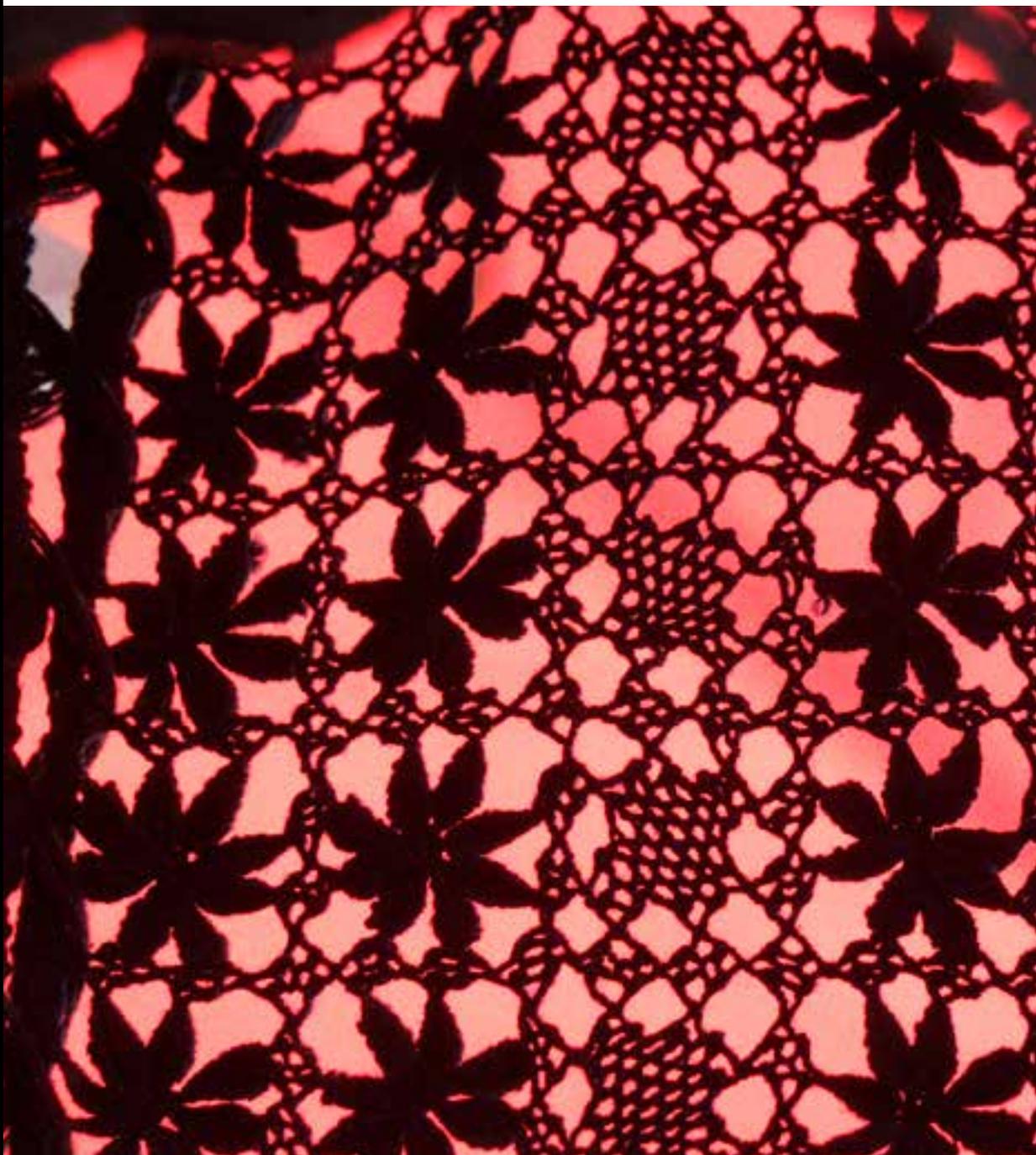


RiGS

revista interdisciplinar de gestão social

v.1 n.3 set./dez. 2012
ISSN: 2317-2428
www.rigs.ufba.br



Gestão Contemporânea e Artesanal

RIGS

revista interdisciplinar de gestão social

Publicação acadêmica, quadrimestral. Publica 3 tipos de documentos: textos, fotos e vídeos. Estimula 6 tipos de contribuições: tecnológica, teórica, vivencial, indicativa, fotográfica e audiovisual. Explora a gestão social de forma ampla ao situá-la na contemporaneidade, em territórios pluridisciplinares de prática e na investigação acadêmica. Difunde estudos pautados pela interdisciplinaridade.

v.1 n.3 set./dez. 2012 ISSN: 2317-2428
www.rigs.ufba.br



Universidade Federal da Bahia
Reitora: Prof^a. Dr^a. Dora Leal Rosa

Escola de Administração/ UFBA
Diretor: Prof. Dr. Reginaldo Souza Santos

Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social - CIAGS
Coordenadora: Prof^a. Dr^a. Tânia Fischer

Editor

Eduardo Paes Barreto Davel
(CIAGS/EA/UFBA; ESA/TÉLUQ)

Gestores Executivos

Kleber Moitinho
(CIAGS/EA/UFBA) revistarigs@ciags.org.br
Marcelo Fraga da Silva

Gestão da Comunicação

Rodrigo Maurício Freire Soares
(CIAGS/EA/UFBA)

Design

Márdel Santos
(CIAGS/EA/UFBA)

Diagramação

Ana Luisa Freitas Oliveira

Gestão Financeira

Hugo Cardoso do Vale
(CIAGS/EA/UFBA)

**Editor do Número Temático
Gestão Contemporânea e Artesanal**

Eduardo Paes Barreto Davel
(CIAGS/EA/UFBA; ESA/TÉLUQ)

Neusa Rolita Cavedon (UFRGS)

Tânia Fischer (CIAGS/EA/UFBA)

Revista interdisciplinar de gestão social / Universidade Federal da
Bahia, Escola de Administração, Centro Interdisciplinar de
Desenvolvimento e Gestão Social. – Vol.1, no. 3 (set./dez. 2012)-
- Salvador : EAUFB, 2012 -
v.

Quadrimestral.

Descrição baseada em: Vol. 1, n.2 (mai./ ago. 2012).

ISSN 2317-2428

1. Administração local - Periódicos. 2. Desenvolvimento social -
Periódicos. I. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração.
CDD 352

Conselho editorial

Afef Benessaiah

(TÉLUQ, Université du Québec
à Montréal, Canadá)

Alain Chanlat

(HEC Montréal, Canadá)

Antonio Strati

(Università degli Studi di
Trento, Itália)

Diane-Gabrielle Tremblay

(TÉLUQ, Université du Québec
à Montréal, Canadá)

Fernando Guilherme Tenorio

(EBAPE/FGV)

Jacqueline Butcher

(ISTR, México)

Jean-François Chanlat

(Université Paris -Dauphine,
França)

Jean-Louis Laville

(Conservatoire National des
Arts et Métiers, França)

José Antonio Gomes de Pinho

(NPGA/UFBA)

Luciano Junqueira

(PUC-SP)

Maria Ester de Freitas

(EAESP-FGV)

Maria Tereza Flores-Pereira

(PUC-RS)

Mary Jo Hatch

(University of Virginia, EUA)

Miriam Cristina Marcilo Rabelo

(PPGCS/UFBA)

Neusa Rolita Cavedon

(UFRGS)

Paula Chies Schommer

(UDESC)

Peter Kevin Spink

(EAESP/FGV)

Roberto Costa Fachin

(PUC-MG)

Rosinha da Silva Machado

Carrion

(PPGA/UFRGS)

Silvia Gherardi

(Università degli Studi
di Trento, Itália)

Sylvia Constant Vergara

(EBAPE-FGV)

Sylvia Maria Azevedo Roesch

(British Journal of Industrial
Relations, Reino Unido)

Tânia Fischer

(CIAGS/EA/UFBA)

Valéria Giannella

(UFCE)

Comitê Editorial

Elizabeth Matos

(UFBA)

Maria Elisabete Santos

(UFBA)

Genauto Carvalho de França

Filho

(UFBA)

Horácio Nelson Hastenreiter

Filho

(UFBA)

José Célio Andrade

(UFBA)

José Marcelo Dantas dos Reis

(UFBA)

Maria Suzana Moura

(UFBA)

Mônica de Aguiar Mac-Allister

(UFBA)

Rosana de Freitas Boullosa

(UFBA)

sumário

9 Editorial

GESTÃO CONTEMPORÂNEA E ARTESANAL

13 A Vitalidade Artesanal da Gestão Contemporânea

Apresentação

Eduardo Davel, Neusa Rolita Cavedon, Tânia Fischer

25 Da Tradição à Modernidade: O Savoir-faire do Mestre de Ofício na Produção da Cerveja e da Cachaça Artesanais

Contribuição Teórica

Márcia Mazzeo Grande, Valquíria Padilha, Bruno Ferrari Pain,
Fernando Julian de Souza Florian

51 Produção de Significações do Espaço e Sociabilidade em um Café Artesanal de Salvador

Contribuição Teórica

Letícia Dias Fantinel, Neusa Rolita Cavedon, Tânia Maria Diederichs Fischer

79 Com Açúcar, com Afeto? A Profissionalização do Fazer Amador de Doces Artesanais de Pelotas

Contribuição Teórica

Marina Dantas de Figueiredo, Neusa Rolita Cavedon

103 Estratégias de Profissionais em uma Cultura Distinta: Da Intramobilidade à Construção Artesanal da Interculturalidade Intranacional

Contribuição Teórica

Aline Craide, Tânia Maria Diederichs Fischer

127 Artesanato em Nova Versão: A Moda de Márcia Ganem e as Rendeiras de Saubara

Contribuição Vivencial

Renata Costa Leahy

141 O Artesanato na Ótica de Quem o Produz: Com a Palavra os Artesãos do Brique da Redenção em Porto Alegre

Contribuição Teórica

Josiane Silva de Oliveira, Neusa Rolita Cavedon, Marina Dantas de Figueiredo

165 Orgulho e Paixão na Arte da Cestaria e Trançado na Comunidade de Curralinho

Contribuição Audiovisual

Maria José de Oliveira Carvalhal, Mirian de Souza Viana, Claudiani Waiandt

171 Louco Filho: Do Sagrado ao Profano na Arte em Madeira

Contribuição Audiovisual

Lídia Rafaela Barbosa dos Santos, Marlos André Pereira de Jesus,
Paulo Vinicius Teixeira de Jesus, Vera Lúcia da Silva Miranda

175 Pano-da-Costa: Fazeres Artesanais na Casa da Vovó Conceição

Contribuição audiovisual

Elda Cilene Fonseca Costa Santos, Tanesca Santana Santos,
Walter de Oliveira Pinto Júnior

177 Joalheria Scala: Ourivesaria e Lapidação Artesanal

Contribuição audiovisual

Justina Tellechea, Leandro Domingues Santos, Monique Aparecida dos Santos

editorial

Num momento em que todos contemplam o hipermoderno, o ultratecnológico e o virtual, surpreende-nos como o artesanal desponta com força e charme. A surpresa é que o “feito a mão” aparece, cada vez mais, nos desejos e na experiência contemporânea, seja como proposta alternativa, seja como forma de humanizar, seja até como via para uma vida de luxo. Cada vez mais, a lógica artesanal conquista coletivos diversos e abre novos horizontes para se pensar a vida contemporânea.

Os fazeres artesanais ocupam a arena de investigação e reflexão deste número temático da RIGS. A proposta central é pensar a gestão contemporânea como gestão artesanal. Ou seja, busca-se explorar como as experiências artesanais podem nutrir a prática do gestor contemporâneo. A atividade artesanal revela-se uma fonte rica de práticas e metáforas para se repensar vários entraves encontrados pelos gestores, como a perda do sentido do trabalho, o acúmulo de estresse profissional, o aumento dos estados de depressão, dentre outros.

Os artigos desse número temático mostram-nos que existem outros caminhos para se administrar organizações sem desconsiderar toda a complexidade que lhes é peculiar. Esses caminhos convergem para a prática artesanal, a qual se apresenta cheia de sentido, de territorialidade, de singularidade, de vivência cultural, e fundamentalmente, de humanidade. Inspirarmo-nos do que de mais belo tem na experiência artesanal significa focalizarmos no que de mais humano poderia haver nas práticas de gestão contemporânea.

Eduardo Paes Barreto Davel
Editor

Saulsons
28/09/2012





Foto: Marisa Vianna

A Vitalidade Artesanal da Gestão Contemporânea

Eduardo Davel, Neusa Rolita Cavedon, Tânia Fischer

INTRODUÇÃO

A atividade artesanal remete, simultaneamente, ao passado e ao futuro (LUCIE-SMITH, 1981), apesar de se construir no presente. Tecida com fios de experiência do passado e com fios de esperança para o futuro, essa construção seduz teóricos e praticantes de diversas áreas pelos diversos princípios que o fazer artesanal pressupõe. Por exemplo, podemos falar de artesanato de si para pensar a educação de administradores (FISCHER, 2010). Com base no fazer artesanal, podemos também refletir sobre a relação entre trabalho e tecnologia (BARLEY; ORR, 1997), entre trabalho e carreira (WRZESNIEWSKI; DUTTON, 2001), a ética da administração (LADKIN *et al.*, 2012), o valor do trabalho (CRAWFORD, 2009), liderança (PITCHER, 1997), metodologia de pesquisa (PRASAD, 2005; DAFT, 1983), estratégia (MINTZBERG, 1987), marketing (BEVERLAND, 2005), dentre outras possibilidades.

Metáfora do fazer humano bem feito e com forte engajamento corporal-moral-afetivo, o fazer artesanal presta-se a muitas interpretações e usos. É, ao mesmo tempo, um conceito e uma prática; um conceito multiforme que compreende práticas fundamentalmente humanas. O fazer artesanal revela-se em toda a sua força pela marca profundamente humana que imprime em objetos, atividades e processos. Com efeito, todos nós, em algum momento, de alguma forma, somos artífices de algo e com isso exercemos os princípios norteadores da atividade artesanal. Dito de outra forma, o trabalho artesanal simboliza, em cada um de nós, o desejo de realizar bem um trabalho, concretamente, pelo prazer da obra bem feita e por todo o sentido/sentimento que tudo isso engloba.

No entanto, durante muito tempo, a sociedade industrial e pós-industrial buscou desqualificar tais princípios, considerando-os como arcaicos, ultrapassados. Frente aos variados e importantes desafios que a gestão contemporânea enfrenta, advogamos que o resgate dos

princípios artesanais constitui uma estratégia sustentável e privilegiada. Os princípios da atividade artesanal são a fonte da vitalidade do artífice e de seu processo laboral. Como explica Sennett (2009), o fazer artesanal permite perceber melhor as técnicas da experiência, amadurecer as habilidades, fundamentar a ética do trabalho e assim qualificar as relações humanas. Acreditamos que por meio de um retorno aos princípios do trabalho artesanal, a gestão poderá repensar seus fundamentos, sobretudo os que foram herdados de uma lógica industrial e que destoam das expectativas contemporâneas para melhorar o futuro de nossas organizações e sociedades.

Nesta introdução, selecionamos, caracterizamos e discutimos três desses princípios: o princípio da cultura, o princípio da materialidade e o princípio da territorialidade.

A CULTURA DA GESTÃO ARTESANAL

Os fazeres artesanais são práticas culturais, sendo configurados por e configurando símbolos, representações, rituais, valores, etc. A cultura é o ponto de partida e o resultado da materialização das obras artesanais. Por conseguinte, essas ganham valor simbólico pela sua originalidade cultural, seu enraizamento em um cotidiano cultural específico. O trabalho artesanal permite experimentarmos aquilo que Halbwachs (1990, p.71) teorizou ao discorrer sobre memória: “a lembrança é em larga medida uma reconstrução do passado com a ajuda de dados emprestados do presente e, além disso, preparada por outras reconstruções feitas em épocas anteriores e de onde a imagem de outrora manifestou-se já bem alterada”.

Quando as pessoas fazem obras, elas lhes atribuem seus sentimentos, seus entendimentos, seus valores mais preciosos (BRONNER, 1985). As obras e fazeres artesanais traduzem valores culturais em objetos materiais, em técnicas, em sentimentos e em habilidades, mas também contribuem para regenerar a cultura com a produção de novas referências, experiências e registros simbólicos. O artífice, quando observado bem de perto em seu cotidiano de trabalho, não simplesmente reproduz, mas vai criando à medida que o trabalho vai avançando. Todavia, essa criatividade não reside nem na cabeça do criador nem na materialização da criação. Ela encontra-se no intervalo entre os dois (GLAVEANU; LAHLOU, 2012), um intervalo altamente culturalizado.

A cultura artesanal é responsável pelas transformações pelas quais igualmente passam os pesquisadores que optam por esse campo empírico de investigação. Não há quem permaneça incólume após ter experimentado o contato com os artesãos e seus fazeres. Outra visão de mundo é dada a conhecer ao investigador em campo, delineando-se uma capacidade maior em valorizar ações simples e materiais considerados menores. A história passa a ser mais respeitada, mais humana, mais digna, bem como as vivências dos nossos antepassados que, não raras vezes, se encontram nas práticas que nos foram legadas e que mesmo sendo ressignificadas nos dias atuais, ainda se mostram presentes em um tempo fluído, com vínculos que se fazem, se dissolvem e se refazem a todo o momento.

Os trabalhos artesanais mantêm-se como arauto das tradições, o guardião da memória que resgata as emoções que emergem do aroma gostoso dos doces elaborados pelas avós, da beleza estética de determinados trabalhos em renda e em cestaria. Ao ver as mãos da artesã moldando o barro, nos vem à mente a sensação vivida na infância de tocar o barro com as mãos e de criar formas imperfeitas, mas que traziam a imensa satisfação de ver algo disforme ganhar contornos de animais e de pequenos objetos. A cachaça e a cerveja artesanais trazem à lembrança as conversas sem pressa articuladas nos bares e botecos de outrora, nas discussões que pretendiam resolver todos os problemas do planeta, na ilusão juvenil que se tornava acalorada na medida em que as garrafas de cerveja se acumulavam sobre as mesas. O café emana seu aroma ao longe denunciando que a hora de uma pequena pausa para a reflexão e descanso é necessária. Assim, cada um lembra, a partir da comunidade afetiva e cultural da qual faz parte, de aspectos que remontam ao fazer artesanal, conferindo-lhe um valor profundamente humano.

O gestor artífice é gestor dos valores, símbolos e representações que se atrelam ao que se está produzindo. Toda produção é, ao mesmo tempo, causa e efeito da cultura; parte do repertório cultural para fazer algo que tenha valor e sentido para uma coletividade, ao mesmo tempo que produz um novo arranjo de significados a cada obra criada e difundida. Culturalmente ancorado, o gestor artífice não abandona suas heranças culturais locais, pois essas lhe conferem singularidade. Porém, também não deixa de buscar novas possibilidades de melhorá-las. Essa articulação entre a cultura herdada pela prática e a exploração de novas possibilidades pode se traduzir em sensibilidade gerencial de lidar com culturas híbridas (CANCLINI, 1997) ou mestiças (DAVEL; DANTAS; VERGARA, 2008).

A MATERIALIDADE DA GESTÃO ARTESANAL

*Materiais dispersos
Com afeto mãos e mentes
Dão contornos diversos*

Neusa C. Cavedon

Um dos aspectos fundamentais do trabalho artesanal é o contato com a fisicalidade da vida (CRAWFORD, 2009; ADAMSON, 2007) e o desenvolvimento de uma consciência material (SENNETT, 2009). O trabalho artesanal exige um conhecimento íntimo dos materiais que serão trabalhados, bem como de suas limitações físicas. Para criar, o artífice tem que aceitar as limitações materiais e aprender a adaptá-las. Assim como o artífice aprende com as limitações físicas, o gestor artífice deveria aprender com as limitações e múltiplas ligações dentro do sistema em que ele trabalha, tanto no que diz respeito aos recursos físicos como em relação aos seres humanos. O entendimento da materialidade permite ao gestor reconhecer os limites e lidar com eles de forma holística, corporalizada e inovadora (LADKIN *et al.*, 2012).

O limite que se coloca aos gestores é o de repensar os materiais utilizados em uma perspectiva ecológica e sustentável. Outro limite é aquele que decorre da emergência de novas tecnologias, da globalização e de um modelo de administração no qual a rotina de trabalho está cada vez mais desterritorializada, prolongada, estressante e exaustiva. O limite, neste caso, é o da saúde, da disposição e da vitalidade das pessoas. Um terceiro limite é o do conhecimento, o qual nunca é total nem completo, sobretudo num mundo cada vez mais complexo e flutuante. O gestor contemporâneo é aquele que aprende a reconhecer tais limites na prática, encontrando formas de lidar com eles para criar e gerar novas dinâmicas de colaboração.

Outro princípio material do trabalho artesanal é a corporalidade: processo essencial a todas habilidades artesanais (SENNETT, 2009; SMITH, 2004). A incorporação permite a conversão das informações e das práticas em conhecimento tácito e sensível. Ou seja, para aprender a fazer algo artesanalmente, é necessário que a aprendizagem seja não somente um processo idealizado mentalmente, mas incorporado pela destreza física e estética do artífice frente à obra em construção. A transmissão do saber-fazer artesanal é feita com intencionalidade incorporada, como propõe Figueiredo (2013) em um estudo sobre as práticas artesanais numa fábrica de doces em Pelotas, no Rio Grande do Sul. As modalidades de aprendizagem pela prática – mentoria, comunidades de prática, *coaching* (DAVEL; TREMBLAY, 2011) – são as que mais se aproximam dessa capacidade de transmissão de saberes artesanais.

Com base na aprendizagem artesanal, Ladkin (2011) propõe três práticas para explicar a disciplina corporalizada do gestor: ‘permanecer com os sentidos’, ‘engajamento desprendido’ e ‘brincadeira imaginativa’. O gestor artífice é aquele que:

- atenta para o fluxo de informações sensoriais como sendo altamente relevantes para as tomadas de decisão estratégica (a prática do permanecer com os sentidos);
- se concentra no processo de trabalho ao mesmo tempo em que se descola dele para ser capaz de inovar e se adaptar a novos fatores imponderáveis (a prática de engajamento desprendido);
- exerce o poder de imaginar novos cenários, novas possibilidades, novas orientações, novas potencialidades, se perguntando “e se” e desenvolvendo a capacidade de brincar para criar (MAINEMELIS; RONSON, 2006)(a prática da brincadeira imaginativa).

A TERRITORIALIDADE DA GESTÃO ARTESANAL

Percorrer as cidades brasileiras mediante o olhar atento aos fazeres artesanais que nelas se manifestam significa fazer uma viagem no imaginário latente daquela comunidade. É descobrir histórias de vida, sentir o entrelaçamento em redes costuradas por laços afetivos, mescladas com matérias-primas únicas que só têm lugar em determinadas regiões também

vivenciar silêncios e narrativas que contam um fazer com sotaques peculiares. É observar movimentos corporais cuja reprodução talvez seja difícil ou, por vezes, impossível de ser realizada por alguém fora daquele contexto. Pesquisar o fazer artesanal é buscar embrenhar-se territorialmente no universo do outro para descobrir o que existe para além dos ganhos econômicos que possam advir daquela produção.

Os territórios produzem não apenas modos de ser, mas também modos de fazer. Tais modos de fazer adquirem características artesanais quando preenchem, ao menos no imaginário desejante, as condições que Mills (2009) atribui ao ideal do artesanato intelectual: a essencialidade do produto, a conexão entre a mente e a mão, a liberdade do artesão para desenvolver, regular e controlar sua ação e, como ideia principal, o prazer da execução. Portanto, a paixão criativa orienta a ação, a qual prescinde de aptidão básica e de condições objetivas de execução.

Estudando fazeres artesanais da Bahia há 25 anos, encontramos essas características em baianas de acarajé, em bordadeiras, em santeiros, artesãs do sisal, da palha de milho, do barro, de instrumentos musicais e em muitos outros. Entretanto, essas características também estão presentes no artesanato intelectual que os autores dos textos deste número da RIGS realizam no seu cotidiano de pesquisa. Esses trabalhos – reflexivos de produção artesanal – realizam-se em diversos territórios brasileiros, tão culturalmente hibridizados e tão ricos em expressões culturais representadas pelas diversas artesanias, objeto empírico desses trabalhos.

Se entendemos o território como campo e o desenvolvimento como utopia mobilizadora, o fazer artesanal se torna um recorte empírico e uma metáfora de forte carga simbólica. O gestor contemporâneo é gestor artífice dos fazeres artesanais que emergem e produzem um território. Gerir territórios equivale, então, a favorecer a manifestação, qualificação e sedimentação de fazeres artesanais que dão sabor, cheiro e gosto a cidades, bairros, estados e outras escalas territoriais.

CONCLUSÕES

*Para Fazer um Soneto
Tome um pouco de azul, se a tarde é clara,
e espere um instante ocasional
neste curto intervalo Deus prepara
e lhe oferta a palavra inicial
Ai, adote uma atitude avvara
se você preferir a cor local
não use mais que o sol da sua cara
e um pedaço de fundo de quintal
Se não procure o cinza e esta vagueza
das lembranças da infância, e não se apresse*

*antes, deixe levá-lo a correnteza
Mas ao chegar ao ponto em que se tece
dentro da escuridão a vã certeza
ponha tudo de lado e então comece.*

Carlos Pena Filho
(Recife, 17 de maio de 1929-Recife, 1º de julho de 1960)

No início de uma década em que se definirão os rumos do desenvolvimento nacional, as metas do Plano Nacional de Cultura para o decênio compreendem dimensões simbólicas e econômicas (BRASIL, 2012). Considere-se que todas as pessoas podem criar símbolos, que a cultura é um direito de todos e que é também um vetor econômico. Na criação do Ministério da Cultura, o então Ministro Celso Furtado disse que “a cultura não é dimensão da realidade social, mas a realidade inteira” (FURTADO, 2012, p.40). Ao responder à questão “quem somos?”, Celso Furtado diz que é a partir desta interrogação que se deve formular uma política cultural, “que outra coisa não é senão um estímulo organizado a formas de criatividade que enriquecem a vida dos membros de uma coletividade” (FURTADO, 2012, p.41).

O fazer artesanal é um meio de articulação de tendências díspares, em uma arena que confronta vários interesses e poderes simbólicos (ADAMSON, 2013). Apesar de parecer arcaico, na contemporaneidade, o fazer artesanal não se torna uma forma de pensar fora da modernidade. Ele é, antes de mais nada, uma forma moderna de pensar de outra forma (ADAMSON, 2010). O fazer artesanal permite que a criatividade e o rigor andem juntos e que todos possam contribuir no fazer cultural de uma sociedade.

O artesanato na contemporaneidade assume uma conotação especial; há uma expansão conceitual que acaba por abarcar uma gama maior de fazeres como sendo passíveis de classificação dentro daquilo que se denomina “fazer artesanal”. Todavia, o caráter social, territorial e cultural permanece, a despeito de qualquer teorização que se venha a realizar. Para nós, pesquisadores do território – entendido como um campo que deve se orientar para o desenvolvimento, como utopia mobilizadora – o artesanato é, ao mesmo tempo, um recorte empírico e uma metáfora sobrecarregada de simbolismo e valor cultural.

Do simbolismo, voltamos ao que vem a seguir. Com a leitura dos próximos textos, instigamos o leitor a percorrer os territórios presentes nas narrativas, vivenciar as culturas de onde emergem os fazeres e saberes, conhecer as pessoas e os materiais que dão textura à produção artesanal. A sugestão é de desfrute desse universo plural, desafiante. Em meio a esse percurso, talvez encontremos lembranças e emoções recônditas que muito tem a dizer de vivências e práticas como gestores. Vamos nos deixar surpreender?

REFERÊNCIAS

- ADAMSON, G. (Ed.) **The Craft Reader**. Oxford: Berg, 2010.
- ADAMSON, G. **The Invention of Craft**. Oxford: Bloomsbury Academic, 2013.
- ADAMSON, G. **Thinking through Craft**. Oxford: Berg, 2007.
- ALFOLDY, S. **Crafting Identity**. Montreal: McGill-Queen's University Press, 2005.
- BARLEY, S.R.; ORR, J.E. Arts and Crafts. **Between Craft and Science: Technical Work in U.S. Settings**. Ithaca: Cornell University Press, 1997.
- BECKER, H.S. Arts and Crafts. **American Journal of Sociology**, vol.83, n.4, p.862-889, 1978.
- BEVERLAND, M.B. Crafting Brand Authenticity: The Case of Luxury Wines. **Journal of Management Studies**, vol.42, n.5, p.1003-1029, 2005.
- BRASIL, Ministério da Cultura. **Plano de Metas 2010-2020**, Brasília, 2012.
- BRONNER, S.J. **Chain Carvers: Old Men Crafting Meaning**. Kentucky: The University Press of Kentucky, 1985.
- CANCLINI, N.G. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**. São Paulo: Edusp, 1997.
- COX, J. W.; MINAHAN, S. Crafting Organization. **Culture and Organization**, vol.8, n.3, p.209-224, 2002.
- CRAWFORD, M.B. **Shop Class as Soulcraft: An Inquiry into the Value of Work**. London: Penguin Books, 2009.
- DAFT, R. L. Learning the Craft of Organizational Research. **Academy of Management Review**, vol.8, n.4, p.539-546, 1983.
- DAVEL, E.; DANTAS, M. ; VERGARA, S. Culture et Gestion au Brésil: Transmutations du Métissage. In: DAVEL, E; DUPUIS, J-P ; CHANLA, J-F. **Gestion en Contexte Interculturel: Problématiques, Approches, Pratiques et Plongées**. Québec, Presses de l'Université Laval, Télé-université, 2008.
- DAVEL, E. ; TREMBLAY, D.G. **Formation et Apprentissage Organisationnel: La Vitalité de la Pratique**. Québec: Presses de l'Université du Québec, 2011
- FIGUEIREDO, M.D. **A Transmissão do Saber-fazer como Intencionalidade Incorporada: Etnografia em uma Fábrica de Doces em Pelotas, RS**. Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em Administração, EA/UFRGS, tese de doutorado, 2013.

