse "aval" dos arquitetos interfere e direciona a dinâmica da distribuição da cerâmica, mesmo que eles não possam ser considerados intermediários da mesma forma que galeristas ou lojistas que vendem em consignação ou que tenham o poder de revender as peças.

Outra coisa interessante para se refletir é sobre a confiança implicada nesses mecanismos de desencaixe que Giddens (1991) aborda. Há uma confiança mútua que ambas as partes "honrarão" com o pacto comercial. Não há indícios a partir das falas dos ceramistas sobre mecanismos legais que forcem as partes de cumprir o acordo, eles não citam nenhuma regulamentação formal, contrato, recibo, etc. das vendas feitas pelo *site*. Há, ao que parece, uma crença na probabilidade de tudo ocorrer bem.

A incorporação de uma ferramenta tecnológica como o *site* no processo de distribuição da cerâmica provoca uma modificação na relação de produtores e consumidores de tal bem simbólico.

Aparentemente, o *site* parece somente aproximar atores sociais situados em lugares distantes, mas com interesses semelhantes. E, de fato, o *site* provavelmente aproxima os ceramistas dos clientes, já que os produtores ficam conhecendo melhor as demandas e passam a trabalhar praticamente sob encomenda. O contato "direto", no sentido de não possuir alguém intermediando, realizado a partir da troca de *e-mails*, é incorporado como conhecimento pelo ceramista que possivelmente direciona sua produção em função disso.

Mas, há o outro lado. A impessoalidade dessa relação via *site*, comentada por Gabriela e Natália, denuncia a distância entre produtores e consumidores, quer

dizer, o fato de não haver uma interação face a face e dos ceramistas não conhecerem pessoalmente as pessoas que adquirem suas peças e vice-versa.

O *site* traz a impessoalidade das relações de venda porque além de desencorajar espacialmente as interações entre produtores e consumidores, traz à tona um processo de racionalização das relações que envolvem a esfera do consumo moderna, demonstrando o impacto de algumas estruturas da modernidade em uma atividade que se pretende, em alguma medida, ser margeada pelo fazer pessoal, único.

A transformação das relações de consumo no sentido da segmentação e racionalização foi historicamente propiciada pela existência de novos “espaços” de venda. Sennett (1993) pensou as lojas de departamento como instauradoras de uma nova modalidade de vendas, que seriam influenciadas pela disposição dos produtos no espaço, pela diversidade da oferta, pela não obrigatoriedade da compra, etc. Se, a partir disso, pensamos o *site*, este certamente impõe o anonimato dos agentes da interação, desobriga os visitantes da compra já que no *site*, como na loja de departamento, pode-se olhar à vontade a “vitrina” com as peças, as opiniões de outras pessoas sobre elas, se identificar com alguma tipologia, tomar conhecimento da segmentação da obra, sem o constrangimento de entrar numa galeria ou ir a outro espaço especializado, às vezes, inclusive, sem ter o devido conhecimento do valor simbólico e econômico das peças desse artista plástico.

Considerações finais

Com esta dissertação, pretendeu-se problematizar as relações identitárias no campo da cerâmica pessoense, a partir de cinco ceramistas residentes em João Pessoa.

Inicialmente, tratou-se de discutir a questão da identidade como algo em construção contínua, a todo instante em negociação pelos ceramistas nas suas narrativas. O foco dado foi à diferenciação estabelecida nas falas entre arte e artesanato, efetuada por eles para estabelecer aproximações e afastamentos.

Acredito que o trabalho convergiu para isso em parte devido às minhas pressuposições inscritas nos roteiros, especialmente a partir da nomeação dos informantes pelo termo artesão. Mas, talvez, principalmente, devido à especificidade do próprio campo da cerâmica em João Pessoa, marcado por uma ainda insuficiente autonomização denotada por, dentre outras coisas, a falta de espaços de legitimação especializados e eruditos.

Tal estado de coisas possibilitou entradas de ceramistas, ou de artistas plásticos, termo pelo qual eles melhor se reconhecem, em espaços destinados a arte popular e ao artesanato, num contexto em que o Governo do Estado tem buscado fomentar o desenvolvimento das artes populares locais através da criação de políticas públicas, espaços de comercialização, especialmente a partir da criação do Programa “Paraíba em suas mãos”.

Tudo isso coloca para os ceramistas-artistas plásticos a necessidade de estabelecer rede de conexões (Bauman, 2005) em circuitos diversificados como o do artesanato, o da decoração e o das artes plásticas. Não se pode abrir mão das possibilidades, permanecendo num único circuito, numa única identidade. As táticas utilizadas pelos ceramistas para se adequaram às possibilidades existentes na esfera da produção, circulação e consumo sinalizam a adequação ao que é mais conveniente em cada interação de acordo com seus próprios interesses.

Ao mesmo tempo, cabe ressaltar que um campo de interação não é algo “externo” aos ceramistas, colocando para eles situações ou opções de encaixe estanques. Os fenômenos culturais são contextualizados socialmente sim, mas isso implica dizer que são conformados em contextos sócio-históricos de produção, transmissão e recepção. O que tento dizer é que não se pode atribuir toda

estruturação de um campo a uma única esfera, no caso a da distribuição, já que um campo de interação é o espaço social de posições de indivíduos e o conjunto de suas trajetórias determinadas pela distribuição diferenciada de recursos ou capitais econômicos, simbólicos e culturais.

Dessa forma, buscou-se investigar a partir da esfera da produção, especialmente através das formações e influências estéticas dos ceramistas, o que dizia respeito a essa hibridação cultural, a esse trânsito das falas entre dois universos, o popular e o erudito. E, de fato, percebemos que eles agregam dois tipos de experiência, a migração do ambiente rural para o urbano e dois tipos de conhecimento, um da experiência do fazer manual mais ligado à cultura popular e o outro, mais abstrato, ligado às teorias, às estéticas.

Trabalhar com a idéia de hibridação cultural (García Canclini, 2006) não implica a exclusão das contradições, quer dizer, hibridismo não é aglomerar de “forma tranqüila” coisas aparentemente contrárias. Mas, antes, é ater-se aos conflitos suscitados nos contextos contemporâneos e interculturais.

Se realmente há esse trânsito entre popular/erudito, rural/urbano protagonizado pelos ceramistas estudados, cabe duas questões: O que estaria em jogo quando eles reivindicam essa distinção arte/artesanato? O que define a seletividade implicada nos níveis de hibridação de cada bem simbólico?

Com relação à primeira questão, acredito que a resposta é o prestígio no campo, a legitimidade das obras e, por extensão, dos artistas. Existe uma hierarquização das obras de acordo com sua aproximação da arte erudita, e a conseqüente desvalorização dos que estão mais próximos das artes populares. Por isso, a necessidade de usar o conceito de campo (Bourdieu, 1996, 2004, 1982), para dar conta das relações de poder e prestígio que estruturam os processos de identificação desses ceramistas e suas respectivas escolhas.

Para García Canclini (2006) a tendência da hibridação cultural luta “contra o movimento centrípeto de cada campo” (p. 360):

A dissolução das divisórias que os separam é vivida pelos que hegemonomizam cada campo como ameaça a seu poder. Por isso, a reorganização atual da cultura não é um processo linear. De um lado, a necessidade de expansão dos mercados culturais populariza os bens de elite e introduz mensagens massivas na esfera ilustrada. Contudo, a luta pelo controle do culto e do popular continua sendo travada, em parte, mediante esforços para defender capitais

simbólicos específicos e marcar a distinção com relação aos outros.
(GARCÍA CANCLINI, 2006, p.360)

Esse conflito entre hibridação e dicotomização é lido pelo autor como uma das saídas da atualização do mercado de bens simbólicos. Nesse sentido, a dinâmica da distinção representaria a verdadeira causa da obsolescência dos bens culturais pela necessidade de produzir sempre e sempre materiais capazes de diferenciar classificando hierarquicamente consumidores, produtores e distribuidores.