FISCHER, T. A Perduracão de um Mestre e uma Agenda de Pesquisa na Educação de Administradores: Artesanato de Si, Memória dos Outros e Legados de Ensino. **Organização & Sociedade**, vol.17, n.52, p.209-219, 2010.

FURTADO, C. **Arquivos Celso Furtado nº 5: Ensaios sobre cultura e o Ministério da Cultura**. Centro Celso Furtado. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 2012.

GLAVEANU, V. P.; LAHLOU, S. Through the Creator's Eyes: Using the Subjective Camera to Study Craft Creativity. **Creativity Research Journal**, vol.24, n.2-3, p.152-162, 2012.

HALBWACHS, M. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

LADKIN, D.; TAYLOR, S.; STATLER, M. The Ethical Possibilities of Managing as a Craft Discipline. **Academy of Management Annual Meeting**, Proceedings, 2012.

LUCIE-SMITH, E. **The Story of Craft: The Craftsman's Role in Society**. Ithaca: Cornell University Press, 1981.

MAINEMELIS, C.; RONSON, S. Ideas are Born in Fields of Play: Towards a Theory of Play and Creativity in Organizational Settings. **Research in Organizational Behavior**, vol.27, p.81-131, 2006.

MILLS, C. W. **Sobre o Artesanato Intelectual e Outros Ensaios**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

MINTZBERG, H. Crafting Strategy. **Harvard Business Review**, vol.65, July-August, p.66-75, 1987.

PITCHER, P. **Artists, Craftsmen and Technocrats: The Dreams, Realities and Illusions of Leadership**. Toronto: Stoddart, 1997.

PRASAD, P. **Crafting Qualitative Research: Working in the Postpositivist Traditions**. Armonk: M.E.Sharpe, 2005.

SENNETT, R. **O Artífice**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

SMITH, P. H. **The Body of the Artisans: Art and Experience in the Scientific Revolution**. Chicago: Chicago University Press, 2004.

WRZESNIEWSKI, A.; DUTTON, J. E. Crafting a Job: Revisioning Employees as Active Crafters of their Job. **Academy of Management Review**, vol.26, n.2, p.179-201, 2001.

- Eduado Davel** Ph.D. em Administração pela École des Hautes études commerciales Montréal (Canadá), Professor na ESA – École des sciences de l'administration de la TELUQ (Université du Québec) e do CIAGS, Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia.
- Neusa Rolita Cavendon** Doutora em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS, Mestre em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS e Mestre em Antropologia Social pelo PPGAS/UFRGS, Bacharel em Administração e em Ciências Econômicas pela UFRGS. Professora Associada da Escola de Administração da UFRGS e pesquisadora do CNPq.
- Tânia Maria Diederichs Fischer** Doutora em Administração pela USP, Mestre em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS, Bacharel em Pedagogia pela UFRGS. Professora Titular da UFBA, coordenadora do Centro Interdisciplinar em Desenvolvimento e Gestão Social (CIAGS) e pesquisadora do CNPq.



Foto: Marisa Vianna



Foto: Marisa Vianna

Da Tradição à Modernidade: O *Savoir-faire* do Mestre de Ofício na Produção da Cerveja e da Cachaça Artesanais

Márcia Mazzeo Grande, Valquíria Padilha, Bruno Ferrari Pain,
Fernando Julian de Souza Florian

Resumo Este artigo trata do papel central do mestre de ofício no fazer artesanal, partindo da compreensão de que seu *savoir-faire* lhe permite atuar na produção e no produto, conferindo-lhes um caráter artesanal. Encontramos na produção da cerveja e da cachaça artesanais, no interior paulista, elementos que dão sustentação a essa premissa. A partir de uma pesquisa qualitativa elaboramos nossas análises segundo três eixos temáticos: (a) o *savoir-faire* do mestre na concepção, na produção e na comercialização do seu produto; (b) o aprendizado do mestre e; (c) a formação de aprendizes. Concluímos que o modo de produção artesanal mantém, com base na centralidade do mestre, a unidade entre concepção-produção-comercialização, mas que apresenta características que ora coincidem e ora se distanciam do perfil do mestre-artesão clássico apresentado na literatura. Finalizamos afirmando que há um lugar social e econômico para os mestres artesãos e para o fazer artesanal - ainda que num cenário em que predomina a produção industrializada em grande escala.

Palavras-chave *Savoir-Faire* Artesanal. Mestre Artesão. Cerveja Artesanal. Cachaça Artesanal.

Abstract This article discusses the central role of master craftsmen in craft work, based on the understanding that their know-how allows acting upon the production and the product, conferring it an artisanal character. We found, within the production of artisanal beer and cachaça, in the State of São Paulo, elements that support this premise. Performing a qualitative research, we elaborated our analysis according to three thematic axes: (a) the know-how of the master in the conception, production, and commercialization of the product; (b) the learning of the master and; (c) the formation of apprentices. We conclude that the artisanal mode of production maintains, based on the centrality of the master, the unity between conception-production-commercialization, presenting characteristics that, at some point, coincide and, at others, distance themselves from the profile of the classical master craftsman present in the literature. We argue that there is a social and economic place for master

craftsmen and for craft work – even in a scenario dominated by large-scale industrialized production.

Keywords Artisanal Know-How. Master Craftsmen. Artisanal Beer. Artisanal *Cachaça*.

INTRODUÇÃO

Fazer com as próprias mãos, de forma a se confundir com um artista, conceber o produto, criar as ferramentas e produzir uma obra do começo ao fim, até a sua comercialização. Produzir em pequenas quantidades um produto que nunca vai ser exatamente igual a outro, porque não é feito industrialmente. Aprender o ofício com o avô, o pai ou um mestre e garantir a continuidade desse saber ensinando aprendizes. Tudo isso parece-nos hoje como uma lista de características de um modo artesanal de produzir, sempre pensado em oposição a sua antítese, que é um modo industrial de produzir em massa. Da Revolução Industrial do século XIX aos dias de hoje, esse fazer artesanal parece ter percorrido uma trajetória de apogeu e queda que poderia ter levado ao desaparecimento do artesão e do mestre-artesão. No entanto, apesar de terem sofrido transformações consideráveis, a produção e o produtor artesanais não foram extintos. Talvez não seja o caso de os tratarmos de forma idílica, mas de procurar conhecer como, até hoje, esses artesãos são ainda sujeitos da história, porque carregam consigo a tradição como um legado do *savoir-faire* artesanal.

A história do artesão está imbricada na história do capitalismo, um sistema econômico, político, social e cultural erguido e estruturado com o desenvolvimento da produção industrial (em detrimento do fazer artesanal), das cidades (como centros comerciais independentes, em detrimento do rural) e da expansão dos mercados (em detrimento das trocas no comércio local). Com o avanço desse sistema, sobretudo no período entre os séculos XVII e XIX, houve uma verdadeira revolução no mundo do trabalho que alterou objetos, modos, ritmos, intensidade, volume e organização da produção. A ideologia da escassez e do suficiente acaba quando o século XX irrompe na ideologia da abundância – a qual exige produção e consumo em grandes escalas. Segundo Dobb (1977), a história do capitalismo está na história da acumulação do capital, de como os burgueses enriqueceram com o declínio do feudalismo e, nesse processo, como os artesãos foram sendo conduzidos do pequeno modo de produção (no qual a produção era executada por pequenos produtores artesãos usando seus próprios instrumentos de produção e a comercializavam livremente) a um sistema capitalista de produção e comercialização. O autor explica:

Está claro que a fonte de acumulação de capital tem de ser buscada, não dentro, mas fora desse pequeno modo de produção que os artesanatos urbanos entronizavam - nos desenvolvimentos que logo viriam perturbar a simplicidade

primitiva dessas coletividades urbanas. Tais desenvolvimentos tomaram a forma do surgimento de uma classe privilegiada de burgueses que, separando-se da produção, começaram a se empenhar exclusivamente no comércio atacadista. Nisso, e em mercado mais amplo e crescente, estavam oportunidades ricas de ganho, que ultrapassavam de muito a subsistência modesta que um artesão trabalhando com as mãos e vendendo seus artigos no mercado local poderia desejar. (DOBB, 1977, p.113).

O autor fala, então, de um período em que a acumulação do capital dessa burguesia inicial dos séculos XV e XVI se dava graças à incapacidade dos produtores rurais de comercializarem seus produtos num mercado maior que o regional e graças aos artesãos urbanos, separados da matéria-prima e dos seus consumidores pelos novos comerciantes – os quais descobriram a fórmula do lucro comercial comprando barato para vender caro.

No capitalismo avançado de hoje, parece haver um movimento dialético envolvendo a desvalorização e a valorização dos trabalhos manuais e artesanais. Parecer anacrônico por produzir e/ou consumir um produto artesanal e um mestre artesão com seu produto serem considerados raros, únicos e, por isso, luxuosos são faces da mesma moeda. O produto artesanal e o artesão, nesse sentido, estão hoje inseridos numa lógica plena de contradições e contrastes que envolvem o velho e o novo, a tradição e a inovação, a máquina e as mãos, o rápido e o lento, o popular e o luxuoso, o comum e o raro, a massificação e a excelência. Assim, é artesanal uma bolsa da grife *Hermès* tanto quanto uma cachaça feita num engenho do interior paulista? O que há em comum entre uma das marcas mais cobiçadas do mercado de luxo internacional e um produto local que, apesar de muitas vezes ser comercializado por preços mais elevados, não é luxuoso? A compreensão de que ambos, apesar de serem produzidos e comercializados de formas diferentes, não podem prescindir da presença de um mestre de ofício para ganhar o *status* de artesanal pode ser esclarecedora. Outro fator importante a considerar é que há várias maneiras artesanais de fazer um mesmo produto artesanal. Por exemplo, a cachaça artesanal pode ser feita, ainda nos dias de hoje, da forma mais rudimentar possível, utilizando a tração animal para moer a cana (RAFAEL, 2007) ou pode, ainda que de forma artesanal, utilizar processos modernizados. O mestre artesão continua central, o produto final é artesanal, mas os processos e modos de fazer nem sempre são iguais.

Vale ressaltar ainda que a atividade artesanal hoje traz impactos para a economia, o que depende de vários aspectos, como a disponibilidade de mão de obra, as políticas governamentais, os incentivos à atividade, o mercado, o valor dado às tradições entre outros (BENTON, 1998). O Brasil reconhece a importância econômica e cultural do artesanato - estima-se que essa atividade corresponda a 3% do PIB (Produto Interno Bruto) -, mas vem implementando políticas de incentivos à atividade lentamente. Duas dessas ações são o Programa Brasileiro de Artesanato (PBA), vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e o Programa SEBRAE de Artesanato.

O Estado de São Paulo é conhecido como o centro econômico e produtor do Brasil, mas

pouco se sabe sobre o que de artesanal é feito nesse estado. Em 1975, o Governo do Estado de São Paulo, preocupado em desenvolver e preservar o rico e precioso artesanato paulista - que traduz a diversidade do estado mais miscigenado do país, alterou a denominação de Superintendência de Comunidade do Trabalho (a partir do Decreto-Lei nº 256, de 26 de maio de 1970) para chamar Superintendência do Trabalho Artesanal nas Comunidades - SUTACO. A preocupação do Governo do Estado, nesse sentido, é dar enfoque diferenciado à atividade artesanal como fonte geradora de renda, ao mesmo tempo em que preserva formas tradicionais da cultura popular.

Dos inúmeros produtos artesanais existentes, tais como artesanato em madeira, argila, couro, cerâmica, material reciclável, tecidos, cordas etc, escolhemos dois produtos do setor de bebidas que tem tido reconhecimento público e tem ganhado importância na atividade econômica: a cerveja e a cachaça. Essas são as duas bebidas mais consumidas no Brasil.

O setor de cerveja e cachaça artesanais está em expansão não só no Brasil como no Estado de São Paulo. Apesar disso, não há dados oficiais, tanto nacionais como estaduais, desses produtos feitos artesanalmente. No entanto, num levantamento preliminar, identificamos a importância da presença do mestre (cachaceiro e cervejeiro) para a produção dessas bebidas.

Ao analisarmos, neste artigo, a participação do mestre artesão na produção de cerveja e de cachaça artesanais, não temos a pretensão de esgotar o amplo tema do fazer artesanal e do mestre artesão como seu agente histórico e nuclear. Muito menos queremos tratar esse assunto de forma romantizada, como se todo e qualquer produto e processo artesanal desenhasse um cenário livre daquilo que marca a produção industrial capitalista: a divisão do trabalho, a especialização, a perda da unicidade entre concepção e produção, o controle, a mecanização do fazer, o recurso às tecnologias, a massificação dos produtos, a busca do lucro.

No entanto, é preciso saber reconhecer as particularidades e as vantagens desse fazer artesanal - o que será feito ao longo deste texto. É objetivo deste texto, então, apresentar algumas análises das características do fazer artesanal de forma a mostrar como a presença do mestre artesão atravessa de forma central o processo, o produto e a comercialização. Para isso, desenvolvemos uma pesquisa qualitativa usando a técnica de levantamento bibliográfico aliada à observação e entrevistas semiestruturadas (SAMPPIRE *et al.*, 2006; WARREN, 2002) realizadas com dois mestres de ofício que atuam hoje no ramo da produção de bebidas artesanais em duas cidades distintas do interior paulista: um mestre cervejeiro (que vamos nominar Sr. Carlos) e um mestre da cachaça (que vamos nominar Sr. Paulo). Também foram feitas entrevistas preliminares com dois especialistas em cerveja artesanal e um distribuidor, numa cidade do interior paulista. Foram feitas ainda análises de documentos (como materiais de divulgação, *folders*, *sites* da internet, leis, entrevistas e reportagens com especialistas). Esses estudos empíricos servem como eixos que dão sentido ao corpo teórico do texto, desenvolvido a partir da focalização no *savoir-faire* dos mestres, mostrando convergências e divergências no processo de fazer cerveja e cachaça artesanal.

A premissa que norteou esta pesquisa foi a de que um produto se caracteriza como artesanal quando reúne os seguintes elementos: o processo de fazer (o que inclui a não separação entre concepção e produção; o aprendizado do artesão se dá principalmente pelo próprio fazer), o produto (é único, ou seja, um lote de produtos nunca vai ser igual ao outro) e a comercialização (que é fundamentalmente local e regional).

O FAZER E O PRODUTO ARTESANAL

Os significados de artesanato, arte, mestre, artesão, artífice e artista mudaram desde a Antiguidade até os dias de hoje e são tratados de diferentes maneiras pelos autores, nas diversas áreas de estudo (História, Antropologia, Sociologia, Economia, Relações Industriais, Educação, Administração, Estética). O levantamento bibliográfico realizado nesta pesquisa evidenciou a dificuldade de se encontrar uma definição precisa para esses conceitos e também para o de mestre artesão, o que nos levou a optar pelo uso dos termos mestre artesão e mestre de ofício como sinônimos.

Para a discussão desses conceitos, faz-se necessário percorrer, ainda que de forma sintética, à história do mestre artesão e das corporações de ofício, do período feudal pré-capitalista até a produção industrial dos dias de hoje.

O surgimento dos mestres artesãos e sua formação se deu em mosteiros em meados do século XI. A divisão de trabalho nesses mosteiros e a diferença na formação dos frades e clérigos possibilitaram a existência da figura do mestre artesão, uma vez que havia duas formações, uma delas destinada a *frades laborantes* e a outra a leigos responsáveis pela produção material (RUGIU, 1998). Mais adiante, durante o século XIII, as corporações de ofícios já estavam formadas e consolidadas. Essas possuíam uma hierarquia: para tornar-se um mestre de ofício um aprendiz deveria passar por alguns anos de aprendizado e realizar, por fim, uma prova, uma espécie de obra prima do futuro mestre. Esse teste fazia-se necessário para comprovar o aprendizado desse aprendiz, assim como sua plena capacidade de exercer o ofício de mestre (SAINT-LEON, 1947).

Segundo Lucie-Smith (1981), artesanato é definido como trabalho manual para fabricação de objetos. Ser artesão é uma profissão que requer habilidades especiais e conhecimento. A história do artesanato divide-se em três momentos: o primeiro quando tudo é artesanato, no qual todo o processo é manual e os objetos têm utilidade; o segundo quando há uma divisão intelectual entre artesanato e arte erudita e, por fim, quando, no período da Revolução Industrial, há uma separação de produtos artesanais e produtos industrializados. Essa última separação dá-se pela distinção do modo de produção que vai deixando de ser manufactureiro e passa a ser industrializado, com o uso de máquinas (LUCIE-SMITH, 1981). Nesse período, as oficinas foram tornando-se fábricas e a divisão do trabalho foi sendo firmemente estabelecida sob o controle do mestre.

Segundo Marglin (1989), o desenvolvimento industrial sucedeu ao *putting-out system*, um sistema de produção domiciliar com produtores independentes, mas baseado na distribuição

da matéria-prima aos artesãos de quem se comprava o produto acabado. Nesse sistema, já havia uma especialização dos homens nas tarefas parceladas, mas as máquinas eram primitivas. O *putting-out system* é, para esse autor, o início do desenvolvimento da divisão capitalista do trabalho. É nesse sistema que há a figura do negociante entre o mercado e a produção artesanal. No *putting-out system*, “o papel imprescindível do capitalista é evidente, embora o trabalhador ainda detenha o domínio das técnicas de produção e do processo de trabalho.” (DE DECCA, 1988, p.20). É no sistema de fábricas que o trabalhador perde o controle do processo de trabalho.

O mestre e o contra-mestre foram, no sistema de fábrica, os que exerceram as funções de supervisores, ocupando-se do controle da disciplina e da fiscalização do trabalho dos operários. Esses não eram mais livres para determinar o tempo e o ritmo de sua produção. O *putting-out system* desapareceu da Inglaterra na metade do século XIX. A tecelagem foi o último bastião da indústria domiciliar (MARGLIN, 1989). Para esse autor, a organização corporativa abriu caminho ao *putting-out system*, porque esse sistema era mais proveitoso para a classe que se interpôs entre o produtor (artesão) e o mercado. Os lucros ganhos pelos capitalistas lhe auferiram poder político para derrubar as corporações de ofícios e substituí-las por instituições do *putting-out system*: o livre mercado do trabalho e das mercadorias. Assim, o *putting-out system* foi um sistema de transição entre as corporações e o livre mercado.

Como afirmam Marglin (1989) e Pinard (2008), esse período de transição não ocorreu sem tensões e resistência das antigas formas de produção e das corporações. Recrutar e disciplinar operários para as fábricas que nasciam e se desenvolviam no final do século XVII e começo do século XIX não eram tarefas simples. Pinard (2008) afirma que até hoje é difícil transformar em operário uma pessoa que passou sua infância e sua adolescência no campo ou no artesanato. A autora compara um ceramista artesão com um operário de fábrica e diz que: “A máquina ensina o cálculo do tempo, um minuto podendo ser medido em termos de metros de fio ou de tecido produzidos, enquanto que para o ceramista tradicional nem a hora nem mesmo o dia são considerados como critérios importantes para medir a produção.” (PINARD, 2008, p.83).

A característica principal da produção antes da Revolução Industrial era o fato de que a manufatura (ou o trabalho) era feito em casa. Conforme aponta Koniordos (2001, p. 17) “o local de trabalho e a casa não eram fisicamente separados, mas diferentes partes de uma mesma casa.” Os principais agentes da produção eram o mestre artesão, seus familiares e servos domésticos que o ajudavam, os trabalhadores diários e os aprendizes. Devido a essa característica, a escala e a velocidade, os tipos de produtos e sua variedade eram determinados por quanto um homem podia fazer.

A produção caseira deu aos filhos dos mestres artesãos o direito de sucederem seus pais sem a necessidade do certificado de mestre. Os aprendizes eram considerados parte da família: o mestre os alimentava e os acolhia em sua casa. O mestre tinha ainda a obrigação de lhe transmitir o conhecimento e o aprendiz de trabalhar para o mestre. Para pertencer a uma

corporação de ofício o aprendiz era avaliado e tinha que demonstrar sua competência. O aprendizado envolvia observação e imitação do trabalho do mestre.

Rugiu (1998), ao tratar da carreira do aprendiz, conta que:

Um pai abastado, mesmo que não fosse membro de uma Corporação, podia projetar para o filho um futuro de mestre nessa ou naquela Corporação. Para isso, estipulava um contrato regular que previa – às vezes depois de um período de prova – a admissão do rapaz na qualidade de aprendiz. [...] Havia, depois, os casos sempre mais frequentes dos filhos dos mestres ou dos magnatas das Corporações, para os quais não se estipulava contratos. A idade com que o aprendiz entrava na oficina variava dos 9-10 aos 18 anos [...]. Por contrato, o mestre Fulano pactuava de ensinar a própria Arte ao filho de Ciclano (frequentemente o contrato não especificava nem mesmo a idade do rapaz) e de mantê-lo por x anos, assegurando-lhe (salvo [sic] os casos nos quais o aprendiz retornava para casa à noite), casa e comida, e às vezes até vestimenta, e fornecendo-lhe ao final do período previsto alguns instrumentos essenciais de trabalho (RUGIU, 1998, p. 39-40).

Naquela época, segundo Koniordos (2001), o modelo de artesão era aquele que tinha ou fazia suas próprias ferramentas e equipamentos, executava pessoalmente todo o processo de transformação, era proprietário do local de trabalho e vendia seus produtos prontos e utilizava a sua renda como bem quisesse. Ou seja, seu trabalho era caracterizado pela unidade de concepção e execução.

Em obra recente sobre o tema, Sennett (2008) afirma que a unidade entre concepção e execução permanece no ato artesanal, o qual nasce na concepção de uma ideia que é materializada através de uma atividade manual. A união entre cabeça e mão é o que define o ato artesanal. É no processo de concepção e execução que o artesão se desenvolve e se especializa refinando assim a arte do fazer, corrigindo erros, desenvolvendo habilidades e ferramentas. Sennett (2008) define o artesão como alguém obcecado por obter sempre o melhor de seu trabalho e profundamente sintonizado com os problemas da produção/produto. O artesão é capaz de sentir plenamente e pensar profundamente no que está executando, não estando apenas preocupado em fazer as coisas funcionar. A esse artesão, Sennett (2008) chama de artífice.

Desde a disseminação dos princípios da administração científica (Taylorismo), no começo do século XX, a unidade entre concepção e execução ficou comprometida, tornando cada vez mais raridade o ofício de mestre artesão. Koniordos (2001), ao buscar diferenças e similitudes entre o artesão do passado e de hoje, mostra que os métodos de trabalho dos artesãos mudaram e, hoje em dia, são poucos os que ainda usam exclusivamente técnicas manuais. As ferramentas também são comumente compradas prontas e “como resultado destes desenvolvimentos, a unidade entre concepção e execução, que costuma ser usada como uma marca do artesão, foi quebrada” (KONIORDOS, 2001, p.39).

Segundo esse autor, os artesãos também se submetem a controles e restrições, não há

obrigação legal para que o mestre forme aprendizes (os quais também serão mestres um dia) e as relações com os consumidores mudaram ao longo do tempo por causa do crescimento urbano e da expansão do mercado (do local para o nacional ou até internacional). Suas reflexões convidam-nos a pensar que não se deve alimentar uma visão romantizada dos artesãos nos dias de hoje e mostram que:

No passado e no presente, artesãos, no contexto na sua oficina, pessoalmente e diretamente participam no processo de trabalho. Eles ainda atuam como agentes independentes, usando as habilidades que aprenderam formal ou informalmente. Eles possuem os meios da produção, sejam ferramentas tradicionais ou maquinaria moderna, com as quais eles, e muito frequentemente os membros de sua família, ganham seu pão de cada dia. A proposta da produção artesanal continua a ser 'levar uma vida razoável'; uma vez que isto é alcançado, o objetivo torna-se simplesmente questão de perpetuar esta situação [...]. Este núcleo de fatores distintivos presentes ininterruptamente entre artesãos através dos tempos, forma uma parte vital da definição do que é ser um artesão (KONIORDOS, 2001, p.42).

Por que então existem artesãos e mestres de ofícios até hoje? Que tipo de processo produtivo é, ainda hoje, dependente do *savoir-faire* do mestre artesão? A cerveja e a cachaça artesanais brasileiras – objetos de análise desta pesquisa – são respostas possíveis a essas perguntas, pois, num processo dinâmico de tradição e inovação, resistem à produção em massa agregando o valor da tradição do mestre artesão.

O estudo do levantamento bibliográfico realizado permitiu-nos criar três núcleos temáticos que foram utilizados para a organização de nosso conhecimento sobre o fazer artesanal e a centralidade do mestre artesão e serviram como guias da elaboração dos roteiros das entrevistas e das observações. Esses núcleos teórico-analíticos parecem-nos centrais para a compreensão do fazer artesanal e do produto artesanal, ambos fundados no trabalho do mestre artesão. Consideramos, então: 1) o *savoir-faire* do mestre, o qual se configura em três etapas: a) a concepção do produto, b) o processo de produção e c) a comercialização do produto (o que significa pensar também na relação desse mestre com a comunidade local); 2) a formação desse mestre, ou seja, como se deu o aprendizado do seu *savoir-faire* e como ele se tornou um mestre e; 3) a transmissão de seu saber a outros, ou como o mestre garante a continuidade de seus conhecimentos na formação de aprendizes.

Em Koniordos (2001), Sennet (2009), Rowley (1997) e Lucie-Smith (1981) encontramos as bases teóricas para pensar no *savoir-faire*, o saber-fazer do mestre (a) na concepção, (b) na produção e (c) na comercialização do produto, de onde se pode também inferir como o artesão estabelece relações com a comunidade local. Rugiu (1998) e Koniordos (2001) contribuem para refletir sobre o aprendizado do mestre e a formação de aprendizes.

A CERVEJA ARTESANAL

Cerveja é uma bebida alcoólica carbonatada, produzida através da fermentação do amido presente nos cereais maltados como a cevada e o trigo. Seu preparo inclui água como parte importante do processo e algumas receitas levam ainda lúpulo e fermento, além de outros temperos, como frutas, ervas e outras plantas (MORADO, 2009). Estudos arqueológicos sugerem que a cerveja foi inventada por acaso, a partir da fermentação acidental de grãos utilizados para fazer pão. Na Idade Média, a produção de cerveja era feita principalmente nos mosteiros. Os monges, sendo alfabetizados, pesquisaram e melhoraram os métodos de produção e conservação da bebida. O uso do lúpulo foi introduzido no século IX. A princípio, houve resistência ao sabor amargo, porém, devido às suas propriedades conservantes, a adição do lúpulo acabou prevalecendo até os dias atuais (MORADO, 2009).

Na Idade Moderna, com a facilidade de produção da cerveja, houve movimentos no sentido de promover a manutenção da qualidade da bebida, sendo o principal deles a *Reinheitsgebot* (Lei da Pureza), de 1516, a qual regulamentava que toda cerveja produzida na Alemanha deveria ser de qualidade e ser fabricada com água, cevada e lúpulo, uma vez que se começava a utilizar trigo, arroz ou milho para a produção e nem sempre o consumidor sabia o que estava tomando de fato. Até hoje ainda existem cervejarias que utilizam a Lei da Pureza (MORADO, 2009).

A bebida provavelmente foi introduzida no Brasil por volta do século XVII pelos holandeses. Em 1654, a cerveja praticamente desapareceu do país retornando somente no início do século XIX. Nesse período, o Brasil importava cerveja principalmente da Inglaterra. Havia, na mesma época, uma produção local de cervejas artesanais, no entanto, elas eram de qualidade inferior e utilizavam milho e arroz ao invés de cevada (SANTOS, 2004).

De acordo com o Sindicato Nacional da Indústria Cervejeira (Sindicerv), no Brasil, as cervejas são classificadas pelo teor de álcool e extrato, pelo malte ou de acordo com o tipo de fermentação. As cervejas de alta fermentação são aquelas cujas leveduras flutuam durante o processo, em temperatura de 20°C a 25°C, após fermentar o mosto, gerando um produto de cor cobre-avermelhada, de sabor forte, ligeiramente ácido e com teor alcoólico entre 4% e 8%.