Em relação à orquestração dos níveis de hibridação, segunda pergunta, acredito que a seletividade é fruto de uma racionalização que visa maior êxito de mercado. O mercado orquestrando esses valores e suas medidas. Não é apreender o mercado como "ente superior", mas, na medida em que representa a leitura do desejo dos consumidores. Há uma rede de significados acessados na hora do consumo, manejados estrategicamente no momento da produção. Que valores estariam associados a esse bem simbólico? O que é consumido através do objeto?

Por um lado, o mercado exige planejamento e sistematização da produção, além do maior controle de qualidade sobre os produtos; por outro, promove a busca pela autenticidade, por algo único, que remeta a um passado, a idéia de tradição como algo distintivo.

Os ceramistas têm que se haver com dois universos valorativos: tradição e modernidade. No conteúdo temático e estético, eles se aproximam de referências das culturas populares tradicionais. Na forma e na técnica, são adeptos da "modernidade", quando ela implica a reflexividade compulsiva na dinâmica da produção e inovação. Racionalização da produção, sim, mas a tradição sendo incorporada, de forma refletida, como valor estético e um constante movimento com relação ao desenvolvimento técnico, à criação de novas estratégias de inserção das suas peças no mercado.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: **Obras escolhidas I: Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In: **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva Ed., 1982. (Coleção Estudos)

_____, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. (Coleção Grandes Cientistas Sociais).

_____, Pierre. O ponto de vista do autor: Algumas propriedades gerais dos campos de produção cultural. In: **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____, Pierre. **A produção da crença**: Contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 2. Ed. São Paulo: Zouk, 2004.

CLIFFORD, James. Sobre a autoridade etnográfica. In: **A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

COHN, Gabriel. **Crítica e resignação: Max Weber e a teoria social**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

_____. (Org.). **Weber**. 7. ed. São Paulo: Ática, 2001. (Coleção Grandes Cientistas Sociais).

CORRÊA, Ronaldo de Oliveira. **Narrativas sobre o processo de modernizar-se: uma investigação sobre a economia política e simbólica do artesanato recente em Florianópolis, Santa Catarina, BR**. Tese de Doutorado. UFSC. Florianópolis: Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, 2008.

_____, Ronaldo de Oliveira. **Design e artesanato: uma reflexão sobre as intervenções realizadas na Costa do Descobrimento – BA**. Dissertação (Mestrado em Tecnologia e Sociedade) Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2003.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ Ed., 2006. (Coleção Etnologia)

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e sair da Modernidade**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2006.

_____, Néstor. Quem fala e em qual lugar: sujeitos simulados e pós-construtivismo. In: **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.

GEERTZ, Clifford. Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: **A interpretação das culturas**. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIDDENS, Anthony. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: UNESP, 1997.

_____, Anthony. **As Conseqüências da Modernidade**. São Paulo: Ed Unesp, 1991.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LAUER, Mirko. **Crítica do Artesanato: plástica e sociedade nos Andes Peruanos**. São Paulo: Nobel, 1983.

LEAL, Edilene M. de Carvalho. **Racionalização e liberdade na perspectiva de Max weber**. Revista Enfoques. v. 6, n.3. UFRJ, 2007. Disponível em : <http://www.enfoques.ifcs.ufrj.br/maio07/pdfs/maio07doc_02.pdf> Acesso em: 14 ago. 2007.

NERY, S. **O comércio do autêntico: produção, circulação e consumo de bens artesanais no contexto capitalista da atualidade**. In: 33º Encontro Anual da ANPOCS: Caxambu, 2009.

ORTIZ, Renato. Anotações sobre a mundialização e a questão nacional. In: **Globalização e Fragmentação**. Sociedade e estado. v. XI, n.1. Brasília: O Departamento, 1996.