Segundo Morado (2009), atualmente a produção de cerveja pode ser classificada em quatro tipos, de acordo com o volume e a variedade produzidos:

- *Produção industrial de cerveja*: marcada por uma padronização dos produtos criados, com forte uso de maquinários na produção e de uma ampla distribuição de seus produtos. Produzem acima de 1 bilhão de litros/ano. Embora seus produtos tenham um baixo valor agregado, seu consumo é o maior no mundo inteiro, isso devido a uma elevada escala de produção e os custos reduzidos, quando comparados aos outros tipos de produção.
- *Microcervejaria*: designa negócios cervejeiros que tendem a produzir cervejas

com características regionais e/ou a criação de um produto de qualidade superior. Esse segmento cresceu e se popularizou devido à maior facilidade de obtenção de matérias-primas e de ferramentas e máquinas para a produção. Esse movimento cresceu no final do século XX, principalmente nos Estados Unidos (MORADO, 2009). Classificam-se como microcervejarias as que produzem acima de 200 milhões de litros/ano. Muitas microcervejarias começam como uma empresa familiar e assim permanecem atendendo somente ao mercado local e regional, mantendo o controle da família no negócio, como acontece em alguns países europeus. Já outras expandem-se e transformam-se em cervejarias industriais. É o caso de todas as grandes cervejarias atuais.

- *Produção artesanal*: algumas microcervejarias proclamam-se como sendo cervejarias artesanais, mas nem todas são. Segundo a *Brewers Association* (apud Morado, 2009), para uma cervejaria ser considerada artesanal, ela necessita ser independente, tradicional e que não seja muito grande. Para ser independente, ela não pode ter mais de 25% de seu capital em mãos de grupos empresariais do setor de bebidas. A tradição é observada pela existência de produtos puro malte e o volume não deve ultrapassar 240 bilhões de litros /ano. A natureza descentralizada e pequena da indústria artesanal da cerveja dá aos consumidores a possibilidade de experimentar e apreciar grande variedade de produtos diferenciados produzidos a partir de diversos tipos de maltes e ingredientes.
- *Homebrewing* (cerveja caseira): tipo de cervejaria que vem crescendo fortemente desde o final do século XX, principalmente nos Estados Unidos e no Canadá. Esse tipo de produção tem aumentado devido à falta de variedades de tipos de cerveja no mercado e a altas taxas. É também consequência do movimento *slowbeer*, movimento que é uma extensão do *slowfood*. A ideia é que a bebida seja produzida e consumida com maior responsabilidade e consciência dando assim maior prazer aos seus consumidores.

O Brasil é um dos maiores produtores mundiais com 10,7 trilhões de litros/ano (Barth-Haas Group, 2009), porém, tem um consumo por pessoa baixo, se comparado a outros países.

Produção em massa, produtos padronizados e mercado de massa têm caracterizado a produção de cerveja no Brasil. Noventa e oito por cento da cerveja produzida no Brasil foi produzida por 4 empresas – AmBev, Schincariol, Petrópolis e Heineken. No entanto, desde o início dos anos 2000, os consumidores têm mostrado crescente interesse em cervejas diversificadas produzidas pelas cervejarias artesanais. Esse mercado é promissor e hoje representa aproximadamente 2% da produção nacional de cerveja (GRANDA, 2010). Estima-se que, de 2008 até o final de 2011, as vendas de cervejas artesanais subirão cerca de 79% e que o faturamento da atividade deve ultrapassar 1 bilhão de reais (PAULIN, 2011).

No Brasil, não existe uma legislação para a produção de cerveja artesanal. Conforme levantamos junto a produtores regionais de cerveja artesanal em entrevistas preliminares,

atualmente, está em discussão entre os produtores artesanais brasileiros o que deveria ser considerado para classificar uma cerveja como artesanal. Essas discussões estão ocorrendo no âmbito da Associação Brasileira dos Profissionais em Cerveja e Malte e da Associação das Cervejarias Artesanais (ACervA), as quais têm representações em vários estados brasileiros.

Há, no entanto, três características que podem definir a cerveja artesanal: 1) imagem associada à qualidade da bebida em relação à produzida em escala; 2) a nobreza dos ingredientes e, 3) a variedade de complementos – como o uso de maltes especiais, ervas e outros ingredientes que dão sabores e colorações especiais às cervejas.

Observa-se no Brasil o surgimento de alguns polos cervejeiros em Santa Catarina, São Paulo e Rio Grande do Sul. Algumas cervejas artesanais brasileiras ganharam notoriedade internacional como a Colorado, Eisenbahn, Baden Baden e a Bamberg.

O processo de fabricação da cerveja dá-se nas seguintes etapas, de acordo com Shoronski *et al.* (2004): recebimento e armazenagem do malte; moagem do malte; mosturação; filtração; fervura; resfriamento; fermentação; segunda filtração; acabamento; engarrafamento; pasteurização; expedição.

Estima-se que existam atualmente mais de 20 mil tipos de cervejas no mundo. Pequenas mudanças no processo de fabricação, como diferentes tempos e temperaturas de cozimento, fermentação, maturação e o uso de outros ingredientes, além dos quatro básicos - água, lúpulo, cevada e malte - são responsáveis por uma variedade muito grande de tipos de cerveja. Isso é especialmente relevante no caso da produção de cerveja artesanal. Segundo Morado (2009), o processo de fazer cerveja artesanal é mais elaborado, tendo o mestre cervejeiro um papel fundamental, isto é: o fazer do mestre constitui-se em uma assinatura na cerveja, a qual passa a ser fortemente associada a ele.

No entanto, sendo a cerveja classificada como alimento, as micro-cervejarias artesanais têm limitadas suas possibilidades de inovação de produto, pois as receitas devem ser registradas no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para poderem ser comercializadas.

A CACHAÇA ARTESANAL

Cachaça é uma aguardente da cana de açúcar, tipicamente brasileira. Seu tradicional nome, hoje registrado pela legislação brasileira, não era reconhecido pela literatura no período colonial, entretanto, era amplamente difundida e usada pelas pessoas que a consumiam naquela época (CASCUDO 1986). Muitas vezes, a aguardente de cana de açúcar era chamada vinho (SOUZA, 2004; CASCUDO, 1986). Pelos portugueses, era comumente chamada de aguardente ou bagaceira. Segundo Souza (2004), a cachaça, em seu início, era tida como um produto de baixo *status*, associado às classes mais baixas da sociedade colonial, aos escravos e, segundo Cascudo (1986), até mesmo para os animais como cabras, ovelhas e porcos.

Para a legislação brasileira,

Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de trinta e oito a quarenta e oito por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro, expressos em sacarose (Decreto 6.871, 4 de Junho de 2009).

No século XVIII, era produzida em baixa escala e consumida regionalmente e não tinha uma distribuição ampla na metrópole, Portugal. Com o passar do tempo, a cachaça tornou-se moeda de troca no comércio de escravos, fazendo com que alguns de seus produtores conseguissem que sua produção atingisse o mercado externo (SOUZA, 2004).

De acordo com Soratto *et al.* (2007), a produção da cachaça pode se dar em seis etapas: 1) produção da cana de açúcar; 2) obtenção do caldo da cana; 3) fermentação do mosto; 4) destilação; 5) armazenamento e ensaios finais; 6) envelhecimento, envase, rotulagem e distribuição. Essas etapas são apenas um exemplo genérico de fabricação da cachaça, podendo variar de acordo com o propósito da produção. Por exemplo, pode haver a etapa de produção do *blend*, a qual consiste na identificação dos diferentes aromas e características dos diferentes lotes e na sua combinação de forma equilibrada. É nesse momento que a presença do mestre cachaceiro, com todo seu conhecimento e sensibilidade, torna-se essencial (MANUAL DA CACHAÇA, 2011).

A cachaça pode ser produzida de forma artesanal ou industrial. A produção industrial caracteriza-se por produzir em grande escala um produto padronizado. A destilação é feita, em geral, por colunas de aço inox. Já a produção artesanal é realizada em baixa escala. A moagem é feita com a cana crua (sem a queima) e a destilação é feita em alambiques de cobre e sua fermentação é natural (SILVA, 2005; COUTINHO, 2003; VIDAL; GONÇALVES, 2008).

Do ponto de vista do processo produtivo, a principal diferença dá-se na destilação. A destilação em alambique é feita por alambiques de cobre e dividido em três frações: a cabeça, o corpo e o rabo. Essas frações são distinguidas pela sua graduação alcoólica, sendo a cabeça referente à maior quantidade de álcool e o rabo à menor. O resíduo dessa destilação é usado na lavoura como repositores mineral, pois contém muita água e pouco etanol (RECHE; FRANCO, 2009; FARIA, 2011).

A fase de envelhecimento agrega valores sensoriais e, conseqüentemente, financeiros à cachaça (AQUINO *et al.*, 2006; FARIA, 2011). Segundo Vidal e Gonçalves (2008), a cachaça de alambique, geralmente, repousa (envelhece, na linguagem popular) por um tempo mínimo antes de sua comercialização. Tendo em vista o valor que a fase de envelhecimento da aguardente agrega a essa bebida, Silva *et al.* (2005) consideram essa a grande vantagem da cachaça artesanal em relação à industrial. Entretanto, a falta de padronização de sua

produção pode ser uma desvantagem em relação à industrial.

Assim, do ponto de vista do processo produtivo, as diferenças da cachaça industrial estão na etapa de destilação e envelhecimento. Segundo Faria (2011), a cachaça artesanal de boa qualidade é aquela rica em compostos voláteis na fermentação, com gosto mais marcante, destilada em alambique e envelhecida em tonéis de cobre limpos (ou madeira) por um período de 2 a 3 anos. É o processo de envelhecimento, aliado aos cuidados na destilação, que tornam a cachaça mais rica e gostosa (FARIA, 2011). A legislação brasileira prevê somente o envelhecimento em recipientes de madeiras por um período não inferior a 3 anos - são as cachaças Extra Premium (Decreto N°4062, 21 de dezembro de 2001).

A produção de cachaça é uma atividade que está em plena expansão no país, sendo a segunda bebida mais consumida internamente, ficando atrás apenas da cerveja. De acordo com o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC, 2011), o Brasil tem capacidade instalada para produzir 1,2 bilhões de litros/ano, tem cerca de 40 mil produtores e aproximadamente 4 mil marcas. As microempresas correspondem a 99% do total de produtores, no entanto, as atividades agropecuárias dessas empresas abrangem a produção de milho, feijão e café, além da produção de cachaça. Os principais estados produtores são: São Paulo, Pernambuco, Ceará, Minas Gerais e Paraíba. As exportações também aumentaram, o que significa que mais países estão consumindo a cachaça brasileira. Entretanto, representam menos de 1% do total da produção brasileira, o que deixa evidente o potencial de expansão para exportações de cachaças nacionais (CARNEIRO *et al.*, 2010). Segundo o IBRAC (2011), a cachaça brasileira é exportada para cerca de 60 países, sendo Alemanha, Estados Unidos, Portugal e França os principais destinos.

A produção e comercialização da cachaça artesanal vêm aumentando no Brasil a uma taxa de cerca de 5% ao ano, conquistando novos consumidores, ao contrário da cachaça industrial cuja produção está estagnada nos últimos anos (VERDI, 2006). Em função disso, as marcas de cachaça de alambique (artesanal) estão se preocupando mais com ações de *marketing*, como por exemplo, escolhendo garrafas que agradem aos gostos do consumidor e rótulos que contenham informações relevantes e que se tornem diferenciais na escolha do produto (CARNEIRO *et al.*, 2010). Essa preocupação por parte dos produtores se dá, porque os consumidores estão preferindo cachaças com valor agregado, assim, informações contidas na embalagem, como tempo de envelhecimento e madeiras do tonel, tornaram-se importantes para a comercialização da bebida. Faria (2011) alerta, no entanto, que, infelizmente, no Brasil, ainda há muitos rótulos de cachaça com informações falsas relacionadas ao tempo de envelhecimento, o que compromete a imagem da cachaça artesanal diante dos consumidores menos acostumados a saborear a cachaça artesanal de qualidade.

No início da década de 2000, ocorreu um marco importante para o setor: a criação do Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça, buscando reunir pequenos produtores de cachaça de alambique com grandes produtores e engarrafadores de cachaça destilada em colunas em grandes quantidades, e representantes de diversos segmentos governamentais. A partir dessa iniciativa, desencadeou-se o processo de organização do setor com a criação de cooperativas, associações nacionais e estaduais de produtores e a realização de feiras.

Em setembro de 2004, foi criada a Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça, pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e posteriormente foi constituído o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC) (VILELA; ARAUJO, 2006)¹.

ACHADOS DA PESQUISA

Identificamos que a presença do mestre artesão é fundamental, pelas habilidades requeridas, para conceber, fazer e comercializar a cerveja e a cachaça artesanais. A atuação dos mestres pesquisados, o Sr. Carlos e o Sr. Paulo, está contida nos núcleos teóricos definidos *a priori*: o *savoir-faire*, o aprendizado e a transmissão do saber.

O *Savoir-Faire*

Nos casos estudados, o *savoir-faire* dos mestres manifesta-se desde a concepção do produto até a comercialização. O Sr. Carlos relatou que é ele quem determina o tipo de cerveja produzida, é ele quem compra as matérias-primas e os equipamentos necessários:

Eu demorei 11 anos para ser um bom mestre-cervejeiro. Porque o cervejeiro, as pessoas acham que ele só bebe, tem que saber sobre solo, sobre água, sobre meio-ambiente, tratamento de despejo industrial, fazer uma fábrica, dimensionar bomba, saber o que é um painel elétrico, o que é uma parte mecânica, como funciona um barril, como funciona uma chopeira, o lugar que tem que empurrar o copo, a limpeza do copo, o garçom, como é que ele está servindo, o *marketing* da empresa, os funcionários como estão na fábrica. O mestre-cervejeiro, ele tem que saber de tudo. Se ele não souber, ele não é um mestre-cervejeiro.

Sobre a produção da cerveja, o Sr. Carlos diz que controla todas as etapas do processo de produção e interfere nas mesmas conforme a conveniência e as contingências a serem superadas.

O fazer artesanal, você tem controle do processo, você tem carinho pelo que você faz, você pode escolher a sua matéria-prima, você sabe onde comprar, você não pega lotes grandes, não há uma linha industrial, respira até o fermento, o microorganismo que é o fermento, você vê ele respirando.

Segundo Koniordos (2001), o mestre artesão é capaz de produzir/adaptar suas ferramentas. Faz isso no sentido de aprimorar sua arte, de buscar a perfeição, como advoga Sennett (2008). O depoimento a seguir evidencia essa situação:

[...] máquina de encher, por exemplo, barril, de lavagem, de limpeza de barril. Lavagem que eu falo é lavagem de barril, às vezes, com as máquinas, tem um tempo de limpeza, para poder limpar, se você aumentar esse tempo, a eficiência do barril aumenta, aí o seu cliente vai gostar mais do seu produto porque não tem bactéria dentro, então isso eu pude interferir nos dados das máquinas e mandar modificar. Por exemplo, toda automação que a fábrica tem foi feita exclusivamente por um professor do SENAI que eu tive que sentar com ele

e passar pra ele o que eu queria que o computador fizesse em cima do meu conhecimento. Não comprei tecnologia no mundo nenhuma, eu tive que passar os passos artesanais, que eu tive que passar no computador, pra poder ficar mais fácil.

Segundo Sennett (2009), o artesão se identifica profundamente com o seu trabalho; é capaz de se reconhecer nele. Os trechos a seguir evidenciam esse aspecto:

[fazer cerveja artesanal] significa ter paixão pelo que faz. Se você me falasse assim, vou te dizer a paixão como ela é, ela é tão absurda que se eu tivesse que fazer uma casa dentro da fábrica eu fazia, se eu tivesse, não pela fábrica mas pelo o que eu faço, a fábrica é um resultado. Eu acho assim, a paixão é maior que tudo, a paixão de fazer artesanal é maior do que qualquer movimento que eu faça no universo.

[...] eu converso com os meus tanques, converso com o meu chope, converso com a minha cerveja. Faz parte da cultura cervejeira, conversar com os tanques.

O Sr. Paulo explicou que atua na escolha e no plantio da cana utilizada para a fabricação da cachaça, na quantidade a ser cortada, no transporte da matéria-prima, na moagem, na fermentação e demais etapas do processo produtivo, controlando a tecnologia utilizada e todas as fases do processo. Ele também desenvolve o *marketing* - do relacionamento com o mercado à concepção da embalagem, a qual reforça a tradição do engenho. A sua participação no processo da produção da cachaça fica clara nas falas que se seguem:

A gente participa medindo a parte de acidez, medindo a graduação alcoólica, se a fermentação ocorreu normalmente, você vê que a fermentação fermentou no tempo certo, no prazo certo, dentro da escala de produção, se você ver [sic] que a coisa ocorreu tudo certinho, é só eu experimentar que vai tá tudo bom.

Sim, sou eu quem toca a produção [...]. Olha minha mão [mostra que está calejada], estava plantando cana ontem.

O Sr. Paulo demonstra fazer uso de seu *savoir-faire* (aprendido com seu pai) quando, por exemplo, se depara com algum problema no processo da produção que pode interferir na qualidade final da cachaça. Ele diz:

Em qualquer coisa que eu esbarro com determinado processo, hoje é muito fácil, você pega um produto que não tá certo e pode levar na usina ou laboratório para fazer análise, mas, para o artesão, só de olhar ele tem uma noção do que está acontecendo. É a experiência... Aquela bolha que tá em cima não pode ser cristalina senão é porque está com infecção. Ela tem que estar toda embaçada, senão, quando está cristalina é porque está com acidez elevada ou baixa demais. Ela tem que estar normal, uma bolha uniforme, então, aí já é uma parte mais artesanal, nem precisa fazer exame [em laboratório], você já sabe como vai estar.

Na parte da comercialização dos produtos, percebemos uma diferença de abordagens entre

o Sr. Carlos e o Sr. Paulo. O Sr. Carlos vende suas cervejas na sua própria cervejaria e em franquias. No entanto, sua presença é marcante, seja na preparação do ambiente da franquia, no treinamento dos franqueados e de seus funcionários, e até quando atua como garçom, servindo na sua cervejaria ou franquias para ouvir as impressões dos clientes sobre o seu produto. Como ele afirma, “o artesanal está até no atendimento, aquele artesanal que a pessoa pode enxergar o consumidor, respeitar o consumidor.”

O maior prazer que eu tenho na minha vida é quando eu sirvo, quando eu me passo por garçom no restaurante, peço licença, que a pessoa me conhece e eu sirvo um chope na mão do cliente, pra mim, a pessoa me fala “Poxa! Que garçom que tira um belo chope!”.

Sobre a comercialização da cachaça, constatamos que o engenho distribui sua própria produção, sob a supervisão de Sr. Paulo, numa loja da própria fazenda. A distribuição é basicamente local. Há atualmente um projeto de ampliar para outros mercados, inclusive o internacional. Em função disso, está havendo uma mobilização do engenho, o qual integra uma associação paulista de produtores de cachaça artesanal, recentemente formada. O mestre cachaceiro relatou que percebeu a necessidade de investir na embalagem das cachaças para melhorar a comercialização de seus produtos.

O que está se mexendo muito hoje é a apresentação do produto final, a comercialização dos produtos. Trabalhando melhor a embalagem, trabalhando melhor a apresentação do produto, a imagem. Vai sair uma garrafa nossa que é a coisa mais linda, eu achei muito bonita.

Além da comercialização local de seus produtos, os mestres estabelecem uma afiliação de longa duração com a região onde desenvolvem sua atividade. São reconhecidos no local onde vivem e se identificam profundamente com ele e fazem parte da preservação da história do local. (CHIARAPPA, 1997). Tanto a cervejaria quanto o engenho são atrações turísticas em suas cidades, recebendo visitantes acolhidos pelos próprios mestres. O Sr. Carlos contou:

[...] fiz uma homenagem à cidade fazendo um chope de maracujá, que é a Cidade do Maracujá. A [cervejaria] é reconhecida na cidade como a empresa parceira, isso...eu tenho certeza disso, que a gente é usado como parceira.

O engenho que produz a cachaça tem um pequeno museu, junto com a loja, com um acervo de milhares de cachaças, propiciando um contato direto com clientes, oportunidades de degustações e conhecimento da história da cachaça.

Quanto ao *savoir-faire*, nas entrevistas realizadas pudemos identificar que, no caso da produção artesanal de cerveja, há uma maior inclinação para a inovação no processo e no produto, o que ficará mais claro quando discutirmos o aprendizado do mestre. A produção da cerveja artesanal atualmente tem grande influência das redes sociais que envolvem os mestres cervejeiros em torno da divulgação da chamada “cultura cervejeira”: eles se relacionam, inclusive através de mídias sociais, o que permite a troca de receitas e experiências criando

um ambiente propício à inovação. Já no caso da cachaça, percebemos que há uma forte manutenção da tradição, como o Sr. Paulo declara:

[...] é o mesmo esquema, não muda nada. Porque não tem como mudar. O processo de fabricação artesanal continua sendo o processo de fabricação como há 200 anos e como vai ser daqui a 200 anos. [...] Então, você tem como fazer um sorvete melhor, porque hoje tem produtos sendo sofisticados a cada dia, mas na fabricação de bebidas alcoólicas, ela é bem engravada, não tem como sair.

O APRENDIZADO DO MESTRE

Os mestres pesquisados aprenderam seus ofícios por meio da transmissão do conhecimento de outros mestres, mas o Sr. Carlos também passou por um processo de aprendizado formal bastante longo e intenso. Ele conta:

Eu comecei em 1976 e em 80 eu já estava na linha de produção, aprendendo desde a limpeza de uma garrafa, do cuidado do meio-ambiente, para poder começar os treinamentos. Demorei onze anos para isso terminar, é um processo que é contínuo, cada dia você aprende mais. Meu aprendizado foi numa grande companhia de bebida [onde eu trabalhei] e numa universidade em Munique, em Weihenstephan, na Alemanha, e também num curso de especialista em mestre-cervejeiro no SENAI de Vassouras, no Rio de Janeiro.

[...] O treinamento é doloroso, porque tudo o que você errou é o aprendiz, o aprendiz não pode errar.

Porque o próprio meio-ambiente, ele é diferente de um clima do outro, quando você pega o malte que chega na fábrica, você pode detectar se aquele malte é perfeito, ou não, se não for tentar fazer a maior blendagem, dentro do teu conhecimento, uma blendagem que o malte europeu, o malte da Alemanha, o malte da Bélgica, poder fazer uma blendagem para sair sempre o mesmo sabor, isto é uma aprendizagem todos os dias. Você passar, pegar o copo, degustar a água, todos os dias para ver se o clima está perfeito, isso é importante.

O Sr. Paulo aprendeu a ser mestre com seu pai, o fundador do engenho, e relata que está sempre atualizando seus conhecimentos com cursos e leituras. Sua fala reforça a ideia de que a experiência e a prática do pai e dele mesmo são primordiais para garantir a qualidade do produto. Ele afirma:

Você vai pegando com o tempo, não adianta você pegar uma literatura e ler tudo bonitinho, porque a prática é que vai mostrando tudo o que você vai aprendendo. [...] Como meu pai tem anos de janela, eu acabo me fortalecendo em cima do aprendizado dele.

Ambos mencionam, ao longo das entrevistas, que é no “fazer” que aperfeiçoam seus saberes.

A Transmissão dos Saberes

De acordo com a literatura pesquisada, normalmente, um mestre artesão possui aprendizes que continuarão o trabalho de produção artesanal. Foi assim no caso do engenho estudado, mas não foi o que ocorreu na formação do mestre cervejeiro. O Sr. Paulo, mestre da cachaça, aprendeu as técnicas de produção com seu pai e hoje está na segunda geração de mestres do engenho. Entretanto, nenhum dos dois mestres possui aprendizes. O Sr. Carlos declarou não ter interesse em transmitir seus conhecimentos e não se dispôs a dar maiores explicações sobre esse assunto.

O Sr. Paulo declarou que, no momento, não há ninguém da sua família ou aprendiz que esteja envolvido no aprendizado do seu *savoir-faire*. Ele diz: “na verdade, até eu precisaria [...] e da parte da minha família no engenho eu já não tenho ninguém pra colocar nessa área”. No seu depoimento, fica claro um paradoxo da necessidade de ajuda na produção, um desejo de dar continuidade à tradição e a resistência em relação a formar um possível concorrente, isto é, ensinar a alguém que não seja da família significa colocar em risco a exclusividade de seus saberes e o próprio negócio familiar.

DISCUSSÕES

Os resultados obtidos, embora não possam ser generalizados para a população de mestres artesãos brasileiros, permitem que sejam sugeridas algumas análises e conclusões a respeito do tema. Primeiramente, encontramos nos casos estudados o artesão moderno, conforme descrito por Koniordos (2001): nem o Sr. Carlos nem o Sr. Paulo fazem uso de técnicas manuais exclusivamente. A tecnologia utilizada por ambos é adquirida no mercado. No entanto, percebemos que as mãos dos mestres artesãos realizam um processo de adaptação das ferramentas às suas necessidades produtivas. Ambos os mestres parecem dominar profundamente a tecnologia – do projeto das instalações e mudanças nos equipamentos até a calibração dos mesmos, com a finalidade de assegurar a qualidade e as características diferenciadoras dos seus produtos.

O Sr. Carlos e Sr. Paulo participam diretamente no processo de trabalho usando suas habilidades, as quais aprenderam pela transmissão da tradição e pela educação formal. São também possuidores dos meios de produção, o que segundo Koniordos (2001) e Sennett (2008) é ainda uma das características do fazer artesanal moderno. No entanto, apesar de serem os principais agentes da produção, os mestres contratam trabalhadores, ou seja, existem outros agentes da produção, embora nenhum dos dois tenha aprendizes. O local de trabalho e a casa são separados, diferentemente do que ocorria no passado (KONIORDOS, 2001; LUCIE-SMITH, 1981). Porém, tanto o Sr. Carlos como o Sr. Paulo vêem suas oficinas como extensão de suas casas.

A unidade entre concepção e execução, característica do modo artesanal de produção, permanece, e há um desejo, quase uma obsessão, de fazer cada vez melhor. O Sr. Carlos

define esse desejo como uma paixão, o que nos faz lembrar de Sennett (2008) que diz ser essa a principal característica do ato artesanal.

A relação com os consumidores não é estritamente local como no passado (KONIORDOS, 2001). Os mestres da cerveja e da cachaça comercializam seus produtos em mercados distantes das cidades onde estão localizados. Essa é uma tendência já apontada por Koniorodos (2001). No caso do Sr. Carlos, ele lança mão de um moderno formato de varejo – a franquia, o qual tem crescido de forma geral no varejo de alimentos no mundo. No entanto, ele não abre mão de certo controle sobre o processo de distribuição e venda. Outro aspecto importante é que a relação com o local vai além da venda de seus produtos. Nos dois casos, a produção artesanal faz parte do turismo local: são, na realidade, museus locais que contam um pouco da história da produção de cachaça e de cerveja artesanal e, a partir dessa atividade, podem ampliar suas redes de relacionamentos, trocam experiências e reforçam (ou forçam) ações para conservação e difusão das culturas e recursos envolvidos no fazer artesanal da cachaça e da cerveja, conforme aponta Chiarappa (1997).

Adotamos neste artigo um conceito mais geral de artesanato, sendo essa atividade relacionada ao conhecimento especializado para a criação de produtos de qualidade, com certa diversificação. Notamos que o trabalho dos mestres vai além da produção, contemplando a comercialização e a relação com a comunidade e seus consumidores. Encontramos vários elementos da produção artesanal apontados por Chiarappa (1997), Koniorodos (2001) e Sennett (2008). Porém, nossa investigação mostrou que as atividades artesanais dos mestres cervejeiros e cachaceiros carregam algumas tensões típicas do mundo do trabalho “não artesanal”, como o fato de serem pressionados pelos padrões de produção e consumo do mercado, o fato de serem obstinados pelo trabalho – uma característica apontada especialmente por Sennett (2008) como próprio do artesão, mas que, por outro lado, é também uma característica do *workaholic* (SERVA; FERREIRA, 2006) – e buscarem formas de comercialização que transcendem os que são apresentados na literatura como tipicamente artesanais. Há, na verdade, um hibridismo no trabalho artesanal que coloca em confronto, de um lado, valores como identidade, tradição, fazer manual, envolvimento com o todo e, de outro lado, a busca da inserção no mercado e o uso de tecnologias modernas.

Esta pesquisa tinha como objetivo principal conhecer o processo de trabalho de dois mestres artesãos do ramo de bebidas no interior paulista: o mestre cervejeiro e o mestre cachaceiro. Observamos, ao longo da pesquisa, que o *savoir-faire* desses mestres é imprescindível para a garantia da qualidade dos produtos artesanais, uma vez que sua presença está em todas as etapas da produção, desde a concepção do produto, a escolha dos seus fornecedores e dos melhores insumos. Os mestres possuem ainda uma posição estratégica na comercialização de seus produtos e na avaliação que é feita junto aos consumidores finais para saber se a qualidade de seu produto é aceita e valorizada. É, então, por atravessarem o processo, o produto e a comercialização da cerveja e da cachaça artesanais que os mestres constituem-se como nucleares no fazer artesanal.