_____, Renato. A procura de uma sociologia da prática. In: **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo, Ática, 1983. col. Grandes cientistas sociais.

PEIRANO, Mariza G.S. **A favor da etnografia**. Série Antropologia. Brasília, 1992.

RETONDAR, Anderson Moebus. **Sociedade de consumo, modernidade e globalização**. São Paulo: Annablume; Campina Grande: EDUFCCG, 2007.

_____, Anderson Moebus. **A (re) construção do indivíduo: a sociedade de consumo como "contexto social" de produção de subjetividade**. Sociedade e Estado, v. 23, p. 137-160, 2008.

_____, Anderson Moebus. **Hibrismo cultural: clave analítica para la comprensión de la modernización latinoamericana? la perspectiva de Néstor García Canclini**. Sociológica (México), v. 23, p. 34-49, 2008.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público**. São Paulo: Cia das Letras, 1993.

SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold. A divisão do trabalho como causa da diferenciação da cultura subjetiva e objetiva. In: **Simmel e a modernidade**. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005.

SOUZA, Jessé. **A modernização seletiva**. Brasília: Editora UNB, 2000.

SCHLUCHTER, Wolfgang. Politeísmo de valores. In: Jessé de Souza (org.). **A atualidade de Max Weber**. Brasília: Editora UNB, 2000.

THOMPSON, John B. O conceito de cultura. In: **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

WACQUANT, Loïc. Mapear o campo artístico. **Sociologia, problemas e práticas**. n.º 48, 2005, p. 117 – 123.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

WHYTE, William Foote. Treino em observação participante. In: **Sociedade de Esquina: a estrutura social de uma área urbana, pobre e degradada**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

Apêndices

Apêndice A

1º Roteiro (Entrevistas de Manuela e Carlos)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

FORMAÇÃO DO ARTESÃO E PRODUÇÃO

1. Como e com quem e há quanto tempo aprendeu o ofício? E, se pensa em transmiti-lo.
2. Qual a técnica utilizada? Ela sofreu modificações significativas com o tempo ou não?
3. Quantas horas de trabalho diário?
4. Quantas peças produz no mês?
5. Possui ajudantes? Trabalha só ou em grupo?
6. Onde adquire matéria-prima?
7. Você acha que seu trabalho está mais ligado ao artesanato ou às artes plásticas?
8. Tem algum artesão/artista plástico que lhe influencia?
9. Acompanha o trabalho de algum artesão?
10. Você fez algum curso profissionalizante?
11. Trabalha aonde (em casa, oficina, ateliê)?
12. Faz parte de alguma associação de artesãos?
13. Você tem outra profissão? Se sim, por quê?

CIRCULAÇÃO

14. Onde vende suas peças? Quem vende? Como fica a questão do preço final e do lucro do atravessador?

PARCERIAS E CONTATOS

15. Fale um pouco da sua relação com o Programa Paraíba em suas mãos;
16. Relação com o SEBRAE;
17. Relação com decoradores, arquitetos, artistas plásticos, outros artesãos.

CONSUMO

18. O trabalho como artesão/artista popular é lucrativo?
19. Qual preço médio das peças? Falar um pouco sobre a definição dos preços e se ele é variável.

20. Você tem contato com seus consumidores? Em sua opinião, quem é o seu consumidor: O pessoense, o turista, outros profissionais da área?

Apêndice B

2º Roteiro (Entrevistas de Mateus e Gabriela)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

FORMAÇÃO DO ARTESÃO E PRODUÇÃO

1. Como aprendeu o ofício de ceramista?
2. Como é seu ritmo de trabalho, trabalha diariamente?
3. Possui ajudantes? Trabalha só ou em grupo?
4. Onde adquire matéria-prima? Quem prepara a argila?
5. Você fez algum curso profissionalizante?
6. Faz parte de alguma associação de artesãos?
7. Você tem outra profissão?