Analisamos ainda os fatores existentes na relação entre o fazer artesanal e o produto final,

a partir da visão dos próprios mestres. Constatamos que o principal fator que afeta as características da cerveja e da cachaça, segundo os próprios mestres, é o grande controle que se tem na atividade artesanal; esse é o principal motivo de uma bebida artesanal ser considerada um produto de qualidade. Os mestres são ativos em todo o processo do fazer artesanal, podendo definir as características em cada etapa, usando seus conhecimentos e experiências para moldar e melhorar o processo da forma que bem entenderem. No entanto, vale ressaltar que também pudemos constatar que, mesmo o mestre tendo esse controle, suas atividades ficam condicionadas, em parte, ao mercado, tendo assim que criar produtos que sejam aceitos pelos consumidores.

Esta pesquisa pode oferecer aos estudos organizacionais uma importante discussão sobre o trabalho artesanal, dando pistas para futuros estudos comparativos entre a produção artesanal e industrial. Sinalizamos também para a possibilidade de estudos sobre a capacidade que os mestres possuem para a inovação, sem saírem do âmbito da produção artesanal. Uma contribuição importante que se pode dar ao campo organizacional, a partir dos estudos que apresentamos neste artigo, é mostrar que há um lugar social e econômico para os mestres artesãos e para o fazer artesanal - ainda que num cenário em que predomina a produção industrializada e em grande escala. Por fim, o tema do fazer artesanal mostrou-se bastante amplo e constituiu-se num campo profícuo para novas avenidas de pesquisas envolvendo organização do trabalho, inovação, tecnologia e *marketing*.

NOTAS

- 1 Atualmente, fazem parte das ações estratégicas da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça, a promoção da bebida na Copa de 2014 e Olimpíadas de 2016, eventos internacionais que ocorrerão no Brasil. Uma série de ações estão sendo desencadeadas para divulgar a cachaça como bebida genuinamente brasileira nesses eventos esportivos como parte da Capacitação para o Turismo Receptivo em parceria com o Ministério do Turismo. As principais ações contemplam desde campanhas de *marketing* como “Campanha Cachaça Legal” e o Programa Capacitação Cachaça, o qual envolve o desenvolvimento de gastronomia como formas de apreciação e harmonização com alimentos, formação de cachacistas (*sommeliers*), *maitres* e garçons. Além disso, pretende-se criar Guias Turísticos dos Alambiques e Museus, para a recepção e atendimento aos turistas (SILVA, 2011).

REFERÊNCIAS

AQUINO, F. W. B; NASCIMENTO, R.F; RODRIGUES, S.; CASEMIRO A.R.S. Determinação de marcadores de envelhecimento em cachaças. **Ciênc. Tecnol. Aliment.**, Campinas, 26(1): 145-149, jan. - mar. 2006.

BARTH-HAAS GROUP. The Barth Report 2009: Market Leaders and their Challengers in the Top 40 Countries. **The Barth Report and Germain Hansmaennel**. Disponível em:

<http://www.barthhaasgroup.com/images/pdfs/2009_Marketleaders.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2011.

BENTON, C. From Tubular Steel to Bamboo: Charlotte Perriand, the Migrating Chaise-longue and Japan, **Journal of Design History**, v.11, n.1, 1998. pp.31-58.

BRASIL. Decreto-Lei nº 4062, de 21 de dezembro de 2001. Define as expressões “cachaça”, “Brasil” e “cachaça do Brasil” como indicações geográficas e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 26 dez. 2001, Seção 1, p.4.

BRASIL. Decreto-lei nº 6871 4 de junho de 2009 Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Decreto/D6871.htm> Acesso em: 15 jan. 2011.

CARNEIRO, J. *et al.* Opiniões e atitudes dos consumidores em relação a embalagens e rótulos de cachaça. **Ciênc. Tecnol. Aliment.**, Campinas, 30(3): 669-673, jul.-set. 2010.

CASCUDO, L. da C. **Prelúdio da Cachaça**: Etnologia, História e Sociologia da Aguardente no Brasil. Belo Horizonte: Itatiaia, 1986.

CHIARAPPA, M. J. Affirmed Objects in Affirmed Places: History, Geographic Sentiment and a Region's Crafts, **Journal of Design History**, v.10, n.4, 1997. pp.399-415.

COUTINHO, E. P. Práticas ultrapassadas e mitos de qualidade na cadeia de produção de cachaça artesanal. In: **XXIII Encontro Nac. de Eng. de Produção, Anais** Ouro Preto, MG, Brasil, 21 a 24 de out. de 2003

DE DECCA, E. **O nascimento das Fábricas**. São Paulo: Brasiliense, 1988. Coleção Tudo é História, 51.

DOBB, M. **A evolução do Capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

FARIA, J. B. A qualidade da cachaça. Entrevista concedida a Marcio Alvarenga em 19 abr. 2011, **Programa Trocando em Miúdos**, Assunto da Semana, Rádio da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Disponível em: <<http://www.programatrocandoemmiudos.com.br/>> Acesso em: 22 ago. 2011.

GANDRA, A. Setor de microcervejarias cresce no Brasil. **Revista Exame Online**, São Paulo, Jun. 2010. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/setor-microcervejarias-cresce-brasil-573642?page=1>>. Acessado em 12 nov. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DA CACHAÇA (IBRAC). Disponível em <[HTTP://www.ibrac.net](http://www.ibrac.net)> Acesso em 18 ago. 2011.

KONIORDOS, S. M. **Towards a Sociology of Artisans**: Continuities and discontinuities

in comparative perspective. Ashgate: Ashgate Publishing Limited, 2001.

LUCIE-SMITH, E. **The Story of Craft: The Craftsman's Role in Society**. Ithaca: Cornell University Press, 1981.

MANUAL DA CACHAÇA. Associação Paulista de Produtores de Cachaça de Alambique. Disponível em <[HTTP://www.appca.com.br](http://www.appca.com.br)>. Acesso em 18 ago. 2011.

MARGLIN, S. Origem e funções do parcelamento das tarefas (Para que servem os patrões?). In: GORZ, A. (Org.), **Crítica da divisão do trabalho**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

MORADO, R. **Larousse da Cerveja**. São Paulo: Larousse, 2009.

PAULIN, I. Geladas mas fervendo.]**Veja**, 02 de março de 2011. p.114-116.

PINARD, R. **La Révolution du travail**. De l'artisan au manager, Montréal: Liber, 2008.

RAFAEL, J. **Seo Chico, um retrato**. Documentário, DVD, 95 minutos, Brasil: Atalaia Filmes, 2007.

RECHE, R. V.; FRANCO, D. W. Distinção entre cachaças destiladas em alambiques e em colunas usando quimiometria. **Quim. Nova**, Vol. 32, No. 2, 332-336, 2009

ROWLEY, S. **Craft and Contemporary Theory**. St Leonards: Allen & Unwin, 1997.

RUGIU, A. S.; **Nostalgia do Mestre Artesão**. Campinas: Autores Associados, 1998.

SAINT-LEON, E. M. **Historia de las Coporaciones de Oficio**. Argentina: Partenon, 1947.

SAMPIERE, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de Pesquisa**. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SANTOS, S. P. **Os primórdios da Cerveja no Brasil**. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

SENNETT, R. **The Craftsman**. New Haven: Yale University Press, 2008.

SERVA, M.; FERREIRA, J. L. O. O Fenômeno *workaholic* na gestão de empresas. **Rev. Adm. Pública**, vol.40, nº.2 Rio de Janeiro, Mar./Abr. 2006.

SILVA, C. B.; GUIMARÃES, D. D.; LIMA, J. E. de. Caracterização e análise da cadeia produtiva da cachaça brasileira. **XLIII Congresso da Sober**, "Instituições, Eficiência, Gestão e Contratos no Sistema Agroindustrial" Ribeirão Preto, 24 a 27 de Julho de 2005.

SILVA, J. M. da. **Copa 2014 e Olimpíadas 2016: Capacitação para o Turismo Receptivo**,

IBRAC (Instituto Brasileiro da Cachaça), Brasília, 21 jul. 2011. Disponível em <<http://www.agricultura.gov.br/camaras-setoriais-e-tematicas>>. Acesso em 18 ago. 2011.

SORATTO, A. N.; VARVAKIS G.; HORII, J. A certificação agregando valor à cachaça do Brasil. **Ciênc. Tecnol. Aliment.**, Campinas, 27(4): 681-687, out./dez. 2007.

SOUZA, L. R. de. Cachaça, vinho e cerveja: da colônia ao século XX. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, nº 33, jan./jun. 2004, p. 56-75.

VERDI, A. R. Dinâmicas e perspectivas do Mercado da cachaça. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 36, n. 2, p. 93-8, fev. 2006.

VIDAL, M. F.; GONÇALVES, M. F. Produção de Cachaça na Área de jurisdição do BNB: Mercado e estruturação da cadeia produtiva. **XLVI Congresso da SOBER** (Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural), Rio Branco, 2008.

VILELA, D.; ARAUJO, P. M. M. (Orgs.), **Contribuições das Câmaras Setoriais e Temáticas à Formulação de Políticas Públicas e Privadas para o Agronegócio**. Brasília: MAPA/SE/CGAC, 2006.

WARREN, C. A. B. Qualitative interviewing. In: GUBRIUM, J. F.; HOLSTEIN, J.A. (Editores). **Handbook of Interview Research: context & method**. London: Sage Publications, 2002.

Márcia Mazzeo Grande Professora de gestão da produção e logística no Departamento de Administração da FEA-RP (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto), USP (Universidade de São Paulo), campus de Ribeirão Preto-SP. Doutora em Engenharia pela Escola Politécnica da USP.

Valquíria Padilha Professora de sociologia no Departamento de Administração da FEA-RP (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto), USP (Universidade de São Paulo), campus de Ribeirão Preto-SP. Doutora em Ciências Sociais pela Unicamp (Universidade Estadual de Campinas), fez pós-doutorado na UFSCar (Universidade Federal de São Carlos) e na Têluq-UQAM, em Montreal (Canadá). É autora de “Shopping center: a catedral das mercadorias” (Boitempo, 2006), organizadora de “Dialética do Lazer” (Cortez, 2006) e co-organizadora de “Retratos do trabalho no Brasil” (EDUFU, 2009).

**Bruno Ferrari
Pain** Graduando em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, USP (Universidade de São Paulo) campus de Ribeirão Preto-SP. Foi presidente do Centro Acadêmico Flaviana Condeixa Favaretto. Possui experiência com finanças no Agronegócio. Atualmente trabalha na FG/AGRO Finanças Gestão e Energia.

**Fernando
Julian de Souza
Florian** Graduando em Administração de Empresas pela FEA-RP, Universidade de São Paulo (USP), campus de Ribeirão Preto-SP



Foto: Leticia Fantinel



Foto: Neusa Cavedon

Random
2012

Produção de Significações do Espaço e Sociabilidade em um Café Artesanal de Salvador

Letícia Dias Fantinel, Neusa Rolita Cavedon e Tânia Maria Diederichs Fischer

Resumo O presente artigo busca compreender a produção dos significados do espaço organizacional a partir dos modos de sociabilidade contemporâneos que se desenvolvem em um café artesanal na cidade de Salvador. No referencial sobre sociabilidade urbana, fizemos uso de Simmel (2006) e Frúgoli (2007), entre outros. Para as referências sobre espaço, recorremos, além de outros autores, a Santos (1982) e Serpa (2008). Dentro de Estudos Organizacionais, referenciamos, entre outros, Cavedon *et al* (2007) e Chanlat (2004); sobre organizações artesanais, utilizamos referências de Sennet (2009) e Fischer (2011). Em termos metodológicos, foi desenvolvido um estudo etnográfico, no qual se adotou como técnica de coleta o uso de diários de campo, a observação sistemática e participante e entrevistas. O texto mostra significações a partir de sociabilidades que se constroem em um movimento que concebe, simultaneamente, proximidade e distanciamento, evidenciando o café como elo entre os indivíduos, por meio do consumo. Tais elementos levam a novas formas de pensar a gestão desse tipo de organização, por meio da compreensão das práticas do cotidiano organizacional.

Palavras-chave Espaço. Sociabilidade. Artesanato. Significado. Cafés. Salvador.

Abstract This paper aims to understand the production of meanings of space based on the forms of sociability in an Artisanal Coffee Shop in Salvador. The theoretical reference in urban sociability was Simmel (2006), Frúgoli (2007), among others. As to the references about space, we used Santos (1982) and Serpa (2008). Inside Organizational Studies, we used, among others, Cavedon *et al* (2007) and Chanlat (2004); about craft in organizations, we used Sennet (2009) and Fischer (2011). Methodologically, we developed an ethnographic study, in which we adopted as strategies of data collection the use of field diary, both systematic and participative observation and interviews. The text shows significations based on sociabilities constructed in a movement that conceives,

at the same time, closeness and distance, highlighting the coffee shop as a link between individuals, through consumption. These elements lead to new ways of thinking the management of this kind of organization, as a result of the comprehension of the everyday organizational practices.

Keywords Space. Sociability. Craft. Meaning. Coffee shops. Salvador.

INTRODUÇÃO

No âmbito do consumo da bebida café, pode-se dizer que o Brasil é um dos maiores consumidores do mundo – quase 81 litros por pessoa ao ano, de acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria de Café, a ABIC (2010). Certamente, o consumo doméstico do produto ainda se configura majoritário no Brasil; contudo, cada vez mais, tomar café fora de casa se constitui um hábito nas cidades brasileiras (VEGRO *et al.*, 2007). Na contemporaneidade, observa-se uma revitalização dos espaços para consumo de café, os chamados cafés e cafeterias, mesmo num país como o Brasil, em que a tradição de consumo doméstico da bebida sempre se fez presente de maneira muito forte.

Contudo, se o consumo do café era, e ainda é, uma prática cotidiana e trivial, hoje também se associa ao consumo de elite, na medida em que se agregam maquinários e complementos, bem como filtros diferenciados e louças especiais. Não obstante, o consumo sofisticou-se em casa, igualmente. Máquinas de café *espresso* surgem no mercado para consumo doméstico. Grãos com diferentes características e procedências são vendidos diretamente ao consumidor, o qual pode adquiri-los para torrar e moer no âmbito doméstico. Muitos consumidores vêm buscando também informações sobre os grãos, por vezes através de cursos, escolhendo o produto a ser adquirido a partir desse conhecimento, o que incentiva o desenvolvimento da produção e comercialização de cafés especiais.

A bebida café preparada a partir de grãos artesanalmente produzidos (produção artesanal desde o plantio, com seleção dos melhores grãos e cuidados especiais com a qualidade, em detrimento de uma maior escala) vem ganhando espaço entre consumidores de alto poder aquisitivo, tanto para consumo doméstico como em estabelecimentos comerciais – as cafeterias. Grãos de qualidade vêm sendo desenvolvidos para serem equivalentes aos melhores do mundo; além disso, processos de torra também têm sido aprimorados, bem como a atividade dos baristas, visando à busca de excelência em todo o ciclo: na produção, torra e extração (JANUZZI, 2010).

Acompanhando o fazer artesanal do grão, alguns estabelecimentos onde a bebida é servida, qualificados como essencialmente urbanos, também estão sendo concebidos artesanalmente. Ao incorporar *design* e tecnologia, cafeterias constituem-se em um tipo

exemplar de organização artesanal. Por organizações de consumo artesanal entende-se: 1) configurações estruturais híbridas que articulam artefatos e práticas tradicionais; 2) com tecnologias de produção que mantêm o trabalho manual associado a ferramentas e maquinarias que agregam inovações tecnológicas; 3) para obter produtos alimentícios de qualidade; 4) servidos em ambientes esteticamente acolhedores (FISCHER, 2011). Cabe destacar que tal conceituação recupera premissas de Almeida (1985) e Sennet (2009), como precisão, persistência, responsabilidade e gosto (ALMEIDA, 1985), aliados ao prazer de fazer o trabalho bem feito, com “mão inteligente” (SENNET, 2009, p. 140), voltado para a qualidade, “com ferramentas que organizam a experiência imaginativa” (SENNET, 2009, p. 237). Dessa maneira, organizações artesanais de consumo alimentar estão embebidas em contextos criativos, deles dependendo e para eles contribuindo. Geram, nesta ambiência, espaços de sociabilidade com significados que remetem ao tempo contemporâneo.

Aqui delimitamos nosso foco, neste trabalho que tem olhar especial sobre os cafés, também chamados cafeterias, as quais são organizações destinadas à comercialização e consumo de bebidas e alimentos, em especial café e derivados e refeições leves, mas que possuem outras características, especialmente relacionadas à sociabilidade que se dá nesses espaços, que dota a organização café de uma razão social de caráter convivial. Certamente, o fato de abordarmos o café enquanto espaço organizacional implica também tratarmos as práticas sociais que lá têm lugar, especialmente as que envolvem os produtos comercializados, como a bebida café. Sob esta ótica, propomo-nos, através deste artigo, a realizar uma análise simbólica do espaço organizacional de uma organização café, buscando compreender alguns fenômenos que têm lugar na organização. Para isso, desenvolvemos um estudo etnográfico em um café em Salvador/BA, tendo como objetivo compreender a produção dos significados do espaço organizacional (entre clientes e funcionários) a partir dos modos de sociabilidade contemporâneos que lá se desenvolvem. O café estudado é localizado num *shopping center* da cidade, contextualizado em um bairro dito “elitizado” pela população, café esse que caracterizamos como uma organização artesanal, com base na proposição de Sennet (2009), aspecto que será importante para a compreensão dos usos e práticas sociais que se dão no espaço organizacional analisado.

No âmbito dos Estudos Organizacionais, a problematização do espaço simbólico organizacional tem sido realizada por alguns autores (CARRIERI; RODRIGUES, 2007; PEREIRA; CARRIERI, 2009; FANTINEL; CAVEDON, 2010; IPIRANGA, 2010; TYLER; COHEN, 2010, etc) que evidenciam a importância da compreensão desse aspecto em estudos de cunho interpretativo. O presente artigo apoia-se nas concepções desenvolvidas por autores da área, somadas ao aporte de autores dos domínios da Antropologia e Sociologia Urbana, bem como da própria História Cultural. Além disso, no âmbito de Estudos Organizacionais, foram trazidos autores que abordam o espaço organizacional do ponto de vista simbólico, a partir da construção social do espaço.

Após esta breve explanação, destacamos que o presente texto está organizado da seguinte forma: primeiramente, são apresentados alguns estudos que serviram de alicerce para a construção deste artigo, tendo em vista a temática do espaço organizacional e seus

significados, ressaltando seu papel nos Estudos Organizacionais; em seguida, abordamos especificamente o espaço organizacional café e seus significados, a partir de uma contextualização da organização no tempo e no espaço, caracterizando a importância do conceito de sociabilidade para a compreensão de tais fenômenos organizacionais; depois disso, expomos algumas considerações de cunho metodológico, seguidas pela apresentação e análise dos dados; para então tecer as considerações finais, no que tange ao desvendamento dos significados de tal espaço organizacional a partir dos modos de sociabilidade que lá têm lugar.

O ESPAÇO ORGANIZACIONAL E SEUS SIGNIFICADOS

Para Santos (2002), a categoria espaço passou por muitas significações e ressignificações ao longo da história. O espaço, tal como o concebemos hoje, é uma sistematização simbólica criada pelas e através das transformações advindas do desenvolvimento da sociedade burguesa. Assim, aquilo que pensamos ser o espaço é a ferramenta de que dispomos para sistematizar nossa relação com o mundo da maneira que hoje ele se apresenta (SANTOS, 2002).

Na visão de Santos (1982), o espaço humano é um fato histórico que pode servir como fundamento à compreensão da realidade espacial, sendo o espaço em si, um espaço social. A cada momento histórico, prossegue o autor, o lugar torna-se dotado de significados particulares, não se configurando, de forma alguma, simples pano de fundo inerte e neutro. Para Santos (1982, p. 6):

Nenhum dos objetos sociais tem uma tamanha imposição sobre o homem, nenhum está tão presente no cotidiano dos indivíduos. A casa, o lugar de trabalho, os pontos de encontro, os caminhos que unem a atividade dos homens e comandam a prática social. A práxis, ingrediente fundamental da transformação da natureza humana, é um dado socioeconômico, mas é também tributária dos imperativos espaciais.

Assim, uma das principais abordagens no campo cultural envolve o estudo das relações entre homens e espaço – para cujo entendimento se faz necessário analisar o funcionamento da sociedade, isto é, os processos sociais (SERPA, 2008). Nesse sentido, a abordagem cultural permite levar em conta, na análise do espaço, o papel das representações, a dimensão subjetiva da percepção, o papel da emotividade, dos sentidos e da significação do corpo na vida humana e social – e, em uma tradição interpretativa, tal perspectiva tem o significado como palavra-chave (SAHR, 2008).

Na visão de Menezes (2009), a compreensão do espaço deve ser feita a partir da ideia de que as práticas sociais configuram e reconfiguram os significados do espaço – através de um conjunto de operações que colocam em relação uma série de elementos, como a própria sociabilidade.

Em se tratando especificamente do âmbito organizacional, Fischer (1994) estabelece que o espaço pode ser concebido como vetor das interações sociais e seu estudo põe em evidência a importância da experiência social vivida nas relações com os diferentes ambientes. Da mesma forma, a pesquisa dos espaços de trabalho e comportamento humano permite uma nova leitura das interações entre indivíduos e organização (FISCHER, 1994). O autor também caracteriza a abordagem da psicologia dos espaços organizacionais que se apoia no fato de que imagens da organização se refletem na distribuição de seus espaços; além disso, tal teorização mostra a natureza psicossocial do espaço, segundo a qual ele pode ser uma linguagem da cultura organizacional (FISCHER, 1994). O significado do espaço organizacional, pois implica as relações sociais que lá se dão (LEE; SAWYER, 2010).

Chanlat (1994) argumenta que a relevância da dimensão espacial no contexto das organizações reside no fato de que o espaço fixa, de alguma forma, a identidade social e pessoal, dele emanando aspectos afetivos e sociais. Para o autor, o espaço configura-se como categoria social, campo que estrutura as interações – e, dentro da organização, um dos pilares fundamentais do quadro da ação humana. Em obra posterior, o autor resume os elementos-chave que devem ser considerados para o estudo do espaço e, entre eles, destaca-se a dimensão simbólica, na qual a cultura alimenta a identidade organizacional e também a configuração espacial:

É a razão pela qual as formas espaciais, a arquitetura, a estética e os materiais dos edifícios, escritórios e fábricas estão repletos de significados [...]. Em outras palavras, o espaço contribui para a construção do universo de significados (CHANLAT, 2010, pp. 99-100)

Na visão de Silva e Wetzel (2007), em se tratando da dimensão espaço-tempo, a tradição sociológica tem dedicado maior atenção aos aspectos temporais da realidade social, relegando ao espaço um papel secundário – o que não ocorre de maneira diferente nas Ciências Sociais Aplicadas. Ao procedermos com o levantamento de artigos científicos que pudessem problematizar a temática do espaço organizacional, encontramos uma produção relativamente escassa. Nos anais dos encontros da Associação de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, ANPAD, por exemplo, no período de 1999 a 2009, um total de quinze artigos tratava de espaço organizacional, dentre os quais poucos problematizaram o espaço organizacional enquanto espaço produzido social e simbolicamente.

Ressaltada a importância de se problematizar o espaço simbólico organizacional, bem como a lacuna existente em estudos na área de Administração, o próximo tópico abordará alguns significados atribuídos ao espaço organizacional café ao longo do tempo, significados estes relacionados, com frequência, à sociabilidade.

O ESPAÇO DA ORGANIZAÇÃO CAFÉ E SEUS SIGNIFICADOS

A bebida café configura-se como um importante produto, sob diversos aspectos, na história

mundial. Martins (2008) atribui ao produto uma parte da responsabilidade sobre movimentos mercantis, sociais, culturais, entre outros, ocorridos em diversas áreas do planeta:

Desde sua descoberta, a *Coffea arabica* traçou novas rotas comerciais, aproximou países distantes, criou espaços de sociabilidades até então inexistentes, estimulou movimentos revolucionários, inspirou a literatura e a música, desafiou monopólios consagrados, mobilizou trabalhadores a serviço da Revolução Industrial, tornou-se o elixir do mundo moderno, consolidando as cafeterias como referências internacionais de convívio, debate e lazer (MARTINS, 2008, p. 10)

Standage (2005), o qual faz uma retrospectiva da história mundial através da bebida predominante em cada época, afirma que o ambiente das grandes navegações e do desenvolvimento de novas teorias científicas, políticas e econômicas abriu espaço para uma nova bebida dominante, o café. A bebida, considerada ferramenta auxiliar na clareza do pensamento, tornou-se um produto ideal para o consumo de cientistas, homens de negócios e filósofos.

Pode-se dizer que, à medida que a bebida café granjeou mais popularidade, salas especiais nas casas de pessoas mais abastadas foram reservadas para seu consumo; ao mesmo tempo, casas de café começaram a aparecer nas cidades. Diz-se que foi em Constantinopla, hoje Istambul, a inauguração do primeiro estabelecimento destinado a servir café ao público, em 1550. Na Europa, as primeiras casas de café surgiram em Veneza, no ano de 1591. A partir de 1670, estabelecimentos do tipo difundiram-se pelos Estados Unidos (ABIC, 2009).

Na visão de Ariès e Duby (1989), o aparecimento dos cafés tem um papel de suma importância para outro fenômeno por eles analisado: o surgimento do conceito de vida privada. Para os autores, tal acontecimento, de grande complexidade, representou uma modificação pela qual passaram as sociabilidades humanas, reorganizando elementos diversos na realidade cotidiana. Entre esses elementos, os autores destacam três fases: (1) a conquista da intimidade individual; (2) a organização de grupos de convivialidade nos meios que não pertenciam à corte; e, finalmente, (3) o processo em que a família deixa de ser apenas uma unidade econômica, por cuja reprodução tudo deve ser sacrificado, para tornar-se um lugar de refúgio onde é possível escapar dos olhares de fora, lugar de afetividade onde se estabelecem relações de sentimento entre o casal e os filhos. Nesse sentido, à época, os cafés configuraram-se como espaços para o exercício de sociabilidade, onde as pessoas ditas “esclarecidas” encontravam-se, informavam-se e conversavam fora do universo doméstico, moldando o espírito público num ambiente classificado pelo autor como um espaço semiprivado, ao que podemos incluir elitizado e artesanalmente produzido.

No decorrer da história, a organização café acompanhou o homem e atualizou-se no tempo. Na História Social, as organizações café podem ser consideradas como merecedoras de destaque (LEWGOY, 2009). Para Ariès (1981), por exemplo, o século XX francês pode, inclusive, ser chamado “a civilização dos cafés”, dado que a organização representou o

veículo de uma nova sociabilidade, sendo um espaço em que as pessoas se encontravam, bebiam ou comiam, o lugar do discurso. E isso não foi diferente em outros locais do mundo, inclusive no Brasil, em cidades como, por exemplo, Porto Alegre (LEWGOY, 2009). Na contemporaneidade, o fenômeno revitaliza-se: hoje vemos cafés em todas as grandes metrópoles brasileiras.

Como já explicitado, os espaços dos cafés, há muito, no decorrer da História, remetem a noções de sociabilidade. É importante destacar que se entende por sociabilidade o conceito outrora criado por Simmel, autor que visualizava a sociedade como algo continuamente constituído e dissolvido pelos indivíduos, por meio de interações recíprocas (FRÚGOLI, 2007). Para Simmel (2006), a sociedade pode ser considerada uma das maneiras através das quais a experiência humana pode ser organizada, designando uma rede de relações humanas que se dão em determinado tempo e espaço. Na visão do autor, o conceito de sociabilidade permite aprofundar a compreensão sobre a forma como a sociedade se organiza, devendo ser considerado como um “social puro”, forma lúdica arquetípica de toda a socialização humana, cujo interesse e objetivo encontra guarida na interação em si mesma e que se estabelece entre iguais. O autor cita como modalidade básica de sociabilidade a conversação, cujo conteúdo não é propriamente o propósito, mas sim o meio pelo qual o vínculo social se mantém enquanto forma.

Assim, a sociabilidade é entendida por Simmel (1983) como uma forma específica do processo geral de sociação, caracterizado por ele como a maneira pela qual indivíduos se agrupam em unidades que satisfazem seus interesses, sejam eles temporários ou duradouros, conscientes ou inconscientes.

Tendo em vista o explicitado, podemos dizer que as práticas nos espaços organizacionais café há muito remetem a significados relacionados à sociabilidade. Uma breve caracterização histórica desses espaços, como a realizada neste tópico, ilustra tal dimensão, a qual será adequadamente elucidada a partir dos dados obtidos em campo, apresentados a partir do próximo item.

MÉTODO

Nesta pesquisa, buscamos uma abordagem interpretativista dos elementos simbólicos da organização. Para tanto, o método etnográfico foi o escolhido, a partir da definição de Cavedon (2003, p. 143), segundo a qual uma etnografia consiste em um “levantamento de todos os dados possíveis de uma determinada comunidade com a finalidade de conhecer o estilo de vida ou a cultura específica da mesma”. Para Rocha *et al* (2005), as principais características do método seriam: (1) ênfase na exploração da natureza de um fenômeno social; (2) realização das técnicas de entrevistas em profundidade e observação participante; (3) investigação detalhada; (4) perspectiva microscópica; e (5) interpretação de significados e práticas sociais. O conhecimento é gerado, na visão dos autores, do ponto de vista do outro, o que exige algo que se convencionou chamar, em Antropologia, relativização.

A permanência em campo de uma das pesquisadoras deu-se de julho a dezembro de 2010, período durante o qual participou da rotina organizacional em horários diversos (o horário de funcionamento do café é de segunda a sábado, das 9h às 21h), com visitas que tinham entre si um intervalo médio de dois dias e que duravam cerca de cinco horas cada. Foram elaborados, a partir das visitas, diários de campo densos e detalhados, narrando os acontecimentos ocorridos dia após dia, bem como os sentimentos e impressões da pesquisadora em face dessa vivência.

A coleta dos dados foi realizada a partir da triangulação das seguintes técnicas: pesquisa documental, entrevistas e observação. A pesquisa documental foi realizada tendo como fontes relatórios da organização e comunicações para funcionários e clientes. Ao todo, foram realizadas treze entrevistas em profundidade; foram entrevistados seis funcionários (cinco atendentes/baristas e um gerente), a gestora da organização em questão, a administradora do *shopping center* onde se localiza o café estudado, e quatro clientes, escolhidos entre frequentadores assíduos do local. Além das referidas entrevistas, foram entabuladas inúmeras conversas de cunho informal, principalmente entre aqueles que optaram por não gravar entrevista. Em sua maioria, as entrevistas e conversas foram compostas de perguntas abertas, com o objetivo de deixar os informantes à vontade na condução das respostas, encorajando-os a oferecer suas próprias definições de realidade, além de deixar livre o fluxo do discurso (ROCHA *et al*, 2005). Já a observação deu-se de forma variada, a depender da ocasião, sendo mais sistemática ou participante de acordo com o grau de inserção de que a pesquisadora dispunha, sendo que, em alguns momentos, de fato, houve uma participação no cotidiano da organização, como preparo de produtos, limpeza do espaço interno, etc. Foram elaborados diários de campo para que fosse sistematizada a descrição desse cotidiano organizacional.

Para a análise dos dados de campo, a técnica utilizada foi a análise de conteúdo, a qual consiste, segundo Krippendorff (1990), em, a partir dos dados obtidos, formular inferências em relação aos aspectos de seu contexto, justificando tais inferências em função do que se sabe acerca de determinados fatores do sistema em questão. Assim, foi realizada uma análise categorial, na qual os dados de campo foram agrupados em relação às categorias de análise que emergiram do campo.

A organização foi escolhida dentre algumas que, no contexto urbano de Salvador, apresentavam-se como organizações de cunho artesanal, nos termos de Sennet (2009), tendo como principais características o trabalho centrado na habilidade humana, direcionado à qualidade e originalidade do produto, em que o ofício se realiza com maior controle por parte do trabalhador sobre o produto final, em oposição a uma organização de cunho mais industrial ou padronizado, cujo trabalho seria centrado na máquina, direcionado à quantidade e padronização do produto, que se realizaria com um maior distanciamento (alienação) do trabalhador em relação ao trabalho. A escolha se deu por questões metodológicas (acreditamos que, neste tipo de organização, são mais visíveis aspectos simbólicos relacionados à diversidade de significações do espaço organizacional), além de conveniência (a gestora da organização mostrou-se favorável à realização da pesquisa) e da preferência das pesquisadoras.

A organização possui cerca de dois anos e situa-se em um *shopping center*, caracterizado por muitos entrevistados como um *shopping* “de bairro”, mas visto por outros pesquisados (e por parte da população) como sendo de público “elitizado”. À época da realização da pesquisa, a organização era composta por seis funcionárias, cujos cargos eram: atendente e barista (ocorre um revezamento semanal das funções entre o grupo); um gerente; além da gestora e seu sócio, o qual também é seu esposo. Este último integrante pouco participa das atividades da organização, pois possui outras funções profissionais. A gestora é bacharel e mestre em Administração de Empresas, o que facilitou o contato com as pesquisadoras, e, sem dúvida, influenciou sua decisão em aceitar a proposta de pesquisa.

Por fim, é relevante destacar que, além das extensas descrições de espaços e comportamentos, o processo de estranhamento, recurso importante ao se estudar aquilo que é familiar ao pesquisador, em que se coloca, de forma inevitável, a questão de relativizar ou transcender seu lugar com a finalidade de pôr-se no lugar do outro (VELHO, 1978), também foi facilitado às pesquisadoras por uma contextualização espaço-temporal de tais espaços. Temos recorrido à história das cidades, dos espaços e das próprias organizações café como recurso para o exercício da etnografia. Além disso, outro fator extremamente relevante no sentido de estranhamento do campo é o fato de as pesquisadoras serem originárias do sul do Brasil, o que facilita, de certa forma, o emprego de um olhar “estrangeiro” sobre o fenômeno estudado. Por outro lado, tal aspecto demanda cuidado por parte das pesquisadoras para que não se incorra em etnocentrismos. Assim sendo, o próximo item apresenta os dados obtidos na realização desta pesquisa e suas respectivas análises.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Breve Apresentação da Organização em Estudo e seu Contexto Espacial

O café que é nosso objeto de estudo está inserido em um *shopping center* localizado no bairro Itaigara, região considerada de classe média alta na cidade de Salvador. Foi um dos primeiros *shoppings* a serem construídos no município, ainda na década de 1980, e guarda algumas características de centros comerciais da época: é um *shopping* relativamente pequeno, com corredores mais estreitos, à semelhança de uma galeria comercial. Ao chegar ao segundo andar da construção, é preciso ter atenção para localizar o café: ele fica longe do fluxo dos que passam pelos corredores principais do local; uma placa, visível a quem sobe pelas escadas ou elevadores, indica o espaço ocupado pela organização.

Em si, o espaço do café é consideravelmente pequeno, uma vez que possui cerca de três metros quadrados, divididos entre uma área interna e uma área externa, ocupada predominantemente por vitrines onde são expostos doces e salgados. Sobre o balcão, três luminárias de luz amarelada tentam dar um tom aconchegante à luz fria do *shopping*. Ao lado do balcão, encontra-se uma televisão de tela plana que, normalmente, apresenta DVDs de cantores de música popular brasileira. Oito mesas ficam em área que pertence

ao *shopping*, em frente ao café (como uma espécie de calçada). Sobre o pequeno espaço interno, um mezanino nas mesmas proporções abriga um sofá e duas poltronas, além de uma mini-biblioteca. O café pode ser consumido de várias formas, desde o *espresso* da forma tradicional até bebidas elaboradas à base de café. À disposição do cliente, grãos certificados, salgados e doces diversos, escolhidos entre fornecedores locais. Alguns produtos, ainda, são elaborados com base em receitas da família da proprietária.

Entre o Público e o Privado: Espaços e Significações no Café

Podemos afirmar que, em geral, as organizações café vêm se constituindo novos espaços de sociabilidade urbana contemporânea, na medida em que se caracterizam como espaços de encontros e interações, o que tem ocorrido de forma emblemática em Salvador (FANTINEL; FISCHER, 2010). O estabelecimento e multiplicação deste tipo de organização na cidade põem em evidência as relações que se estabelecem em seus espaços. Tais relações, como se viu anteriormente no texto, são imprescindíveis para a compreensão do espaço simbólico dos cafés.

Alguns autores buscaram desvendar determinados espaços tais como centros comerciais e cafés, a partir dos usos e práticas que neles se interpõem, utilizando a terminologia “espaço semipúblico” (ANDRADE *et al*, 2009). Os autores que trabalham com tal conceito definem os espaços semipúblicos como espaços com tendências cosmopolitas, que exigem direitos de entrada (no caso do café, por exemplo, mesmo que não seja cobrado ingresso para entrada e permanência do cliente, existe a necessidade de que haja consumo, no mínimo, um cafezinho ou uma água, para que seja viável a permanência no local) e que se traduzem por graus desiguais de acesso com fortes implicações simbólicas. Ou seja, seriam espaços entre o público e o privado; locais vigiados e privatizados onde se prioriza a vida entre iguais; espaços, na verdade, privados, mas cujo uso e apropriação remetem ao público. Há que se atentar para aquilo que Goffman (2010) considerou em relação aos lugares percebidos como públicos: a necessidade de que os usuários se “encaixem” naquela realidade, isto é, normas de comportamento que precisam ser seguidas quando da estada no referido espaço; seria o caso de um consumo mínimo para garantir a fruição do “espaço café”.

Na presente análise, detectamos significações e usos do espaço que mesclam semelhanças com aquilo que se concebe tradicionalmente tanto como espaço público como privado, significações por vezes contraditórias. O uso do espaço por parte dos clientes remete, em diversos momentos, ao uso de uma praça, ou outros espaços que se classificam como públicos. Por exemplo, em alguns momentos, mesmo lojistas do *shopping* permanecem sentados às mesas por longos períodos, realizando reuniões de trabalho ou mesmo lendo algum material, o que acaba desagradando funcionários, gerente e a própria gestora do estabelecimento, visto que o café é uma organização privada com fins lucrativos, detentora de um espaço comercial. Assim, percebemos um conflito entre o pensar e agir de alguns frequentadores, que desejam permanecer no café e usufruir de seu espaço, mesmo sem consumir (ou manter a permanência passado longo tempo após o consumo), e o pensar e agir de gestores, que desejam aumentar o consumo por cliente ou mesmo aumentar a rotatividade dos clientes,

obtendo, assim, sustentabilidade financeira organizacional – pois, afinal, o café precisa, no mínimo, obter ganhos para se manter financeiramente.

Tal sobreposição de significados está em consonância com a proposição de diversos autores que argumentam, como Paquot (2009), que, na contemporaneidade, uma simples diferenciação física e geográfica entre espaço público e espaço privado é algo que não mais faz sentido. Na visão de Paquot (2009), essa dicotomização faz menos sentido ainda na análise de espaços como o café, visto que, para ele, “[...] o café é mais que um café, ele corresponde a um prolongamento da residência e a um entre-dois, à fronteira entre a esfera pública e a esfera privada.” (PAQUOT, 2009, p. 43 [tradução nossa]). Para o autor, os usos e práticas do espaço como privado e público interpenetram-se, o que se mostra cada vez mais significativo na urbe contemporânea, tendo em vista a proliferação de organizações complexas que detêm tais características de hibridização de espaços, a exemplo de *shopping centers*.

A dualidade entre espaço público e privado também é visível quando observamos as formas de sociabilidade que têm lugar nestas organizações. Especialmente no Brasil, onde o consumo da bebida café historicamente remete ao ambiente doméstico, as significações relacionadas ao privado são atribuídas, muitas vezes, aos espaços de comercialização do produto. Da mesma maneira, colocam-se as significações relacionadas ao individual e ao coletivo. Fischler (2001), por exemplo, argumenta que o próprio café pode ser uma bebida que ele classifica como de “conformidade”, ou seja, bebida consumida em um contexto que significa a fusão do individual e do coletivo, que significa o pertencimento. Na visão do autor, as práticas vinculadas ao consumo da bebida (como rituais, por exemplo) ressaltam o contexto espaço-temporal no qual está inserido o indivíduo.

Outro aspecto interessante a se observar nesta discussão é que o espaço da organização café, além de espaço privado, é espaço de consumo. No contexto da contemporaneidade, cabe pensar que as sociabilidades nos espaços urbanos, cada vez mais, encontram-se localizadas em espaços de consumo, como o é o próprio café ou o são os *shopping centers*, por exemplo. Este fenômeno pode remeter a elementos de análise que evocam a relação entre lazer, cultura e consumo, um processo que veio se desenvolvendo ao longo dos séculos XIX e XX e que encontra campo fértil na contemporaneidade (TASCHNER, 2000). Na visão de Taschner (2000), a centralidade ocupada pelo consumo nas culturas ocidentais contemporâneas vem mudando a estrutura do lazer na vida dos indivíduos pertencentes a essas sociedades, redimensionando o papel do consumo durante seu tempo livre, seja o consumo de produtos tangíveis ou não. Ao estudar o fenômeno *shopping center* nas metrópoles brasileiras, Padilha (2006) também o atribui à união da dupla consumo e lazer, em uma nova apropriação do espaço urbano e novos hábitos, através da criação de um espaço urbano ideal. Assim, extrapolando a análise do *shopping* para outras organizações que estabelecem essa união entre espaço de lazer e de consumo, pode-se dizer que seu surgimento não acontece por acaso, uma vez que estão ligados a mudanças de natureza econômica e social, como o crescimento populacional, modificações nos hábitos de consumo da população, além de uma nova forma de industrialização da oferta e da demanda, contexto em que tais espaços

de lazer e consumo configuram-se como etapa do desenvolvimento da sociedade de massas e participam decisivamente na construção de uma nova cultura urbana (PADILHA, 2006) com implicações na constituição das identidades dos sujeitos.

Tendo discutido algumas das significações que permeiam o espaço organizacional do café, o próximo item discutirá as práticas relacionadas à sociabilidade que têm lugar no café estudado, as quais contribuem para a significação do espaço que é objeto de análise.

As Sociabilidades dos Frequentadores do Espaço

Durante a estada em campo, diferentes formas de sociabilidade foram percebidas no espaço organizacional estudado, as quais remetem a diversas significações desse espaço. Sociabilidades que envolvem clientes, funcionários e a própria pesquisadora¹ contribuem para significações construídas a partir dos usos do espaço organizacional.

Primeiramente, é interessante destacar, por exemplo, um desdobramento de uma dessas formas de sociabilidade: não foi possível, por parte da pesquisadora, reportar qualquer sentimento de desconforto ou rejeição à estada em campo em si. Mesmo quando a pesquisadora se propunha apenas à observação e confecção das notas de campo, não presenciou, em geral, olhares de curiosidade ou estranhamento por parte de clientes ou funcionários. A interpretação de Sennet (1988, p. 268) sobre os cafés em Londres e Paris no século XIX pode auxiliar em algumas reflexões sobre o tema: na visão do autor, os cafés instituíram, de acordo com uma mentalidade “burguesa”, “secular” e “personalista”, o que ele chama “isolamento público”. O café, ainda segundo Sennet (1988), em apontamento corroborado por Lewgoy (2009), institui o direito de não ser importunado em público, em um espaço em que se pode permanecer como expectador passivo de ações e personagens alheias, sendo “ao mesmo tempo visível aos outros e isolado aos outros” (SENNET, 1988, p. 269). Daí o fato de, ao utilizar o método etnográfico (técnica de observação e elaboração de diários), não haver constrangimentos por parte da pesquisadora ao realizar o ato de simplesmente observar e anotar o cotidiano da organização. O café, além de um espaço de sociabilidade, revelou-se um espaço em que, ao cliente, é possível ficar sozinho – o que corresponde a uma interação típica na contemporaneidade, o “ver e ser visto”.

Podemos dizer que, em termos de gênero, o público que frequenta o café é bastante heterogêneo. É mais comum verem-se pessoas de meia-idade – embora haja jovens e idosos –, em especial, funcionários de organizações próximas. São comuns mesas com homens – apenas homens – que conversam, às vezes em altos brados e risadas frouxas, sobre assuntos diversos, como trabalho, política, futebol, havendo espaço, inclusive, para brincadeiras e comentários jocosos, muitas vezes lembrando o ambiente de um bar.

Alguns contatos com a observadora, inclusive, foram feitos por iniciativa de clientes. Certas conversas se iniciaram dentro de outros diálogos sobre assuntos diversos que a pesquisadora travava com um dos funcionários ou mesmo com outro cliente. Foram vistas, também, pessoas sentadas em mesas diferentes e inseridas na mesma conversa. Outro aspecto interessante foi a própria presença do bloco de anotações de campo, servindo como pretexto para a

aproximação de alguns clientes, os quais perguntaram se a observadora compunha poemas ou se estava escrevendo um livro. Certamente, tal pergunta não é descontextualizada do espaço do café. A observadora conheceu alguns artistas que costumam frequentar o espaço estudado: um deles, músico, já distribuiu seu CD entre os funcionários do café – e inclusive à pesquisadora; outro, poeta, compôs um poema para o café, em seu primeiro aniversário, homenageando o espaço, seus funcionários e a qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

Estes aspectos corroboram a significação de tais espaços organizacionais de forma a relacioná-los a espaços de distinção social. Essa significação que remete a um espaço “elitizado”, ou mesmo de “bom gosto”, evoca o trabalho desenvolvido por Bourdieu (2008), segundo o qual o “gosto”, fenômeno relacionado à distinção entre grupos sociais, funciona como “uma espécie de sentido de orientação social (*sense of one's place*), orienta os ocupantes de determinada posição no espaço social para posições sociais ajustadas a suas propriedades, para as práticas ou bens que convêm aos ocupantes dessa posição, que lhes ‘ficam bem’.” (BOURDIEU, 2008, p. 434). Assim, na visão do autor, através do “gosto”, é expresso o espaço que pertence a determinado grupo social, o que acontece com o café, daí sua identificação com grupos ditos elitizados, ou seja, sua distinção social, nos termos do referido autor.

No âmbito dos modos de sociabilidade que se dão nesse espaço, embora a maioria das interações aconteça entre pequenos grupos que já chegam ao café juntos, é comum verem-se clientes sozinhos no espaço: alguns travam pequenas conversas com as funcionárias que estão no atendimento, outros entabulam verdadeiros diálogos com as atendentes, com outros clientes (mesmo que não se conheçam previamente) ou mesmo com a pesquisadora; ainda, há os que tomam seu café em pé, em frente à vitrine (nos moldes das cafeterias antigas), enquanto conversam com os funcionários e contam os acontecimentos do dia. Os momentos de maior frequência são dois: um deles é logo após o meio-dia, quando os clientes saem do almoço e vão saborear uma sobremesa ou tomar um café; e, ao final da tarde, quando o café acompanha um lanche.

Desde as primeiras conversas com os funcionários, foi notada a presença de diversos clientes habituais. De fato, através da observação, percebemos serem comuns clientes que frequentam o café com certa assiduidade – tanto que as próprias atendentes/baristas muitas vezes antecipam seus pedidos. Em conversas entabuladas durante as idas a campo, quando questionados sobre os motivos que os levam a frequentar o café, muitos clientes citaram a qualidade dos produtos, em especial do café. Além disso, um aspecto foi citado como elemento diferenciador da organização: o conhecimento das atendentes/baristas sobre o produto café. Os clientes apreciadores do produto conversam com as atendentes/baristas sobre a safra, a moagem, o tipo de grão, dentre outras características. Além disso, os clientes que não conhecem o produto, muitas vezes, demonstram curiosidade sobre ele mediante questionamentos. Certa vez em que se comentava que, devido a condições climáticas, toda a safra do grão estava alterada – inclusive a vendida no café estudado – um cliente falava sobre outro café do *shopping* que ele costumava frequentar antes de o café em estudo iniciar suas atividades. Disse que, em alguns momentos, percebia que o café não estava bom, por algum motivo, e comentava isso com os funcionários, os quais respondiam que nada havia

de diferente. Prosseguindo, argumentou que sabia que aquilo não era verdade; tinha certeza de que o café estava diferente, mas ocorreu-lhe que talvez os funcionários não percebessem a diferença. Logo, dirigiu-se aos funcionários e disse: “falta o conhecimento que vocês têm aqui”. Essa percepção de que os funcionários conhecem o produto café é sensível para os clientes que se dizem apreciadores da bebida, além de ser também argumento citado como razão para frequência ao espaço.

Este domínio sobre o processo de feitura do café e o conhecimento acerca do processo e o produto evidencia a característica artesanal do trabalho destas funcionárias. Elas mesmas reconhecem que o preparo do café tem algo de artesanal, ou mesmo de artístico, o que pode ser ilustrado com a seguinte fala, na qual a atendente/barista faz analogia do preparo da bebida com a dança:

[...] eu acho gostoso a brincadeira de fazer o café. Se você parar, parece que você tá fazendo balé, menina! Cê puxa a gaveta com um, empurra com o joelho a outra... quando eu tô fazendo café eu me sinto. Tem dia que eu paro pra me sentir ali na máquina, entendeu? Hoje mesmo quando [o gerente] disse assim “é um cappuccino, dois espressos, dois machiattos”, eu digo “adorei”. Por favor, isso aqui, isso aqui, isso aqui [faz um gestual imitando a preparação dos produtos]. Aí eu montei os negócios todos, chega a ser um charme, sabia? É um charme fazer café. (atendente/barista 1)

O preparo artesanal do café ocorre em espaços híbridos, configurados esteticamente para atrair o cliente pertencente a elites urbanas que buscam consumir um produto de qualidade.

As Sociabilidades Envolvendo Clientes e Funcionárias

Em termos das sociabilidades que acontecem na organização, um fenômeno que se mostrou indispensável à compreensão do café estudado foi a dificuldade em realizar uma estrita separação entre a sociabilidade que envolve funcionários e a sociabilidade que envolve clientes naquele espaço. É comum as conversas iniciarem-se entre funcionários e passem a contar com a participação de clientes (normalmente os frequentadores mais assíduos), e, até mesmo, em outras situações, que os próprios clientes chamem os funcionários – e também a própria pesquisadora em campo – a participarem de alguns diálogos. A proximidade das mesas entre si e em relação às vitrines facilita essa interação. Em geral, trata-se de assuntos triviais, conversas que versam sobre política, problemas urbanos em geral (abuso de drogas, violência, etc), cinema, música, entre outros, a depender do público envolvido. O teor dos diálogos pouco se altera, seja em conversas estritas entre funcionários, seja em conversas estritas entre clientes, ou, ainda, com a participação de clientes e funcionários – a menos que seja algum assunto específico de sua vida pessoal ou assuntos relacionados à organização. Cumpre destacar que as atendentes/baristas que se revezavam no atendimento (as quais são, de fato, quem possui mais contato com os frequentadores) travam diálogos com clientes com certa desenvoltura. No entanto, isso não quer dizer que as atendentes/baristas deixem de lado sua origem social (camadas populares) ou abandonem totalmente seu *habitus* e as práticas e representações próprias de seu grupo de origem. Na verdade, elas se apropriam

de determinadas características de outros grupos sociais, o que faz com que circulem com maior facilidade entre esses grupos, o que é importante para seu desempenho profissional. Por parte dos clientes, na maioria das entrevistas, foi apontado o atendimento como razão relevante para a frequência – e o próprio convívio com os funcionários, como a fala emblemática de um cliente sugere:

Eu gosto do café, do pessoal que atende, é um lugar que eu me sinto bem-vindo. Você se sente bem, bem acolhido, sempre tem lugar pra sentar, o tempo de espera... [...] As pessoas são atenciosas, assim, a pessoa não se sente tão... você conversa... não se sente tão assim... vamos dizer, uma coisa comercial. Distrai um pouco a cabeça, não é? Isso é importante. Porque eu tenho também negócio e às vezes as pessoas vão, a gente acaba conversando, a gente acaba fazendo até amizade. Eu acho que isso é que é um diferencial de qualquer negócio. Que a pessoa vá e sinta uma coisa a mais. Quer dizer, a pessoa faz questão de ir até naquele lugar só pelas pessoas, pelo convívio, e tal. Entendeu? É diferente de só o produto. O produto é importante, mas tem o produto e tem a parte também do atendimento, né? (cliente 1)

Na fala deste frequentador, alguns elementos podem ser destacados. Primeiramente, ele cita a atenção que julga receber; em seguida, hesita um pouco para encontrar os termos que vai utilizar e acaba dizendo que, ao frequentar o estabelecimento, não sente, em suas palavras, “uma coisa comercial”. Neste caso, o termo comercial pode ser entendido como pejorativo e o fato de ser “menos comercial” que outros estabelecimentos do gênero revela uma percepção, por parte do cliente, que remete à convivialidade e às sociabilidades que se dão com os funcionários da organização (uma vez que, na grande maioria das vezes em que este cliente frequenta o café, ele costuma ir sozinho).

A peculiaridade do vínculo que se criou entre alguns clientes e funcionários também foi ressaltada pela atendente/barista:

A gente conversa [com os clientes]. Às vezes, até demais. A gente criou uma amizade com clientes aqui. Tem muitos clientes que a gente criou amizade. Não é uma amizade de a gente sair e tal. Mas acabou tendo uma certa intimidade. Intimidade com respeito, claro, mas acabou criando uma intimidade com muitos clientes daqui. Muitos mesmo. Tanto é que às vezes chegando não precisa nem falar que a gente já sabe o que ele quer. O caso do [nome de um cliente], por exemplo. E a gente fala tudo. Porque ele deu a liberdade pra isso, né? E aí, com todo respeito, é claro, a gente não passa dos limites. Mas no jogo da Copa mesmo ele veio pra tomar café, sentou aí, comeu mortadela com a gente com limão [cabe destacar que a mortadela degustada pelo cliente não era produto vendido pelo café, mas sim havia sido trazida de casa pela funcionária, no intuito de dividir com os colegas de trabalho durante o jogo]. No outro dia, ele comprou salgados pra dividir com a gente. (atendente/barista 2)

Esses fenômenos narrados e observados em campo podem ser caracterizados como clássicos

exemplos de sociabilidades, como formas lúdicas de associação que, em sua forma mais pura, não possuem conteúdo ou resultado fora delas mesmas – são os tratos pessoais de amabilidade, cordialidade, características que remetem unicamente ao ser sociável (GRAPHMEYER; JOSEPH, 2009). Nessa modalidade de associação, para Graphmeyer e Joseph (2009), os indivíduos constroem suas interações de forma superficial, de maneira que suas particularidades não são expostas. Assim, prosseguem os autores, a sociabilidade, por definição, satisfaz uma necessidade relacionada ao convívio, ao “estar junto”, ao mesmo tempo em que impõe ao indivíduo que se mantenha reservado e que não revele detalhes íntimos de sua vida pessoal.

O episódio do jogo da Copa é ilustrativo nesse sentido. O cliente, no momento da partida durante a qual as funcionárias estavam dispensadas para assistir à televisão, juntou-se ao grupo, saboreando os fiambres que as funcionárias haviam levado para serem consumidos durante o jogo, ou seja, em posição de relativa igualdade com as funcionárias. Em outro dia de jogo, como retribuição, comprou salgados para dividir com as funcionárias. Nesses momentos, estabelecem-se outros tipos de relação, altamente vinculados às sociabilidades que têm lugar entre os envolvidos. Em determinados momentos, naquele espaço, ocorre uma suspensão de elementos relacionados às diferenças entre os grupos sociais, aspecto fundamental para que possa se dar a sociabilidade (SIMMEL, 2006).

Tais laços que se constroem de maneira frágil ou superficial aludem à sociedade líquido-moderna, tal qual descrita por Bauman (2007), na qual ligações frouxas e compromissos revogáveis são os preceitos que orientam as ações e engajamentos dos indivíduos. Liga-se ligeiramente a tudo, uma vez que propriedades, situações e pessoas deslizam e desaparecem a uma velocidade surpreendente. Dessa forma, o indivíduo contemporâneo estabelece frágeis laços sociais no espaço em que se dão suas vivências: na praça de alimentação do *shopping*, em uma loja, em um café. As sociabilidades fluidas e descompromissadas ficam evidentes na fala das próprias atendentes/baristas que afirmam ser preciso “ter respeito” e que os clientes não são as amizades de “sair junto”, pois, afinal, “a gente não passa dos limites”. São laços superficiais que se estabelecem contextualizados na sociedade fluida contemporânea.

Em entrevista, outra atendente/barista destaca sua relação com alguns clientes, complementando a fala da colega e indicando que, em certos momentos, as sociabilidades que ocorrem com os clientes extrapolam os limites físicos da organização:

[...] porque tem uns [clientes] que só vêm aqui pra ver a gente e vai embora. Só vêm aqui mesmo pra ver a gente. Um vínculo que eu nunca imaginei na minha vida que eu ia ter com um cliente. [...] Aqui tem uma cliente que trabalha com casamento. Ela mora aqui em frente. Aí ela sempre vem aqui. Vinha ela, o filho, depois o outro filho. Aí ela viaja pro Rio, faz os casamentos no Rio. Aí ela me encontrou na rua, fez aquela farra. Pra você ver, mais louca, eu tava indo pra faculdade. Ela fez aquela festa, aquele negócio, mostrou onde era o apartamento dela, aquela coisa, se eu quisesse ir lá pra tomar um chazinho com ela, não sei o quê. [...]. (atendente/barista 3)

Esta última atendente/barista citada acrescenta, em outro momento da entrevista:

[...] a goiabada e o queijo. Deu certo. Casamento perfeito. É a gente com os clientes. Eu não sei dizer o que é. Foi indo, foi indo, foi indo, [o cliente] perguntava o que era aquilo, o que era aquilo, a gente explicava, foi criando aquela amizade, aquela amizade, aquilo vem de dentro. (atendente/barista 3)

A atendente/barista 3 manifesta estranhamento frente a seu trabalho no café, dizendo que, na organização, estabeleceu “um vínculo que eu nunca imaginei na minha vida que eu ia ter com um cliente”. Mostra, também, que esse vínculo, por vezes, pode extrapolar o espaço físico da organização. Considerando a relação de proximidade e, ao mesmo tempo, distanciamento, que se dá entre clientes e funcionárias, é interessante analisar o fenômeno à luz das clássicas categorias de DaMatta (1997): a casa e a rua. Para o autor, casa e rua designariam categorias sociológicas que correspondem a diferentes esferas de ação social, demandantes de códigos e condutas diversas. A casa, assim, seria um espaço moral pertencente a um grupo fechado em que se dá a afetividade e onde transitam apenas a família e os amigos, ao passo que o espaço da rua é onde vivem malandros, meliantes e marginais em geral; é onde tem lugar a violência, a impessoalidade, a indiferenciação, espaço repleto de desconfiança e insegurança. Tendo em vista tais categorias, o café seria um espaço de margem, transitório, que oferece, em parte, características da casa, mas que não deixa, sob alguns aspectos, de pertencer à categoria da rua. Assim, quando a cliente encontra a funcionária na rua e, apesar do convite, a funcionária não aceita, a situação traz implícita a relação de proximidade e distanciamento que permeia tais sociabilidades, na medida em que a funcionária não goza da intimidade para aceitar adentrar a casa, mas também não é tão estranha a ponto de a cliente deixá-la ficar na rua.