INFLUÊNCIAS

8. Falar das suas principais influências.
9. Falar um pouco do diálogo da sua obra com a cultura popular nordestina, se você já fez parcerias com outros artesãos.
10. Falar um pouco da sua ligação com o universo das artes plásticas.

CIRCULAÇÃO

11. Onde vende suas peças?(galerias, em feiras, exposição, lojas de decoração, etc.)

PARCERIAS E CONTATOS

12. Fale um pouco da sua relação com o Programa Paraíba em suas mãos;
13. Relação com o SEBRAE;
14. Relação com decoradores, arquitetos, artistas plásticos, outros artesãos.

CONSUMO

15. O trabalho como ceramista é lucrativo?
16. Falar um pouco sobre a definição dos preços das peças.
17. Você tem contato com seus consumidores? Em sua opinião, quem é o seu consumidor: O pessoense, o turista, outros profissionais da área?

Apêndice C

3º Roteiro (Entrevista de Natália)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

FORMAÇÃO DA CERAMISTA E PRODUÇÃO

1. Como aprendeu o ofício de ceramista? Fale um pouco da sua formação.
2. As outras três Cavalcanti que trabalham com cerâmica são suas irmãs? Vocês fazem algum tipo de parceria?
3. Como é seu ritmo de trabalho, trabalha diariamente?
4. Possui ajudantes? Trabalha só ou em grupo?
5. Onde adquire matéria-prima? Quem prepara a argila?
6. Faz parte de alguma associação de artesãos?
7. Você tem outra profissão, ainda trabalha como arte-educadora?

INFLUÊNCIAS

8. Falar das suas principais influências.
9. Falar um pouco do diálogo da sua obra com a cultura popular nordestina, se você já fez parcerias com outros artesãos.
10. Falar um pouco da sua ligação com o universo das artes plásticas.

CIRCULAÇÃO

11. Onde vende suas peças?(galerias, em feiras, exposição, lojas de decoração, etc.)
12. Como é feito o contato/convite para participar das feiras internacionais? Fale um pouco da sua parceria com o Instituto Fazer Brasil?
13. Você arquiva as críticas de arte sobre o seu trabalho, as matérias de revista e jornal? Eu poderia ter acesso (aos artigos sobre seu trabalho na revista Minhogal Arte de Portugal e na revista Casa Vogue, e em jornais como o Correio Brasiliense (Brasília -DF), Estadão (São Paulo -SP) e Jornal do Comércio (Rio de Janeiro - RJ).?
14. Como foram surgindo essas categorias, essa segmentação da sua obra, em anjos, gordas, poderosas, etc.? Falar um pouco sobre a categoria "somente novidades" do site. Você se preocupa com a inovação?
15. Você confeccionou os Troféus da Festa na Roça dos anos 98, 99 e 2000, promovida pela TV Tambaú, como se deu o contato, você foi convidada, foi um concurso?

PARCERIAS E CONTATOS

16. Fale um pouco da sua relação com o Programa Paraíba em suas mãos;
17. Relação com o SEBRAE;
18. Relação com decoradores, arquitetos, artistas plásticos, outros artesãos.

CONSUMO

19. O trabalho como ceramista é lucrativo?
20. Falar um pouco sobre a definição dos preços das peças.
21. Você tem contato com seus consumidores? Em sua opinião, quem é o seu consumidor: O pessoense, o turista, outros profissionais da área?

Apêndice D

Modelo utilizado para solicitação de autorização da publicação dos dados



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

AUTORIZAÇÃO

Eu, _____, autorizo a pesquisadora Bruna Oliveira Sobral a citar e publicar os dados da entrevista que concedi a ela como parte da sua pesquisa de campo da sua dissertação de Mestrado, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, a qual versa sobre a produção, circulação e consumo do artesanato paraibano.

João Pessoa, novembro de 2009

Nome do entrevistado