Porém, – poderíamos perguntar – como essa relação se estabelece? Como essas sociabilidades se constroem uma vez que, de acordo com a teoria de Simmel (2006), é um “jogo social” entre iguais e que, de acordo com Bourdieu (2008), existem elementos de distinção entre os grupos ditos “de elite” e “populares”? Como esse espaço pode significar sociabilidade para (e entre) grupos tão distintos socialmente?

Uma das interpretações possíveis que será abordada neste texto remete à própria noção de trabalho artesanal desenvolvido pelas atendentes/baristas. O conceito de Sennet (2009) preconiza que o trabalhador possua controle sobre o processo de trabalho, o qual é centrado na mão e mente de quem o desempenha, e não em máquinas e equipamentos. Para isso, é indispensável que o trabalhador artesanal detenha determinados conhecimentos, muitas vezes especializado, como é o caso do conhecimento necessário para o desempenho minimamente satisfatório das atividades de barista. No entanto, nessa etapa, entra um aspecto de distinção social que é a própria natureza do trabalho do barista. Ora, o conhecimento em cafés especiais, a exemplo da alta gastronomia, é atrelado a um elemento de distinção, tido como um assunto relacionado ao “bom gosto” e, por isso, capital simbólico valorizado e relacionado a grupos sociais elitizados. É interessante destacar, inclusive, que todas as atendentes/baristas, durante as entrevistas realizadas, indicaram considerar o trabalho com café uma atividade “chique”,

atividade essa que muitas sequer sabiam que existia antes de desempenharem tal função. Esse conhecimento, além de afetar a própria autoestima das atendentes/baristas (que detêm um conhecimento específico e realizam atividades que remetem a um capital simbólico que não é característico de seu grupo social de origem), faz com que os clientes, pertencentes a um grupo social tido como elitizado, também reconheçam esses elementos, o que, muitas vezes, forma uma espécie de elo que faz com que, naquele contexto temporal e espacial, algumas diferenças sociais sejam “suspensas”, para que o fenômeno da sociabilidade acabe se estabelecendo entre “iguais”, de acordo com o especificado por Simmel (2006).

Portanto, a forma como essa sociabilidade foi construída no espaço organizacional pode ser evidenciada na fala da atendente barista 3, que afirma não saber o que pode ter contribuído para essa sociabilidade que se dá no espaço do café, mas explica que o cliente “perguntava o que era aquilo, o que era aquilo, a gente explicava, foi criando aquela amizade”. Dessa forma, o produto café – e o conhecimento sobre ele – é o elo entre as sociabilidades de clientes e funcionários, a exemplo da análise de Cavedon *et al* (2007), na qual as autoras argumentam que o consumo pode servir como ponte na construção de relações sociais. Os autores estudaram a relação entre livreiros e bibliófilos em dois sebos em Porto Alegre e desvendaram significados compartilhados entre os grupos. Douglas e Isherwood (2004) referem que as mercadorias passam a ser uma ponte entre os indivíduos que as possuem ou que compartilham significações relacionadas e elas, na medida em que o consumo é um sistema de significação e supre uma necessidade simbólica. Dessa forma, assim como o livro é a ponte entre livreiros e bibliófilos, o café é a ponte entre as atendentes/baristas e os clientes.

As práticas e os significados até aqui elencados são elementos fundamentais no que se pode chamar de “produção artesanal do espaço simbólico”, uma vez que reforçam e são reforçados pela percepção do espaço como artesanal. Concebido artesanalmente, categorizado como uma organização de consumo artesanal (FISCHER, 2011), o espaço do café estudado reveste-se de caráter simbólico relacionado ao artesanato cotidianamente, em ações reforçadas pela gestão, pelas atividades laborais nele realizadas e pelas práticas de apropriação do espaço que lá têm lugar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Aos espaços que frequentamos na contemporaneidade, atribuímos os mais diferentes significados: são espaços de trabalho, de lazer, de encontros, de sociabilidade, entre muitas outras possibilidades, a depender dos usos e práticas que lá se dão. O café é um espaço artesanalmente organizado que pode vir a agregar todos esses significados, na medida em que abriga, muitas vezes, reuniões de trabalho, encontros familiares ou com amigos, sociabilidades diversas. É um tipo de organização que se mantém popular em maior ou menor grau com o passar dos anos, adaptando-se ao contexto espaço-temporal no qual se insere, a partir de ressignificações que lhe são atribuídas. Tais ressignificações reforçam a contemporaneidade desse tipo de organização, uma vez que dizem respeito a novos modos

de sociabilidade.

O recorte do presente texto, o qual evidenciou a produção das significações do espaço de um café em Salvador a partir dos modos de sociabilidade que lá têm lugar, desvenda significados a partir de usos e práticas diversas que se dão no espaço, remetendo a espaços públicos e privados, simultaneamente. São significações por vezes contraditórias, mas que ilustram a necessidade de pensarmos tal realidade à luz da gestão, tendo em vista a complexidade deste tipo de organização, complexidade essa que vem aumentando em decorrência das modificações da urbe contemporânea. A união entre lazer, cultura e consumo vem fazendo com que esses elementos estejam cada vez mais inseparáveis em nosso cotidiano, constituindo novos hábitos, novas práticas, e novas significações do espaço e novas identidades, ainda que fragmentadas, para os sujeitos.

O café aqui estudado é um espaço artesanal em que se pode interagir de diferentes formas, desde a silenciosa observação e o “isolamento público” (comportamentos que cabem perfeitamente na contemporaneidade) até as sociabilidades ruidosas que envolvem animadas conversas com seus pares. Em meio a essas diferentes práticas que se dão no local, desvendamos sociabilidades que envolvem clientes e também funcionárias. São laços que, conforme a forma pura de sociabilidade explicitada por Simmel (2006), se constroem de forma superficial no espaço de consumo que é o café, de forma contextualizada na sociedade líquido-moderna à qual alude Bauman (2007). Assim, o “jogo” da sociabilidade aqui é praticado em um movimento que concebe, ao mesmo tempo, proximidade e distanciamento entre os envolvidos, em uma sociabilidade que conta com o produto café como ponte entre clientes e funcionárias, a partir do momento em que assumimos que o consumo pode servir como elo na construção de relações sociais (CAVEDON *et al*, 2007).

Tais análises evidenciam novos modos de sociabilidade que se constroem nas cidades, apropriações do espaço que remetem à contemporaneidade de organizações complexas, como cafés e *shoppings*, e que abrigam diferentes significações de (e em) seus espaços. Isso implica um novo pensar à gestão dessas organizações, especialmente em se tratando de organizações artesanais de consumo alimentar, uma vez que essa gestão precisa ser contextualizada às práticas contemporâneas, entendendo as sociabilidades como importantes referenciais no momento da tomada de decisão organizacional. É importante entender, por exemplo, que o deslocamento da centralidade do espaço público nas metrópoles contemporâneas não promoveu uma simples transferência das pessoas do espaço público para o privado: desenvolvem-se novos anseios, novas trajetórias, novos projetos, novos usos do espaço. Da mesma forma, o processo de construção dos laços sociais contemporâneos dá-se de maneira complexa, demandando do gestor novas respostas ao pensar as organizações em que se constroem tais laços. A relação com os clientes precisa ser pensada para além do mero consumo, da mesma forma que os funcionários precisam estar preparados para agir nesse contexto com treinamento qualificado. O próprio espaço, como também não poderia deixar de ser, precisa ser repensado e todas essas questões precisam ser equacionadas com a questão da sustentabilidade financeira organizacional, questão bastante delicada já que o aumento do preço do grão pode reduzir o consumo. Tais processos, longe de estarem definidos, estão

em constante desenvolvimento e encontram-se refletidos no cotidiano organizacional, o qual, sendo pensado à luz de teóricos que buscam explicar a contemporaneidade, pode oferecer algumas respostas à compreensão desses elementos.

Refletir sobre os espaços organizacionais como sendo de consumo e de sociabilidade traz à tona o caráter cada vez mais híbrido das organizações contemporâneas, algo que por via de consequência, se traduz em desafio crescente à gestão.

NOTA

- 1 Para os fins deste artigo, salientamos que, sempre que estivermos nos referindo às “pesquisadoras”, falamos das autoras do texto. Já quando utilizarmos a expressão “a pesquisadora”, referimo-nos a uma das autoras, que esteve inserida em campo durante a pesquisa etnográfica.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Rômulo. **Nordeste**: desenvolvimento social e industrialização. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

ANDRADE, Luciana; JAYME, Juliana; ALMEIDA, Rachel. Espaços públicos: novas sociabilidades, novos controles. **Cadernos Metrópole**, São Paulo, n. 21, jan./jun. 2009.

ARIÈS, Philippe; DUBY, Georges. **História da Vida Privada**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ. **Tendências de consumo de café**. Rio de Janeiro: ABIC, 2010. Disponível em: <http://www.abic.com.br/media/EST_PESQ_TendenciasConsumo2010.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ. **Café**: a qualidade começa pela pureza. Rio de Janeiro: ABIC, 2009. Disponível em: <<http://www.abic.com.br/publico/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=2>>. Acesso em: 25 abr. 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do Julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2008.

CAVEDON, Neusa. **Antropologia para Administradores**. Porto Alegre: UFRGS, 2003. _____ *et al.* Consumo, colecionismo e identidade dos bibliófilos: uma etnografia em dois sebos de Porto Alegre. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 345-371, jul./dez. 2007.

CHANLAT, Jean-François. O ser humano, um ser espaço-temporal. In: CHANLAT, Jean-François (Coord.). **O Indivíduo na Organização**: dimensões esquecidas. V. 3. São Paulo: Atlas, 1994.

_____. **Gestão Empresarial**: uma perspectiva antropológica. Coleção Debates em Administração. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

DAMATTA, Roberto. **A Casa & a Rua**: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. 5 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O Mundo dos Bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

FANTINEL, Leticia; CAVEDON, Neusa. A cultura organizacional do restaurante Chale da Praça XV em Porto Alegre: espaços e tempos sendo revelados. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 6-37, jan./fev. 2010.

FANTINEL, Leticia; FISCHER, Tânia. Novos espaços de sociabilidade urbana contemporânea: um estudo sobre os cafés. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 34. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

FISCHER, Gustave-Nicolas. Espaço, identidade e organização. In: CHANLAT, Jean-François (Coord.). **O Indivíduo na Organização**: dimensões esquecidas. V. 2. São Paulo: Atlas, 1994.

FISCHER, Tânia. **Projeto Pró-Cultura**: organizações artesanais de consumo alimentar. Salvador: CIAGS, 2011. Disponível em: <www.gestaosocial.org.br>. Acesso em: 25 abr. 2011.

FISCHLER, Claude. **L'Homnivore**: le goût, la cuisine et le corps. Paris: Odile Jacob, 2001.

FRÚGOLI Junior, Heitor. **Sociabilidade Urbana**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

GOFFMAN, Erving. **Comportamento em Lugares Públicos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

GRAPHMEYER, Yves; JOSEPH, Isaac. **La Ville Laboratoire et le Milieu Urbain**. In: L'école de Chicago – naissance de l'écologie urbaine. Paris: Champs Essais, 2009.

IPIRANGA, Ana Silvia. A cultura da cidade e os seus espaços intermediários: os bares e os restaurantes. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 11, n 1, jan./fev. 2010.

JANUZZI, Marcos. **Resgate do Café Brasileiro**. Disponível em: <<http://www.villaborghesi.com.br/index.php>>. Acesso em: 20 abr. 2010.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Metodología de Análisis de Contenido**. Barcelona: Paidós, 1990.

LEE, Heejin; SAWYER, Steve. Conceptualizing time, space and computing for work and organizing. **Time & Society**, v. 19, n. 2, nov. 2010.

LEWGOY, Bernardo. Os cafés na vida urbana de Porto Alegre: as transformações em um espaço de sociabilidade masculino. **Illuminuras**: série de publicações eletrônicas do Banco de Imagens e Efeitos Visuais, PPGAS, IFCH e ILEA, UFRGS. Porto Alegre, v. 10, n. 24, 2009.

MARTINS, Ana Luiza. **História do Café**. São Paulo: Contexto, 2008.

MURTA, Ivana *et al.* A Construção de estratégias e os espaços simbólicos: um estudo no Shopping Popular Oiapoque. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 31. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

PADILHA, Valquíria. **Shopping Center**. São Paulo: Boitempo, 2006.

PAQUOT, Thierry. **L'Espace Public**. Paris: La découverte, 2009.

PEREIRA, Denise; CARRIERI, Alexandre. Espaço religioso e espaço turístico: significações culturais e ambiguidades no santuário do Caraça/MG. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 12, n. 34, jul./set. 2005.

ROCHA, Everardo *et al.* Fronteiras e limites: espaços contemporâneos da pesquisa etnográfica. In: LENGLER, Jorge Francisco Bertinetti; CAVEDON, Neusa Rolita (Orgs.). **Pós-modernidade e Etnografia nas Organizações**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

SAHR, Wolf-Dietrich. Ação e espaço mundos: a concretização de espacialidades na Geografia Cultural. In: SERPA, Ângelo (org.). **Espaços Culturais**: vivências, imaginações e representações. Salvador: EDUFBA, 2008.

SANTOS, Douglas. **A Reinvenção do Espaço**: diálogos em torno da construção do significado de uma categoria. São Paulo: UNESP, 2002.

SANTOS, Milton. Sociedade e espaço: formação espacial como teoria e como método. In SANTOS, Milton. **Espaço e Sociedade**: ensaios. Petrópolis: Vozes, 1982.

SENNET, Richard. **O Declínio do Homem Público**. São Paulo: Cia das Letras, 1988.

_____. **O Artífice**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

SERPA, Ângelo (org.). **Espaços Culturais**: vivências, imaginações e representações. Salvador: EDUFBA, 2008.

SILVA, José Roberto; WETZEL, Ursula. A construção de um quadro analítico sobre as significações de espaço no contexto das mudanças organizacionais. **Cadernos EBAPE.BR**, v.5, n.4, dez. 2007.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: BERTELLI, Antônio Roberto *et al.* **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

_____. **Questões Fundamentais de Sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

SOARES, Luis. Entre a “Casa” e a “Rua”: revisitando o espaço shopping center no Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 24. **Anais...** Florianópolis: ANPAD, 2000.

STANDAGE, Tom. **História do Mundo em 6 Copos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

TASCHNER, Gisela. Lazer, cultura e consumo. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 40, n. 4, p. 38-47, out./dez. 2000.

TYLER, Melissa; COHEN Laurie. Spaces that Matter: Gender Performativity and Organizational Space. **Organization Studies**, v. 31, n.2, 2010.

VEGRO, Celso *et al.* Qualidade sensorial do café e perfil dos estabelecimentos que servem essa bebida. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.37, n.12, dez. 2007.

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: NUNES, Edson de Oliveira. **A Aventura Sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

VERGARA, Sylvia; VIEIRA, Marcelo. Sobre a dimensão tempo-espaço na análise organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, São Paulo, v.9, n.2, abr./jun.2005.

Letícia Dias Fantinel Doutora em Administração pelo NPGA/UFBA, Mestre em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS, Bacharel em Administração pela UFRGS.

Neusa Rolita Cavedon Doutora em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS, Mestre em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS e Mestre em Antropologia Social pelo PPGAS/UFRGS, Bacharel em Administração e em Ciências Econômicas pela UFRGS. Professora Associada da Escola de Administração da UFRGS e pesquisadora do CNPq.

**Tânia Maria
Diederichs
Fischer** Doutora em Administração pela USP, Mestre em Administração pelo PPGA/
EA/UFRGS, Bacharel em Pedagogia pela UFRGS. Professora Titular da
UFBA, coordenadora do Centro Interdisciplinar em Desenvolvimento e
Gestão Social (CIAGS) e pesquisadora do CNPq.



Foto: Marina Dantas



Com Açúcar, com Afeto? A Profissionalização do Fazer Amador de Doces Artesanais de Pelotas

Marina Dantas de Figueiredo e Neusa Rolita Cavedon

Resumo Este artigo busca compreender como as transformações culturais provocadas pelo exercício profissional da atividade doceira na cidade de Pelotas, RS, implicaram reelaboração de sentido para esta produção artesanal. A discussão proposta foi articulada em torno das teorias de gênero que exploram a relação entre trabalho e práticas sociais, interessantes para investigar de que maneira o saber-fazer até então relacionado à herança familiar de mulheres burguesas tornou-se assunto de interesse geral e converteu-se em um empreendimento público e desincorporado. A coleta de dados deu-se através do método de história de vida, que captou a narrativa autobiográfica de D. Anette Ruas, doceira local cuja biografia exemplifica o fenômeno estudado. A análise dos dados permitiu compreender que, no contexto cultural em questão, o reconhecimento público do artesanato cultivado por um grupo específico de mulheres implica descaracterização das práticas tradicionais e a conversão do saber amador em um empreendimento comercial.

Palavras-chave Artesanato. Gênero. Cultura. Produção Artesanal. Práticas Amadoras.

Abstract This article seeks to understand how cultural transformations caused by the professional performance of confectionery in the city of Pelotas, RS, entailed the re-elaboration of sense to the craft production. The proposed discussion was organized around gender theories that explore the relationship between work and social practices, which are interesting to investigate how the know-how so far related to the family heritage of bourgeoisie women turned into subject of general interest and became a public and disembodied enterprise. The data collection took place through life history method, which captured the autobiographical narrative of Mrs. Anette Ruas, a local confectioner whose biography exemplifies the phenomenon studied. The data analysis allowed us to understand that, in the cultural context of research, the public recognition of the craft cultivated by a specific group of women implies distortion of the traditional practices and the conversion of amateur knowledge into a commercial enterprise.

Keywords Crafts. Gender. Culture. Craft Production. Amateur Practices.

INTRODUÇÃO

Os estudos sobre artesanato comumente revelam a grande participação feminina no processo produtivo (FISCHER; SOARES, 2012), o que – aliado ao baixo grau de importância da atividade artesanal na atual configuração econômica – evidencia o caráter inferior que vem sendo atribuído à atividade em nossa sociedade. Quando o princípio da utilidade foi substituído pelo princípio do consumo e a produção foi transformada em processo para a manutenção das necessidades humanas (ARENDDT, 2009), a atividade artesanal, outrora dedicada à produção de objetos duráveis, dotados de utilidade e sentido intrínsecos, restringiu-se ao valor da tradição. Sob esse ponto de vista, se algumas vezes o artesanato praticado atualmente pode ser definido como “matriz de resistência às tentativas substancialmente homogeneizantes de modos de produção e padrões de consumo” (FISCHER; SOARES, 2012, p. 317), por vezes, pode apenas ser visto como folclore; como resquício de certas formas de mundanidade que não existem mais (ARENDDT, 2009).

O artesanato apresenta-se como objeto útil para situarmos o lugar da mulher na esfera pública que corresponde ao mundo do trabalho. Isso porque a atividade encontra-se hoje em uma encruzilhada conceitual, ora associada a um tipo de produção material exposta ao reconhecimento público e passível de comercialização, ora relacionada a um saber vivencial, recolhido ao domínio privado do indivíduo. O atual interesse em transformar o artesanato em um setor produtivo da economia (PAB, 2010), ao mesmo tempo em que colocou a produção artesanal na pauta de debates públicos, também suscitou dúvidas a respeito da representatividade da atividade na organização do trabalho no Brasil. Da mesma forma, o tombamento de práticas e produtos artesanais que recentemente vêm sendo transformados em “patrimônio imaterial”, visa preservar “formas de expressão e modos de criar, fazer e viver” (IPHAN, 2010, p. 18) e assim, acaba por domesticar o artesanato e impor sobre ele a tutela de instituições estatais. O entendimento explícito ou velado do artesanato como atividade não produtiva, economicamente irrelevante e necessariamente reclusa à esfera privada induz à associação com o trabalho feminino, o qual mormente sofre dos mesmos estigmas sociais (FINE, 1992; REES, 1992).

A partir dessas reflexões, torna-se interessante compreender como mulheres estão elaborando projetos profissionais no âmbito da produção artesanal. Neste estudo, adotamos as margens interpretativas das teorias de gênero que tomam por princípio a relação entre trabalho e práticas sociais (DELPHY, 1977; COCKBURN, 1981; PARKER, 1984; MILLET, 2000). Por meio delas, esperamos compreender o contexto histórico e sociocultural que define nosso campo de pesquisa, qual seja: o artesanato amador desenvolvido no seio da família burguesa tradicional em face dos processos de mudança das práticas socioculturais no contexto contemporâneo. A questão de pesquisa que norteia nosso estudo é como e com

que motivações mulheres artesãs identificadas como “amadoras” tornam-se profissionais reconhecidas publicamente. Nosso objetivo, então, é compreender como o artesanato feminino, tradicionalmente desempenhado na esfera doméstica, adentra o espaço público e é incorporado ao sistema capitalista enquanto força de trabalho. O *topus* da nossa investigação é a cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul, famosa pela produção artesanal de doces finos, cuja história remete às famílias burguesas de origem portuguesa de meados do século XIX. Através do método de história de vida, reconstruiremos a narrativa autobiográfica de D. Anette Ruas, 56 anos, fundadora de uma das mais renomadas fábricas de doces pelotenses, herdeira do legado de um saber-fazer tradicional, que durante mais de um século foi transmitido na intimidade feminina da cozinha e que, desde o princípio dos anos 2000, tornou-se profissão.

Nas próximas seções, faremos uma exposição teórica sobre a associação entre trabalho feminino, artesanato e classe social. Em seguida, apresentaremos o método de história de vida, através do qual nossos dados empíricos foram coletados, e indicaremos os procedimentos de pesquisa utilizados. Posteriormente, apresentaremos nossas análises a respeito da narrativa autobiográfica, entremeada por fatos históricos e teorias que ajudam a compreendê-la. Por fim, são apresentadas as considerações finais.

AS MULHERES E O MUNDO DO TRABALHO: O ESPAÇO DO ARTESANATO

Embora as mulheres tenham adentrado o mundo do trabalho ainda na primeira Revolução Industrial, é possível constatar que elas até hoje não participam maciçamente da produção de bens valorizados, aqueles que em nossos tempos são cultuados como símbolos da superação humana em relação ao próprio passado histórico - notadamente as descobertas científicas e inovações tecnológicas (FREITAS, 2012). De acordo com Saffioti (1982), as indústrias de baixa densidade tecnológica, intensivas em trabalho, tendem a utilizar mão de obra feminina, enquanto as indústrias de alta sofisticação tecnológica, intensivas em capital, apresentam acentuada propensão a absorver maiores contingentes masculinos. Isso significa que a maioria das mulheres integrantes do mercado de trabalho permanece vinculada a atividades identificadas como pré-capitalistas (MILLET, 2000; KON, 2006), a exemplo do trabalho fabril de baixo valor agregado, prestação de serviços e desempenho de atividades relacionadas à esfera doméstica.

De acordo com a perspectiva feminista marxista, o trabalho constitui a dimensão mais relevante na análise do fenômeno do gênero (SAFFIOTI, 1976; 1985; COKBURN, 1981; CALÁS; SMIRCICH, 2006). Essa linha de pensamento defende que na elaboração social das categorias de gênero, as diferenças entre homens e mulheres não devem ser tomadas apenas como variáveis ideológicas, sem eficácia na produção, mas, ao contrário, precisam ser encaradas como “fenômenos cujas raízes se incrustam no núcleo econômico do modo de produção capitalista” (SAFFIOTI, 1976, p. 131). A definição das identidades masculinas e femininas está fechada nas estruturas de classe, por sua vez forçadas na divisão social do trabalho. Para o pensamento feminista marxista, essas identidades são construídas por meio

das práticas sociais do trabalho, nas quais “poder e sexualidade estão entrelaçados” (CALÁS; SMIRCICH, 2006, p. 292). Em síntese, o feminismo marxista analisa as funções das categorias de gênero no domínio da *produção*, da *reprodução*, da *sexualidade* e da *socialização*. Sob esse ponto de vista, a participação da mulher no artesanato, bem como o *status* inferior da atividade na economia atual dizem respeito às relações de poder e de dominação que se perpetuam através do trabalho.

A associação entre o artesanato e o trabalho feminino pode ser interpretada como a consequência de uma mudança histórica abrangente, que decorre das alterações nas condições de produção a partir da consolidação do modo de produção capitalista em escala internacional. Para explorar essa questão, cujas implicações nos ajudam a compreender o *status* do artesanato na sociedade contemporânea e a participação feminina nesta atividade, convém esclarecer como o fenômeno da industrialização impactou as formas de produção, transformou as ferramentas, então artesanais, da manufatura e alterou a organização do trabalho. No capitalismo industrial, as relações de produção foram substancialmente modificadas se comparadas aos sistemas até então dominantes, notadamente o capitalismo mercantil. A esses acontecimentos corresponde o que Sennet (2008) entendeu ser o declínio da técnica ou a sistemática desvalorização dos saberes e da perícia artesanais que, outrora, estavam restritos às guildas de artesãos, caracterizadas como domínios de um fazer masculino.

Sennet (2008) propõe que não foram tanto as mudanças tecnológicas que alteraram as formas como os artesãos se relacionavam com o trabalho, visto que o emprego de ferramentas e mesmo de máquinas é até hoje verificável em atividades tradicionalmente identificadas como artesanais. O problema que se instituiu, segundo o autor, foi a perda da propriedade sobre os meios de produção e a drástica redução da autonomia profissional. Forçados pelas transformações sociais e econômicas do período, aprendizes e mestres de ofício passaram a engrossar a massa assalariada, em um novo processo de mobilidade social (SENNET, 2008). Esse movimento implicou a desvalorização do *saber-fazer* e dos traços primordiais do artesanato, outrora transmitidos por artífices que se empenhavam em comunicar os segredos da produção, de geração em geração. O decréscimo de importância do artesanato e a descaracterização deste sistema de produção a partir do século XVIII ocasionaram a evasão da força de trabalho masculina e sua paulatina substituição pela força de trabalho feminina.

Diferente do que ocorreu na Europa em idos de 1750, não houve no Brasil a passagem de uma produção artesanal por outra fabril, visto que a primeira nunca chegou a se estabelecer. Embora tenha havido produção artesanal em território nacional desde o período anterior à colonização – a exemplo do artesanato ameríndio –, essas formas de produção assentavam-se no *valor de uso* e não no *valor de troca* dos bens artesanais. Cabe destacar que o sistema de produção assentado no artesanato doméstico que se instituiu no país nos primeiros três séculos de sua história configurou-se apenas em razão do acesso restrito ao mercado de bens de consumo importados, de modo que as atividades artesanais – delegadas à mão de obra escrava e, em seguida, às famílias não abastecidas pelo comércio – estiveram sempre

associadas à domesticidade e identificadas como trabalhos *menores*. (CUNHA, 2005).

No Brasil dos séculos XIX e XX, o processo de industrialização deu-se de maneira distinta daquela experimentada na Europa. Se, na Revolução Industrial do século XVIII, havia um corpo profissional articulado em torno das guildas, na conjuntura sociocultural e econômica do Brasil de quase dois séculos mais tarde, uma parcela considerável da mão de obra masculina disponível era escrava e estava empregada na produção de gêneros primários destinados à exportação. A indústria brasileira dos primeiros tempos não teve por base manufaturas organizadas por artesãos de ofício, mas sim a produção doméstica realizada por mulheres, criados e, em menor proporção, pela pequena burguesia urbana. Parece evidente, então, que, no contexto local, a marginalização do artesanato é explícita, uma vez que essa forma de produção não chegou a fundamentar um sistema econômico e foi caracterizada como um trabalho inferior, delegado aos grupos sociais desprovidos de poder e autonomia. A relação entre mulher e produção artesanal refere-se, portanto, ao baixo grau de sofisticação tecnológica da atividade, à associação entre o artesanato e os trabalhos domésticos “naturalmente” atribuídos às mulheres e à ideologia de que a mulher seria portadora de maior habilidade para o desempenho de tarefas minuciosas (SAFFIOTI, 1982). Nas primeiras décadas da industrialização, quando as atividades fabris eram em grande medida artesanais, a maior parte do proletariado era constituída por mulheres, resignadas a salários inferiores em razão das estruturas sociais de dominação masculina. De modo geral, as mulheres trabalhavam nas indústrias que demandavam baixa mecanização, como fiação e tecelagem, e ausentavam-se dos setores como metalurgia, calçados e mobiliário, ocupados pelos homens (RAGO, 2006). Quando o Brasil realizou o seu primeiro censo, em 1872, a maior parte dos trabalhadores industriais eram mulheres – muitas delas empregadas na indústria têxtil que, naquele momento, era a mais importante do país (SAFFIOTI, 1982). Apesar do elevado número de trabalhadoras presentes nos primeiros estabelecimentos fabris brasileiros, não se deve supor que elas asseguraram suas posições no mercado de trabalho; ao contrário. Entre os anos de 1900 e 1940, os censos evidenciam a queda da participação feminina na indústria, fato diretamente relacionado à desqualificação intelectual feminina e à intensificação dos processos mecanizados, em detrimento dos processos artesanais de produção (SAFFIOTI, 1976).

Dados levantados por Saffioti (1982) em estudo sobre a evasão feminina na indústria demonstram que a transformação das empresas artesanais em empresas fabris modernas obrigou a mão de obra feminina a migrar para ocupações situadas à margem dos benefícios sociais implementados com a generalização das relações capitalistas de produção. Desde o século XIX, a maior parte da população feminina dedica-se a atividades vinculadas ao setor de serviços, especialmente aqueles ligados a atividades domésticas ou que envolvam, em alguma medida, um saber-fazer artesanal (SOIHET, 2006). Na década de 1970, mais de 50% da população feminina economicamente ativa compunha “um imenso contingente de costureiras, bordadeiras, cerzideiras, tricoteiras, crocheteiras, para não dizer sobre as demais ocupações em caráter autônomo e de empregada doméstica” (SAFFIOTI, 1982, p. 122). Nos anos 2000, 80% das trabalhadoras brasileiras desempenhavam atividades vinculadas ao setor de serviços, sobretudo atividades domésticas remuneradas, então caracterizadas

como “primeira ocupação das mulheres brasileiras” (PEREIRA DE MELO, 2004, p. 14). De acordo com dados divulgados pelo Programa de Artesanato Brasileiro (PAB) em 2009, entre os 8,5 milhões de brasileiros dedicados ao artesanato, 87% são mulheres.

A prevalência feminina denota que o artesanato no Brasil industrializado acabou se tornando refúgio para uma população desqualificada, marginal ao mercado de trabalho formal e, sobretudo, *necessitada*. A definição identitária da *mulher-trabalhadora* foi historicamente elaborada “em razão das conjunturas econômicas vividas” (SAFFIOTI, 1976, p. 133). Por isso, a condição de *trabalhadora* decorre, principalmente, da necessidade de ganhar a vida ou colaborar com a renda da família, imposta pelo pertencimento às classes sociais desfavorecidas. Cabe ressaltar que as mulheres trabalhadoras, mesmo submetidas *enquanto grupo* à dominação masculina por meio das relações de reprodução e produção no interior do sistema capitalista, não constituem um todo uniforme. Disso decorre a existência de distintos padrões culturais que regulam a participação feminina nas esferas públicas e reconhecem como trabalhadoras apenas alguns tipos específicos de mulheres nos desdobramentos da relação entre classes sociais e gênero.

As mulheres oriundas de famílias abastadas, a quem as atividades manuais eram desenvolvidas em caráter recreativo, não correspondem à definição de *trabalhadoras*. Visto que até meados do século XX a independência financeira feminina não era valorizada, as mulheres burguesas interessadas em desenvolver atividades produtivas no ambiente público eram frequentemente alvo de preconceito moral, de modo que aquelas que desejavam trabalhar por *vontade* e não por *necessidade* eram acusadas de “romper com o papel de gênero que é pressuposto e continuamente reposto pela socialização” (LAMAS, 2007, p. 90). A desvalorização do trabalho desse grupo tinha como propósito contribuir para a manutenção da organização familiar patriarcal na qual estavam inseridas e fazer com que elas – apesar de muitas vezes se ressentirem com a falta de autonomia – se resinassem ao domínio privado. Cabe esclarecer que a família patriarcal compreende o padrão identificado como hegemônico para a organização familiar na sociedade brasileira (FREYRE, 2006). Ainda que diferenças nas formas de ocupação do espaço territorial, na distribuição do trabalho entre as diversas regiões do país e o próprio transcurso do tempo tenham propiciado organizações sociais diversas, Corrêa (1981) ressalta que a produção ideal das formas de organização familiar foram historicamente formuladas a partir do modelo patriarcal herdado dos colonizadores portugueses e instituído, principalmente, entre as aristocracias agropecuaristas. De acordo com a mesma autora, o fato da pluralidade de arranjos familiares ter se resumido às características do modelo que representava a vida das camadas senhoriais demonstra a importância desse grupo na sociedade, constituída historicamente como sua imagem. Decorre que a subordinação da mulher na sociedade brasileira está inserida em uma relação dialética mais ampla, a qual abrange a tensão entre os impositores de uma determinada estrutura de poder e aqueles que resistem a ela. As questões concernentes à participação da mulher no mercado de trabalho brasileiro e a importância do artesanato como ocupação feminina não se restringem, portanto, à distribuição de poder entre os sexos, mas também evidenciam que a organização da família patriarcal como ideal hegemônico instituiu, na prática, a marginalização de formas de organização social alternativas ao padrão hegemônico.

AS “ARTES DOMÉSTICAS” E O ARTESANATO FEMININO DAS ELITES

A longa e silenciosa história das “artes domésticas” (ADAMSON, 2008) assinala o caráter discreto e passivo das atividades desempenhadas por mulheres, assim como condiciona a suposta valorização do labor despendido na esfera privada à situação de invisibilidade do trabalho feminino na esfera pública. Ainda que o trabalho artesanal sempre tenha feito parte das atribuições femininas (PERROT, 2007), as produções materiais relacionados às mulheres foram percebidas como repetição do ciclo ancestral da geração e manutenção da vida e, portanto, indignas de notabilidade na historiografia masculina. Apenas a partir das revoluções do século XVII e da emergência dos ideais burgueses de ordem social é que a produção feminina alcançou algum tipo de reconhecimento na esfera pública (CHADWICK, 1991). No momento em que as prerrogativas aristocráticas cediam espaço às aspirações da nascente burguesia, o ideal liberal, que supunha a igualdade entre os homens, precisava oferecer uma resposta coerente em relação às mulheres. Na França, através da figura emblemática de Poullaine de la Barre, “inaugurou-se o discurso racionalista sobre a origem social ou cultural das diferenças sexuais” (YANNOULAS, 1994, p. 7) e, a partir desse marco, a igualdade entre homens e mulheres foi cogitada pela primeira vez. As diferenças sexuais passaram a ser tratadas como diferenças derivadas de processos de socialização.

Entre os séculos XVIII e XIX, os desdobramentos das revoluções burguesas impactaram profundamente a organização familiar. A relação conjugal modificou-se, visto que o antigo casamento por contrato não era conveniente aos ideais libertários e igualitários e o casamento “por amor” instituiu uma nova sensibilidade que mudaria radicalmente as feições da família em todo mundo ocidental (MOURA; ARAUJO, 2004). O período também determina uma nova relação de maternidade, na qual a criança passa a ser alvo privilegiado da atenção feminina (ARIÈS, 1981; BADINTER, 1985). Articulando-se aos interesses políticos e econômicos do Estado e aos interesses militares e religiosos, a sacralização do lar burguês impôs a ampliação do controle sobre os hábitos de todos os membros da família e lançou luzes sobre a penumbra da vida doméstica. Relações outrora restritas à esfera privada passaram a ser alvo de interesse social (DONZELOT, 1986) num movimento que enalteceu o labor feminino e, ao mesmo tempo, sobrecarregou a mulher de mais funções domésticas. A crescente valorização da mulher-mãe, a ‘rainha do lar’, veio na esteira da “valorização do devotamento e do sacrifício feminino em prol dos filhos e da família” que surgiram no discurso médico e filosófico do período como “inerentes à natureza da mulher” (SOBOTTKA *et. alii*, 2004, p. 47).

No Brasil, as mulheres eram treinadas em práticas culturalmente transmitidas e costumavam ter incentivo da família e demais instituições sociais responsáveis pela socialização feminina para incorporarem habilidades associadas às artes, aos trabalhos artesanais e à manutenção do lar. Especialmente entre as famílias ricas, as mulheres eram educadas em práticas artesanais que lhes conferiam o *status* de “moças prendadas”, bem dotadas para o “mercado casamenteiro e para cumprir seu destino biológico” (LAMAS, 2007, p. 85). Desobrigadas de qualquer trabalho produtivo e socialmente autorizadas a serem diletantes, essas mulheres

frequentemente desenvolviam atividades chamadas “amadoras”. Não por acaso, tal designação vinculava a produção feminina ao amor, intrínseco à definição então elaborada a respeito da mulher-mãe. Decorria que as práticas amadoras contribuíam diretamente para a consolidação do ideal feminino, forjado sobre a naturalização da maternidade enquanto dedicação incondicional e gratuita da mãe para com a família. Conforme Chadwick (1991, p. 138), “o ideal de feminilidade produzido por meio de atividades como bordado e desenho contribuíram diretamente para a consolidação de uma identidade burguesa, na qual as mulheres tinham tempo livre para cultivar ‘feitos’ artísticos”.

Aos olhos da sociedade, o empenho em atividades artesanais amadoras não era movido por nenhum propósito específico senão a própria reprodução das construções sociais representativas do ideal feminino. Por muito tempo, diz Adamson (2008, p. 140), “o artesanato amador foi um assunto privado – domínio exclusivo de mulheres abastadas e, particularmente, aristocráticas, que dedicavam seu tempo a ‘realizações’ tais como tecelagem, bordado e pintura decorativa”, que embora pudessem ser apreciadas por suas qualidades técnicas e estéticas, comparáveis ao artesanato profissional e mesmo à arte, eram desqualificadas em razão da forte conotação doméstica que carregavam (ADAMSON, 2008). As atividades artesanais desenvolvidas por um grande número de “mulheres amadoras” trabalhando em meios desvalorizados, segundo os padrões da arte patriarcal, confirmavam a visão burguesa de que homens e mulheres teriam sensibilidades e capacidades intelectuais diferentes e que a produção delas necessariamente confirmaria “a beleza, a graça, a modéstia e a frivolidade” (CHADWICH, 1991, p. 127) inerentes ao ser feminino.

A centralidade da vida doméstica deu-se ao mesmo tempo em que “as casas mais ricas se abriam para uma espécie de apreciação pública por parte de um círculo restrito de familiares, parentes e amigos” (D’INCAO, 2008, p. 228). As salas de visita e os salões, onde o ambiente público da rua e a privacidade do lar se misturavam, eram frequentemente abertos à visita em saraus noturnos, jantares e festas, onde a família anfitriã, representada principalmente pela figura da mulher-mãe, exibia seus dotes e submetia-se à avaliação pública (D’INCAO, 2008). Úteis para a distinção social das famílias burguesas, as habilidades artesanais desenvolvidas por mulheres não objetivavam a profissionalização e não eram reconhecidas como ofícios, a menos que contingências econômicas sujeitassem a família à queda no padrão de vida. Sob essa condição, as mulheres burguesas seriam defrontadas com o trabalho por força das circunstâncias, mas não seria admitido naturalmente que elas quisessem desenvolver uma carreira por meio da prática artesanal.

HISTÓRIA DE VIDA: MÉTODO E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

A escolha do método de história de vida deu-se em razão das características peculiares ao nosso campo de estudo. Visto que nos voltamos para o artesanato amador, praticado no seio das famílias burguesas e transmitido entre gerações de mulheres, deparamo-nos com a necessidade de planejar a pesquisa de modo que permitisse, ao mesmo tempo, acessar a intimidade desse espaço privado e alcançar o sentido histórico dessa tradição no contexto

cultural em questão. Nossa opção pela história de vida levou em conta a assertiva de Ferraroti (1991, p. 174), segundo a qual um indivíduo não pode representar a sociedade inteira, mas pode sim “totalizá-la por meio do seu contexto social imediato”. De acordo com nossa opção metodológica, partimos do princípio de que a *praxis* do indivíduo e dos grupos dos quais faz parte “medeia e retraduz ativamente a totalidade social, nas suas microestruturas formais e informais, nas suas linhas de força e de comunicação, nas suas normas e sanções, nas suas modalidades e redes de interações afetivas, etc.” (FERRAROTI 1991, p. 175). Sendo assim, propomo-nos a investigar um fenômeno social que está ligado à experiência de uma pessoa e que tem um sentido biográfico para ela, ao mesmo tempo em que ajuda a reconstituir as formas através das quais o contexto dessas experiências se reproduziu e se transformou (ROSENTHAL, 2004). Ou seja, “o aproveitamento da biografia ou da autobiografia se faz no sentido de buscar como estão ali operantes as relações do indivíduo com o seu grupo, com sua sociedade” (QUEIROZ, 1988, p. 24).

A título de explicitação metodológica, ressaltamos que a história de vida foi captada através de duas entrevistas realizadas em momentos distintos: a primeira em 30 de março e a segunda em 27 de agosto de 2011. Ambas têm aproximadamente uma hora e vinte minutos de duração e os encontros que as originaram aconteceram em um escritório contíguo à fábrica de doces durante o expediente de trabalho de D. Anette Ruas. As datas e horários foram deliberados previamente, bem como a forma como se dariam as entrevistas e o registro das informações verbalizadas. As entrevistas foram gravadas em meio digital e posteriormente transcritas, e a utilização desse material, bem como a identificação do nome completo da entrevistada, foram autorizados mediante assinatura de documento escrito. As sessões de entrevistas para captar a narrativa autobiográfica aconteceram em meio à pesquisa etnográfica que uma das autoras deste artigo desenvolvia na fábrica de D. Anette Ruas. Durante os mais de seis meses de permanência em campo, houve longo processo de negociação que resultou no estabelecimento de uma relação de confiança e mesmo de vínculos de afeto entre a pesquisadora e sua entrevistada.

Embora houvesse uma clara relação de troca simbólica entre as duas partes – da pesquisadora, existia interesse no levantamento de dados empíricos para a realização de sua tese, e de D. Anette, por seu turno, encontrava alguém interessado em compartilhar de seus problemas de mulher, mãe e profissional –, ela não se dava aos modos de uma economia simbólica, em que dádivas e contra-dádivas circulam entre a aliança formada por contrários (MAUSS, 2003). Sem compreender a importância de sua história para a vida da pesquisadora, D. Anette, a princípio, introvertida e monossilábica, foi descobrindo que falar sobre si mesma poderia ser interessante para *alguém*. A pesquisadora, que por sua vez se afligia com a necessidade de “devolver ao campo” parte daquilo que recebia, sequer poderia imaginar que as entrevistas seriam alguns dos raros momentos em que D. Anette se eximiria das responsabilidades que constantemente a sobrecarregam no cuidado com *os outros* e poderia ocupar-se *dela mesma*. Ainda que apenas dois encontros dessa natureza tenham sido possíveis – afinal, a personagem dessa narrativa dificilmente podia se ausentar de seus compromissos com os funcionários, com a família e, sobretudo, com o próprio trabalho – eles foram densos e significativos o bastante para servirem às análises e interpretações que desenvolvemos ao longo desse texto.

Utilizamos a estratégia de entremear a história de vida da nossa personagem com fatos históricos que ajudam a esclarecer a narrativa em questão. Também nos valem da transcrição direta de trechos das entrevistas para a construção das imagens e interpretações que estruturam nossa sistemática de análise. Ao apresentar na íntegra os fragmentos das entrevistas, pretendemos explicitar como os conteúdos internos contidos na fala da narradora têm relação com o contexto sócio-histórico no qual está inserida. A partir dos trechos da narrativa que apresentamos a seguir, esperamos montar um mosaico representativo do nosso objeto de pesquisa, a partir de partes aparentemente desconexas, mas que, ao serem relacionadas, contribuem para a nossa compreensão a respeito do todo (BECKER, 1994). Na seção que se segue, apresentamos os achados de campo à luz da contextualização histórica e discutimos essas revelações sob o ponto de vista do referencial teórico que apresentamos anteriormente.

O TRABALHO FEMININO NO ESPAÇO PÚBLICO DA CIDADE DE PELOTAS, RS, CONTADO ATRAVÉS DA HISTÓRIA DE D. ANETTE RUAS

A tradição dos doces finos origina-se entre as elites luso-brasileiras, vinculadas historicamente à pecuária extensiva, desenvolvida na Planície Costeira do Rio Grande do Sul (FERREIRA *et alii*, 2008). Em meados do século XIX, a indústria da charque, sustentada por mão de obra escrava, propiciou uma grande circulação de capital na cidade de Pelotas. Tal situação, segundo contam Ferreira *et alii* (2008, p. 4), trouxe “as boas maneiras, os hábitos e costumes europeus [para] o interior dos sobrados por ocasião das festas, das comemorações, dos saraus e banquetes que acabaram por atingir uma importância fundamental na sociedade pelotense”. Nesse ambiente, o consumo do açúcar, então produto raro, vindo do Nordeste em troca da charque de Pelotas, era uma forma de ostentar riqueza. Se no ambiente público, a principal atividade econômica desenvolvida na cidade valia-se da escravidão, da matança animal, do sangue e da carne; no ambiente doméstico, buscavam-se as boas maneiras, o requinte, a opulência e a doçura. Assim, o contraste entre o sal e o açúcar, o charque e os doces expressavam os valores de uma sociedade que buscava atenuar simbolicamente as brutalidades cometidas em público com demonstrações de delicadeza e amabilidade no âmbito privado (BOSÍLIO JR; MAGALHÃES, 2003).

Conforme Pedro (2007), o povoamento do Rio Grande do Sul atraiu uma população masculina eminentemente nômade, de modo que os relatos históricos sobre a vida na região representam, recorrentemente, “mulheres sozinhas comandando estâncias, fazendas, negócios em vista da constante ausência dos homens” (PEDRO, 2007, p. 280). Os conflitos e batalhas transcorridos neste território entre os séculos XVIII e XX, no espaço de tempo que compreende os primeiros esforços de colonização da região até o início da República, também deram aos homens destaque nas atividades políticas e nas guerras. A ausência masculina do lar de maneira prolongada e a inferioridade numérica dos contingentes masculinos em razão da alta mortalidade (CORRÊA, 1981), “exigiu que as mulheres assumissem a direção dos empreendimentos e mantivessem a sobrevivência familiar, transpondo assim os limites das tarefas usualmente definidas para o seu sexo” (PEDRO, 2007, p. 280). O fim das guerras

no princípio do século XX, aliados à paulatina urbanização e ao aparecimento de uma elite urbana, iniciado ainda no fim do século XIX, obrigavam homens e mulheres a assumirem uma nova postura, mais voltada ao exercício da vida social na cidade.

Fazia-se necessário ressignificar os papéis de gênero, especialmente entre as elites que agora abandonavam o campo, e novos estilos de vida eram propagados por instituições sociais responsáveis pela socialização urbana, a exemplo dos jornais. Neles, segundo Pedro (2007, 282), veiculava-se um projeto civilizador “com pretensão de construir novos homens e mulheres, divulgando imagens idealizadas para ambos os sexos”. Elaborou-se assim o modelo de mulher associado ao exercício da maternidade, à dedicação ao marido e subserviência ao pai; características que “já faziam parte do imaginário ocidental e podiam ser encontrados na literatura, no sermão das missas, nos textos escolares, nas tradições locais” (PEDRO, 2007, p. 282). Os jornais, assim como outras instituições sociais, reproduziam estereótipos existentes há séculos, com o intuito de reforçá-los e contextualizá-los em razão da necessidade de moldar não apenas os papéis de gênero, mas também os papéis de classe. O envolvimento das elites femininas com o feito de doces em Pelotas deu-se pela necessidade de instaurar na cidade formas de ser “distintas” e “civilizadas”, segundo as quais “as mulheres deveriam restringir-se aos papéis domésticos” (PEDRO, 2006, p. 282), o que ressaltava a importância da educação doméstica através dos livros de receitas, dos ensinamentos práticos e mesmo do consumo das iguarias. Assim, desde o fim do século XIX, a socialização feminina na cidade de Pelotas centrava-se na doceria artesanal e esse hábito cultural estendeu-se até a segunda metade do século XX, conforme podemos perceber no relato das memórias de infância de D. Anette Ruas:

Quando criança, eu brincava com as minhas primas e a brincadeira era de fazer doce. Eu brincava e, ao mesmo tempo, ajudava a mãe, a avó e as tias a mexer os tachos, a fazer as coisas, ficava na volta ali, ouvindo o que elas estavam conversando. A gente tinha até um tachinho que a gente brincava de casinha e fazia chimia, fazia doce para as bonecas. Ali, a gente ia vendo, aprendendo e também comendo.

Apesar da forte ênfase na sofisticação e na opulência entre os hábitos de vida da elite pelotense, a qual perdurou até a metade do século XX e que até hoje persiste no imaginário local, o modelo econômico baseado na indústria do charque dava sinais de irreversível decadência desde o final do século XIX. Nesse processo, dois fatos foram determinantes para a derrocada da indústria salderil: primeiro, a Abolição da Escravatura, em 1888, o que elevou subitamente os custos de produção e, depois, a popularização das câmaras frigoríficas que instauravam a concorrência entre o charque e a carne fresca. Diante de tais mudanças econômicas e tecnológicas, o empobrecimento de muitas famílias aristocráticas era notório já nos primeiros anos do século XX. Segundo relatam Ferreira *et alii* (2008), a crise econômica provocada pela queda das exportações da charque trouxe consequências dramáticas para essas famílias que compartilhavam de um universo sociocultural no qual as expressões de riqueza se manifestavam nos lugares públicos. Diante dessas circunstâncias, o saber-fazer dos doces artesanais – outrora símbolos de riqueza e fruição das classes mais

favorecidas – aos poucos se converteu em fonte de renda para mulheres “de boa família”, as quais se viram compelidas a trabalhar para complementar o orçamento familiar. Desse movimento decorre o início do processo de profissionalização da atividade doceira.

Assim como em muitas famílias pelotenses, entre os Ruas, a transmissão intergeracional dos segredos da doceria fez com que a tradição se transformasse em “coisa que está no sangue”, como entende D. Anette. A genealogia desse saber incorporado, todavia, remete aos esforços de socialização da mulher para o desenvolvimento de habilidades socialmente reconhecidas como parte do próprio ofício de ser mulher no referido contexto. Embora a profissionalização dessa atividade tenha sido necessária por força das circunstâncias econômicas em que muitas famílias se encontravam, as mulheres que se dedicavam à produção de doces “para fora” não o faziam sem conflito. Ainda que alguns maridos concordassem com o trabalho das esposas, o exercício público dos dotes domésticos exigia o acúmulo de funções, de modo que a mulher se tornava ambivalente e sobrecarregada ante as exigências do ambiente doméstico e do ambiente familiar (LAMAS, 2007).

A profissionalização da atividade doceira das mulheres da família Ruas iniciou-se em 1955, ano de nascimento de D. Anette, quando a tia e madrinha D. Nilza Ruas começou a usar a cozinha de casa para fazer doces sob encomenda. “O meu tio tinha uma barbearia na frente e ela fazia os doces dela nos fundos da casa”, diz D. Anette, deixando transparecer que a atividade feminina acontecia nos bastidores, dentro do espaço doméstico e longe dos olhos do público, ainda que a fama dos quitutes de D. Nilza Ruas alcançasse toda a cidade. Conforme conta D. Anette, a tia iniciou o empreendimento apenas para complementar a renda familiar, já que “não sobrava muito dinheiro pra ela fazer o que queria”. Com o passar do tempo, os negócios de D. Nilza prosperaram e “depois de alguns anos, até o marido dela começou a ajudar nas entregas dos doces”, como relata D. Anette. Se a princípio D. Nilza trabalhava sozinha num aposento de sua própria casa, depois, a profissionalização da atividade exigiu não só que suas irmãs, filha e sobrinhas colaborassem com a produção, como também demandou a mudança para um espaço comercial e a contratação de ajudantes, os quais chegavam em número cada vez maior à medida que o negócio aumentava.

Nesse ponto, as receitas e o saber-fazer guardados pelas mulheres de sobrenome Ruas deixaram de ser segredo de família e passaram a ser compartilhados entre pessoas de fora do núcleo familiar. Assim, a tradição dos *doces finos*, que na origem estava associada à cultura familiar de uma classe social específica – à elite local de fins do século XIX e início do século XX –, acabou por se modificar. A dinâmica das transformações culturais provocadas pelo exercício profissional da atividade doceira gerou um processo de reelaboração de sentido para os *doces finos*, de modo que o saber-fazer até então relacionados exclusivamente à identidade de um determinado grupo feminino, tornou-se assunto de interesse geral. Os doces que durante muito tempo estiveram restritos ao consumo nos salões das casas mais ricas tornaram-se amplamente conhecidos em toda cidade e assumiram o significado mais amplo de *doces de Pelotas* (FERREIRA *et alii*, 2008, p. 99). Esse movimento fez com que a tradição, costumeiramente associada à herança genealógica transmitida entre mulheres aristocráticas, passasse a fazer parte de um empreendimento público e desincorporado.

Com a necessidade de ampliar a produção caseira, novas praticantes foram iniciadas nas artes da doceria: frequentemente mulheres pertencentes às camadas menos favorecidas da sociedade pelotense, as quais desempenhavam trabalhos domésticos nas “casas de família”. O aprendizado desse grupo de empregadas domésticas exigia assimilação das práticas de produção dos doces da elite, através de um processo de socialização mais formal e menos afetivo, o qual pretendia a rápida “familiarização” dessas estranhas com a intimidade do ambiente doméstico.

As décadas de 1960 e 1970 foram marcadas pela transformação do papel feminino na esfera pública. A partir de então, tornou-se comum que as mulheres granjeassem formação técnica que lhes permitisse adentrar o mundo do trabalho, desempenhando profissões tradicionalmente restritas aos homens. Esse período coincidiu com as transformações na cultura da produção artesanal de doces em Pelotas, visto que a tradição restrita à vida privada de determinadas famílias vinha sendo ressignificada no sentido de se tornar um saber de domínio público. No desenrolar desses acontecimentos, as herdeiras “de sangue” de muitas famílias, a exemplo dos Ruas, foram gradualmente desobrigadas a dar continuidade às tradições doceiras cultivadas por suas antecessoras. Isso explica porque a filha de D. Nilza Ruas, que poderia ser continuadora do empreendimento da família, não se interessou pelo ofício da doceria e buscou uma formação superior com o incentivo da mãe. Conforme relata D. Anette, “a prima foi para Porto Alegre estudar Medicina e a tia fazia de tudo pra pagar os estudos dela por lá”. Nesse momento, a própria D. Anette Ruas também não tinha a pretensão de se tornar doceira profissional e almejava obter formação superior, como explicita no trecho transcrito a baixo:

Nunca que eu pensei que fosse ser doceira, gostar dessa profissão. Eu estudava e a minha ideia era ser psicóloga, que eu adorava. Até hoje eu adoro. Mas não. Não tive a... não levei a sério os estudos. Fiz vestibular, cheguei à faculdade, fiz Pedagogia. Fiz seis meses só de Pedagogia. E depois tive que parar.

Ainda que, naquele momento, as mulheres tivessem conquistado o direito de escolher uma profissão, o casamento e a constituição da família ainda eram prerrogativas fortes o suficiente para afastarem um grande número delas do espaço público. O dilema “família x carreira” (VERGARA; GOMES, 2012) fez com que D. Anette, casada aos 22 anos, desistisse da faculdade diante da impossibilidade de conciliar as atribuições do casamento e a vida de estudante universitária. Até inaugurar a produção de doces artesanais na cozinha da própria casa, em 2000, ela afirma que “nunca tinha trabalhado”, ignorando os mais de 20 anos dedicados ao trabalho doméstico. Visto que os esforços de manutenção do lar e da família não são recompensados financeiramente e tampouco produzem resultados perenes que possam ser apreciados como uma forma de realização material, o trabalho feminino desempenhado na esfera doméstica torna-se invisível. Assim sendo, as atividades desempenhadas pelas donas de casa correspondem àquilo que Arendt (2009) definiu como *labor*, em distinção ao que pode ser entendido como *trabalho*. O labor, para a autora, designa o esforço do corpo para atender às próprias necessidades biológicas, enquanto o trabalho refere-se à criação de coisas artificiais, resultantes do engenho humano que transforma

o mundo. O labor, em sua qualidade objetiva, é concebido como algo a ser produzido e consumido de acordo com o eterno movimento cíclico da natureza. O esforço despendido no labor esgota-se imediatamente, sem deixar vestígio possível de sua existência, além da perpetuação do processo da vida. O trabalho, por sua vez, “fabrica a infinita variedade de coisas cuja soma total constitui o artifício humano” (ARENDETT, 2009, p. 149) e produz bens duráveis, cuja existência persiste à finitude do próprio ser que os elaborou. Ao serem privadas da recompensa material para o esforço empreendido na esfera doméstica, as donas de casa frequentemente sofrem com a impossibilidade de uma relação objetiva no espaço público. Esse sofrimento transparece na fala de D. Anette a respeito das motivações que a levaram a profissionalizar a atividade amadora que desempenhara desde a infância:

Por que que eu entrei no ramo do doce? Porque o meu marido teve problemas. Faliu. E aí eu achei que eu tinha que ajudar de um jeito ou de outro. Aí eu me sentava na frente da televisão pra ver, e ficava ali parada, pensando: “não, eu tenho que achar uma coisa pra fazer. Eu não vim aqui pra ser nada. Eu tenho que me achar. E como é que eu vou entrar nesse mundo e sair dele sem ser nada. Só mãe? Do lar? Não”. Aí eu comecei a fazer os meus doces na cozinha ali de casa e comecei a sentir que eu podia ser útil.

Estimulada por uma situação de *necessidade*, D. Anette vislumbrou na produção artesanal de doces uma alternativa para desenvolver algum tipo de atividade rentável. Aos 45 anos de idade e sem qualificação que lhe permitisse conseguir uma colocação compatível com suas aspirações salariais, ela não teve alternativa senão buscar entre o seu repertório de conhecimentos incorporados alguma aptidão que pudesse se transformar em carreira. Assim como o início da profissionalização da atividade na família, através da iniciativa de D. Nilza Ruas, o início da trajetória profissional de D. Anette deu-se, em suas palavras, porque “o doce era uma coisa que a gente sabia fazer, era um conhecimento nosso, uma coisa que a gente gostava de fazer e podia também dar algum dinheiro”. Estimulada pelo exemplo da tia, D. Anette iniciou a produção na cozinha de casa, valendo-se dos utensílios domésticos e mantimentos do consumo familiar. Segundo seu relato, a fábrica que hoje emprega 15 funcionários, e também absorveu o marido e os filhos na atividade doceira, começou com “uma caixa de doce” preparados durante a noite para serem vendidos no centro de Pelotas na manhã seguinte.

Bom, quando eu comecei a fazer doce, aí o meu marido duvidou de mim: como é que eu, numa cidade do doce, ia fazer doce? Com a concorrência que tem? Ah, eu trabalhava dentro de casa na minha cozinha, ficava ali, mexia as massas. Eu sozinha ia fazendo e eu chegava a amanhecer o dia trabalhando ali, né. E fazia e aí entregava os doces, voltava pra casa, fazia o almoço, dava comida pros filhos... Aí dormia até às seis da tarde. Duas horas da tarde eu me deitava e dormia até às seis da tarde, e aí acordava de novo e começava a mexer minhas massas [...] Fazia aos poucos, botava na geladeira e deixava. Aí alguém me pedia e eu já tinha minha massinha pronta ali e fazia os docinhos, botava no forno [...]. E foi... Eu amanhecia os dias. Amanhecia e anoitecia os dias trabalhando, até que a minha filha e o meu marido viram que eu tinha... que eu tava indo, né! E aí começaram a me ajudar, viraram me ajudando. O meu filho

às vezes me ajudava, ficava até uma hora, uma e meia da manhã... Quando eles sentiam sono, eles se deitavam, mas eu sabia que eu tinha o compromisso. Eu é que tinha aquela responsabilidade e eu fazia.

O desestímulo por parte do marido, do qual D. Anette reclama, faz parte de uma estratégia masculina para dificultar a entrada da mulher no mundo do trabalho, visto que a chegada das atribuições profissionais provavelmente implicaria dificuldades no cumprimento das tarefas domésticas sob seu encargo. Além disso, a possibilidade da independência financeira feminina e, mais do que isso, de que a mulher viesse a se tornar chefe da família subverteria a ordem patriarcal em que a constituição ideal da família brasileira está fundamentada. Posto que, mesmo sofrendo as consequências da sobrecarga que lhe é imputada como provedor, o homem ainda tem dificuldade em aceitar que a mulher obtenha recursos financeiros próprios e seja gestora desses ganhos financeiros, porque isto põe em xeque a sua virilidade, gerando, por seu turno, na mulher, o sentimento da “mãe má” que, ao se dedicar à vida profissional, deixa de atentar com exclusividade às atividades domésticas. Igualmente, a mulher defronta-se com o fantasma da “feminilidade duvidosa”, ao ser criticada pela postura assumida, a qual inverte os papéis sociais, concedendo a ela a possibilidade de obter dinheiro e ter ambições econômicas até então restritas ao homem (SILVA NETO *et alii*, 2007). Quanto a isso, é importante pontuar que tanto D. Anette quanto sua tia, D. Nilza, tornaram-se conhecidas no mercado de doces usando os nomes de solteira, visto que os sobrenomes acrescentados depois do casamento não estavam associados à tradição da família Ruas. Atualmente, conforme conta D. Anette, seu nome tornou-se de tal modo conhecido na cidade, que não só ela e seus filhos são identificados pelo sobrenome como também o marido foi obrigado a adotá-lo. Esse fato demonstra que o sucesso profissional feminino permite, em algumas circunstâncias, que a mulher possa ocupar um *lugar de poder masculino* onde sua identidade de gênero não seja questionada como inferior ou desigual.

O ARTESANATO TRADICIONAL FEMININO E INCORPORAÇÃO AO SISTEMA CAPITALISTA ENQUANTO FORÇA DE TRABALHO

Entre as disputas que envolvem trabalho e família, o saber-fazer dos doces tornou-se um meio para o reconhecimento social para muitas mulheres pelotenses, a exemplo de D. Anette Ruas. À medida que a profissionalização da doceria artesanal transformou a atividade em empreendimento lucrativo para a cidade, o trabalho das doceiras tradicionais passou a ser celebrado em eventos públicos e tornou-se alvo de amplo interesse político no cenário regional. A Feira Nacional do Doce (FENADOCE), organizada anualmente pelo Clube dos Diretores Lojistas de Pelotas desde 1992, é o maior exemplo da importância da doceria artesanal para a economia da cidade. Assinalada como o evento comercial mais importante da região, a feira chega a movimentar 22 milhões de reais em negócios em um só ano (BIERHALS, 2011), e dinamiza diferentes setores da economia pelotense. Também é importante ressaltar o interesse de agências governamentais como o Sebrae/RS, que, desde 2006, desenvolve o Projeto Pólo de Doces de Pelotas com o objetivo de “propiciar aos doceiros [sic] o acesso ao mercado, desenvolvendo nele a característica de

empreendedor” e, desse modo, fazer com que “ele se olhe como empresário, pois em razão de ficar praticamente o dia inteiro envolvido com a produção em si, acaba não conhecendo seu cliente nem se vendo como empresário” (SEBRAE-RS, 2011). Igualmente dignos de nota são os movimentos para a patrimonialização dos *doces de Pelotas* e para a certificação de procedência da produção doceira da cidade. Inseridos no projeto *Inventário Nacional de Referências Culturais* (INRC), os doces de Pelotas foram identificados, documentados e registrados segundo metodologia do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico (IPHAN), em um processo que corresponde às primeiras etapas para o tombamento da doceria tradicional de Pelotas como um “bem cultural” da região (FERREIRA *et alii*, 2008). O Projeto Indicação de Procedência dos Doces de Pelotas, por sua vez, busca “profissionalizar os processos, implementando e melhorando as ferramentas de gestão, tecnologia e sistemas de rastreabilidade” da produção doceira artesanal (ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE DOCES DE PELOTAS, 2011).

Essas medidas são importantes, porque estimulam a celebração das tradições locais, a proteção do saber-fazer imanente à cultura da cidade e a permanência da doceria artesanal em um contexto fortemente caracterizado pela mecanização dos processos produtivos. Todavia, quando vistos sob a perspectiva das mudanças que têm transformado as feições da atividade “amadora” desde o início do processo de profissionalização da doceria pelotense, é possível notar que os saberes originalmente vinculados ao grupo de mulheres que os desenvolveram e cultuaram se tornaram apenas uma alegoria para legitimar essa produção e torná-la mais rentável. A inclusão do artesanato feminino na pauta dos debates sobre o desenvolvimento econômico da cidade de Pelotas pode, em última análise, representar a completa descaracterização da atividade, à medida que se converte em empreendimento público. Isso acaba por se tornar um problema porque o saber-fazer do doce é um conhecimento incorporado através de vivências individuais, experimentadas em um contexto de classe e gênero específico. Nas palavras de D. Anette Ruas, essa questão pode ser descrita da seguinte maneira:

Eu gostaria de poder sair daqui, como tem muitas [donas de doceria] por aí que chegam de carro e ficam o dia todo no escritório, não sabem nem quem são os funcionários. Mas eu não posso sair daqui. Eles [os funcionários empregados na fábrica de doces artesanais] não colocam ali o mesmo amor que eu coloco pra fazer os meus doces. Não são todos, claro que tem algumas pessoas ali que colocam e fazem bem feito, fazem até melhor que eu. Mas não tem quem faça tudo, não tem quem faça tudo como eu faço. Se eu passo uma tarde fora daqui, eu sei que as coisas não vão sair bem feitas, não vão sair do jeito que é pra sair. E tem uns que estão aqui há anos e não são capazes de fazer, e eu acho que nunca vão ser capazes de fazer a coisa como eu faço, porque não aprenderam... A mão de obra para esse tipo de serviço não existe. E falta a dedicação deles. Se estivessem todos trabalhando com a mesma dedicação, eu sei que eu não precisaria ter que colocar o meu olhar, o meu amor naquilo ali que o outro está fazendo. Mas acontece que se eles não fazem, eu é que tenho que fazer, porque isso aqui é a minha vida.

As iniciativas que visam proteger a tradição também funcionam como formas de divulgação mercadológica da doceria pelotense. Todavia, na medida em que os doces se tornam produtos apreciados para além das fronteiras da cidade, os processos de produção que os originaram passam a ser cada vez menos conhecidos pelo público consumidor. Ao mesmo tempo em que o resultado do trabalho das doceiras tradicionais ganha notoriedade, os esforços empreendidos para confeccioná-los tornam-se invisíveis e, nesse processo, a visibilidade que o trabalho feminino alcançou na esfera pública passa a ser novamente ocultada pelas relações de comercialização e consumo, a ponto do Sebrae fazer referência aos “doceiros”, “empreendedores”, “empresários”, no masculino. Disso decorre que a difusão da cultura do doce de Pelotas e a empresarização da atividade contribuíram para desincorporar o saber-fazer dessa prática artesanal e romper o vínculo que existia entre o produto e a pessoa que o produziu. Nas palavras de D. Anette, “colocar o olhar e o amor” nos doces é condição essencial para o sucesso da produção, mas esse tipo de contato se perde quando pessoas alheias à cultura doceira tradicional desempenham a atividade. De modo semelhante, quando o consumidor desconhece as características cultivadas ao longo das décadas pelas sucessivas gerações de mulheres cujos nomes e sobrenomes são verdadeiramente sinônimos dessa tradição, cópias inautênticas são aceitas no mercado e inclusive passam a concorrer com a produção original. A passagem descrita a seguir esclarece a opinião de D. Anette a esse respeito:

Eu não sei dizer se o certificado do doce de Pelotas lá fora vai influenciar alguma coisa aqui dentro da minha fábrica [...] No meu pensamento é assim: eu não sei se chegando ali em Porto Alegre, o cara vai chegar assim e comprar esse porque tem certificado ou ele vai comprar aquele outro que está mais barato? Eu não sei, porque tem gente de tudo que é lugar fazendo doce que diz que é de Pelotas. E as pessoas deixam de comprar aquele que todo mundo sabe que é de Pelotas, porque é feito pelas pessoas daqui que a gente conhece, porque o outro está mais barato.

Dessas considerações, decorre que a realização do artesanato, citando Fischer e Soares (2012, p. 331) “está intimamente relacionada com a identidade dessas mulheres, o que nos incita a considerarmos essa suposta dicotomia entre uma visão mais tradicional e uma visão mais mercadológica de uma outra forma”. A produção artesanal de doces representa aspectos peculiares das relações sociais, estilos de vida e construções de gênero que caracterizam um grupo social específico. Para os membros desse grupo, a exemplo de D. Anette Ruas, a prática artesanal é a vida em si: as memórias familiares, a expressão daquilo que “são”, a materialização das suas conquistas e os anseios de realizações futuras. Sem esses ingredientes, os doces de Pelotas podem continuar a existir através do tempo, mas deixarão de expressar verdadeiramente os significados culturais que encerram: serão apenas receitas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, nossa proposta foi discutir a questão da profissionalização de uma atividade artesanal amadora, identificada com a reprodução das identidades sociais de gênero e classe

de um grupo específico de mulheres. Nosso objetivo foi compreender como o artesanato feminino tradicionalmente desempenhado na esfera doméstica adentra o espaço público e é incorporado ao sistema capitalista enquanto empreendimento comercial. Para isso, tratamos aspectos concernentes à relação entre mulher e produção artesanal, bem como as especificidades que dizem respeito à classe social na qual a tradição artesanal se origina.

Através de fragmentos da narrativa autobiográfica de D. Anette Ruas, foi possível identificar que a profissionalização de uma atividade artesanal considerada “amadora” não se faz sem impasses e conflitos. Por um lado, a exposição da mulher na esfera pública provoca instabilidade no sistema patriarcal, cujas características concretas e ideais serviram de anteparo para forjar a identidade feminina hegemônica, e são frequentes as tentativas masculinas de impedir que as carreiras femininas se desenvolvam e alcancem sucesso. Isso implica que o delinear de um projeto profissional, a partir de uma prática costumeiramente identificada com a produção doméstica de consumo familiar, requer que a mulher desconstrua os padrões de comportamento esperados e estabeleça novos vínculos com o espaço público. Por outro lado, quando o artesanato feminino ganha notoriedade e se torna amplamente reconhecido, é comum que seja convertido em empreendimento comercial. Citando Colling (2004, p. 13) que afirma: “foi necessária muita criatividade para inventar a mulher como sujeito autônomo”, concluímos que será preciso muita criatividade para que o artesanato feminino consiga se desenvolver de forma autônoma.

REFERÊNCIAS

ARIÉS, P. **História Social da Criança e da Família**. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

ADAMSON, G. **Thinking through Craft**. Oxford e Nova Iorque: Berg, 2008.

ARENDT, H. **A Condição Humana**. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universiária, 2009.

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE DOCES DE PELOTAS. Projeto de apoio à gestão da indicação de procedência dos doces de Pelotas – proteção e agregação de valor. Pelotas, 2011. Disponível em: <<http://www.net28.com.br/projetoidg.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2011.

BADINTER, E. **Um Amor Conquistado**: o mito do amor materno. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

BECKER, H. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: HUCITEC, 1994.

BIERHALS, R. Resultado: Fenadoce encerra com metas alcançadas. **Diário Popular**. Pelotas, 4 jul. 2011. Geral, p. 4.

BOSÍSIO JÚNIOR, A.; MAGALHÃES, M.O. **A Doçaria Tradicional de Pelotas**. São

Paulo: Senac, 2003.

CALÁS, M. B.; SMIRCICH, L. Do ponto de vista da mulher: abordagens feministas em estudos organizacionais. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W.R. **Handbook de Estudos Organizacionais**: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais. Vol. 1. São Paulo: Atlas, 2006. p. 273-327.

CHADWICK, W. **Woman, Art, and Society**. Londres: Thames and Hudson, 1991.

COCKBURN, C. The material of male power. In: **Feminist Review**, Nova Iorque, n 9, outubro 1981, p. 41-58.

COLLING, A. A construção histórica do feminino e do masculino. In: STREY, Marlene Neves *et alii*. **Gênero e Cultura**: questões contemporâneas. Porto Alegre: EDIPUC, 2004. p. 13-38.

CORRÊA, M. Repensando a família patriarcal brasileira. In: **Cadernos de Pesquisa do Departamento de Ciências Sociais da UNICAMP**, vol 37, maio 1981, p. 5-16.

CUNHA, L. A. **O Ensino de Ofícios Artesanais e Manufatureiros no Brasil Escravocrata**. São Paulo: UNESP, 2005.

DELPHY, C. **The Main Enemy**. Londres: Women's research and resources centre, 1977.
D'INCAO, M. A. Mulher e família burguesa. In: DEL PRIORE, M. **História das Mulheres no Brasil**. 8ª ed. São Paulo: Contexto, 2008. p. 223-239.

DONZELOT, J. **Polícia das Famílias**. Rio de Janeiro: Graal, 1986.

FERRAROTTI, F. Sobre a autonomia do método biográfico. In: **Sociologia**: problemas e práticas. Lisboa, n 9, 1991. p. 171-177.

FERREIRA, M.L.; CERQUEIRA, F.; RIETH, F.M. O doce pelotense como patrimônio imaterial: o diálogo entre o tradicional e a inovação. In: **Métis**: história e cultura. Caxias do Sul, vol 7, n 13, jan/jul 2008. p. 91-113.

FINE, B. **Women's Employment and the Capitalist Family**. Londres: Routledge, 1992.

FISCHER, T.; SOARES, R. M. Maestria em artes e ofícios populares: uma questão de gênero. In: FREITAS, M. E. E.; DANTAS, M. **Diversidade Sexual e Trabalho**. São Paulo: Cenage Learning, 2012. p. 312-335.

FREITAS, M. E. O sexo do trabalho intelectual. In: FREITAS, M. E.; DANTAS, M. **Diversidade Sexual e Trabalho**. São Paulo: Cenage Learning, 2012. p. 203-235.

FREYRE, G. **Casa Grande e Senzala**. Rio de Janeiro: Global, 2006.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Os Sambas, as Rodas, os Bumbas, os Meus e os Bois**: princípios, ações e resultados da política de salvaguarda do patrimônio imaterial brasileiro. Brasília: IPHAN, 2010.

KON, A. Segmentação e informalidade do trabalho nas empresas, uma perspectiva de gênero. In: **Mulher e Trabalho**. Porto Alegre, vol. 6, 2006. p. 41-57.

LAMAS, B. **As Artistas**: recortes do feminino no mundo das artes. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2007.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. In: MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. p. 185-314.

MILLET, K. **Sexual Politics**. 5ª ed. Nova Iorque: Doubleday & Co., 2000.

MOURA, S. M.; ARAUJO, M. F. A maternidade na história e a história dos cuidados maternos. In: **Psicologia, Ciência e Profissão**. Brasília, vol 24, n. 1, 2004. p. 44-55.

PARKER, R. **The Subversive Stitch**: embroidery and the making of the feminine ideal. Londres: The Women's Press, 1984.

PEDRO, J. M. Mulheres do Sul. In: DEL PRIORE, M. **História das Mulheres no Brasil**. 8ª ed. São Paulo: Contexto, 2006. p. 278-320.

PEREIRA DE MELO, H. Gênero e pobreza no Brasil. In: **Relatório Final do Projeto Governabilidade Democrática de Gênero em América Latina y Caribe**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM), 2004.

PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO (PAB). **Glossário Do Programa Do Artesanato Brasileiro: Base Conceitual**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (2010).

QUEIROZ, M. I. P. de. Relatos orais: do “indizível ao dizível”. In: SIMSON, Olga de Moraes Von. **Experimentos com Histórias de Vida**. São Paulo: Vértice, 1988. p. 14-43.

RAGO, M. Trabalho feminino e sexualidade. In: DEL PRIORE, M. **História das Mulheres no Brasil**. 8ª ed. São Paulo: Contexto, 2006. p. 578-605.

REES, T. **Woman and the Labor Market**. Londres: Routledge, 1992.

ROSENTHAL, G. Biographical Research. In: SEALE, C. *et al.* **Qualitative Research**

Practice. Londres: Sage, 2004. p. 58-64.

SAFFIOTI, H. Trabalho feminino e capitalismo. **Perspectivas.** São Paulo, vol. 1, 1976. p. 119-163.

_____. O trabalho da mulher no Brasil. **Perspectivas.** São Paulo, vol. 5, 1982. p. 115-135.

_____. Força de Trabalho Feminina no Brasil: no interior das cifras. **Perspectivas.** São Paulo, vol. 8, 1985. p. 95-141.

SENNETT, R. **O Artífice.** São Paulo: Record, 2008.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RIO GRANDE DO SUL (SEBRAE-RS). Pólo de doces de Pelotas supera 2 milhões em vendas. Central de Notícias SEBRAE-RS. Porto Alegre, 26 de abril de 2011. Disponível em: <<http://www.sebrae-rs.com.br/central-noticias/memorias/polo-doces-pelotas-supera-2-milhoesemvendas/6285833.aspx>>. Acesso em: 31 out. 2011.

SILVA NETO, J. A. da *et alii*. Casal e dinheiro: convivendo com mudanças de gênero. In: STREY, Marlene Neves *et alii*. **Família e Gênero.** Porto Alegre: EDIPUC, 2007. p. 238-258.

SOIHET, R. Mulheres pobres e violência no Brasil urbano. In: DEL PRIORE, M. **História das Mulheres no Brasil.** 8ª ed. São Paulo: Contexto, 2006. p. 362-399.

VERGARA, S.; GOMES, A. P. Gênero no ambiente acadêmico. In: FREITAS, E. E.; DANTAS, M. **Diversidade Sexual e Trabalho.** São Paulo: Cenage Learning, 2012. p. 287-313.

YANNAOULAS, S. F. Iguais mas não idênticos. In: **Estudos Feministas.** Florianópolis, vol. 1, primeiro semestre, 1994. p. 7-16.

Marina Dantas de Figueiredo Doutoranda e Mestre em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS.

Neusa Rolita Cavendon Doutora em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS, Mestre em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS e Mestre em Antropologia Social pelo PPGAS/UFRGS, Bacharel em Administração e em Ciências Econômicas pela UFRGS. Professora Associada da Escola de Administração da UFRGS e pesquisadora do CNPq.



Foto: Marisa Vianna



Foto: Marisa Vianna

Estratégias de Profissionais em uma Cultura Distinta: Da Intramobilidade à Construção Artesanal da Interculturalidade Intranacional

Aline Craide e Tânia Maria Diederichs Fischer

Resumo Este estudo buscou identificar e analisar como quatro profissionais que realizaram a intramobilidade e foram contratados por organizações pertencentes ao Comitê de Fomento Industrial de Camaçari, na Bahia, percebem e vivenciam a interculturalidade intranacional. Para tanto, além da análise teórica sobre os conceitos-chave, realizaram-se entrevistas narrativas, as quais permitiram construir a história de vida destes quatro profissionais. Os resultados apontam que os profissionais percebem a intramobilidade como uma chance de crescimento profissional. Além disso, migrar para a Bahia gerou diferentes estranhamentos culturais, sendo que os desafios se atrelaram essencialmente ao âmbito pessoal. Apesar disso, constatou-se que a interculturalidade intranacional pode despertar bons sentimentos nas pessoas, mas pode se tornar prejudicial para as organizações, caso não haja preocupação com o suporte mínimo a esses profissionais que chegam com boas expectativas ao novo local de trabalho, o que torna o artesanato de si uma arte e não uma mera questão de sobrevivência em uma cultura diferente.

Palavras-chave Intramobilidade. Interculturalidade Intranacional. Gestão Artesanal. História de Vida. Gestão de Pessoas.

Abstract This study aimed to identify and analyze how four professionals who faced intramobility and were hired by organizations from the Camaçari Committee for Industrial Foment, in Bahia, realize and live intranational intramobility. Thus, beyond the theoretical analysis about key concepts, narrative interviews were carried out, which allowed building the life history of these four professionals. The results indicate professionals see intramobility as a chance for career growth. Furthermore, migration to Bahia generated cultural distresses, being the challenges essentially related to personal aspects. Nevertheless, it was found that intranational interculturality might arouse good feelings on people, although it may turn harmful to organizations if no support is given to these professionals moving full of hope to the new working place, what makes the

handicraft an art, and not a simple matter of survival in a different culture.

Keywords Intramobility. Intranational Interculturality. Handicraft Management. Life History. People Managemant.

INTRODUÇÃO

Discute-se amplamente que o século XX foi marcado por significativas mudanças no comportamento das organizações devido à globalização e à consequente abertura dos mercados. A competição, antes restrita ao âmbito local, assumiu proporções maiores, globais, fazendo com que algumas organizações reformulassem suas estratégias na busca por condições mais favoráveis de produção e de prestação de serviços, seja em termos de custos operacionais ou em função de incentivos fiscais consonantes com seus negócios.

Mais recentemente, muitas discussões sobre os impasses relacionados à competitividade organizacional, especialmente no Brasil, direcionaram-se à questão da carência de mão de obra qualificada com a qual alguns setores econômicos de determinadas localidades do país têm se deparado. Frente a essa situação, as organizações desenvolvem ações para tentar sanar esse problema como, por exemplo, a recontração de funcionários já aposentados, o incentivo à formação e à qualificação de trabalhadores locais ou, até mesmo, a admissão de pessoas de diferentes localidades do país para nelas trabalharem. Tais profissionais, ao decidirem migrar intranacionalmente em busca de melhores oportunidades para suas carreiras, realizam o que denominamos de Intramobibilidade, compreendida aqui como a movimentação interna em um país, atrelada a motivações profissionais.

Uma das possíveis consequências que surgem a partir da intramobibilidade será o encontro e a interação entre pessoas naturais de regiões culturais distintas de um mesmo país e/ou entre o indivíduo e os aspectos cotidianos da sua localidade de destino, processo definido e entendido como Interculturalidade Intranacional. Contudo, ressalta-se que, quando se discute questões inerentes à interculturalidade, pensa-se na internacionalização dos negócios e das pessoas, visto que a maioria das pesquisas referentes a essa temática preocupa-se em analisar aspectos relacionados às expatriações, apoiando-se, essencialmente, em estudos comparativos entre culturas nacionais (FREITAS, 2009a).

Entretanto, este olhar *lato sensu* acerca da interculturalidade leva à reflexão sobre a realidade do Brasil – país de vasta dimensão continental, alta diversidade cultural, etc. – e infere-se que, para perceber diferença cultural, o profissional não precisa cruzar fronteiras internacionais, pois, ao migrar entre estados no Brasil, ele tende a vivenciar estranhamentos culturais, sociais, climáticos, educacionais, econômicos, políticos e tornar-se um estrangeiro dentro de seu próprio país. Assim, considera-se pertinente pensar a interculturalidade sob uma perspectiva intranacional, uma das propostas centrais deste estudo. Logo, parte-se do pressuposto de que, ao realizar a intramobibilidade, o indivíduo enfrentará desafios

e perceberá diferenças e similaridades ao estabelecer contato com uma cultura regional distinta da sua. Nesse sentido, imagina-se que um dos *locus* em que ocorre a interculturalidade intranacional é o de organizações que possuem interesse ou necessidade em contratar profissionais naturais de distintas localidades de um mesmo país, com diferenciados hábitos, comportamentos, valores e atitudes, acarretando, dentro e fora do espaço organizacional, interações interculturais, das quais emergirão consequências (positivas ou negativas) para os indivíduos e para as organizações.

Porém, a maioria das organizações parece ainda não ter atentado aos desafios interculturais que surgem para os profissionais com a intramobibilidade, afinal acreditam que, pelo fato de estarem se deslocando dentro do território nacional, isso não requer atenção maior de sua parte, assumindo para si um papel de coadjuvante nesse processo. Assim, profissionais, de maneira solitária, para poderem “sobreviver” em outra cultura que, mesmo pertencente ao seu país, muitas vezes é bastante diferente da sua de origem, desenvolvem diferentes estratégias para a sua adaptação e integração. Não há regras ou receitas que ajudem essas pessoas a entenderem os novos códigos culturais, sendo, dessa forma, uma construção artesanal do processo de interculturalidade intranacional.

Destaca-se aqui que o conceito de autoconstrução artesanal ou do chamado “artesanato de si” (ARROYO, 2002), tem origens estabelecidas por Charles Wright Mills quando fundamenta o artesanato intelectual. Nesse sentido, o trabalhador intelectual forma-se a si próprio na medida em que trabalha para o aperfeiçoamento de seu ofício a fim de realizar suas próprias potencialidades e em quaisquer oportunidades que surjam em seu caminho acaba construindo um caráter que tem como núcleo as qualidades de um bom trabalhador (MILLS, 2009). No entanto, o exercício de qualquer atividade profissional implica em relações com outros, sendo a gestão um processo de ação relacional, um construir e reconstruir relações em contextos organizacionais e interorganizacionais.

Portanto, com o objetivo de entender como profissionais que realizaram a intramobibilidade em função de suas carreiras percebem e vivenciam a interculturalidade intranacional, foram realizadas entrevistas narrativas em profundidade, as quais permitiram construir a história de vida (HV) de quatro profissionais que realizaram a intramobibilidade no Brasil por iniciativa própria e foram contratados por organizações pertencentes ao Comitê de Fomento Industrial de Camaçari¹ (COFIC) na Bahia. Destarte, visou-se a compreender o processo de interculturalidade intranacional a partir das narrativas pessoais de partes significativas das vidas desses profissionais e descobrir quais as estratégias adotadas por esses indivíduos em sua mudança e chegada, durante sua integração e na sua permanência na cultura baiana, como integrantes da construção artesanal de suas carreiras.

Findas as considerações iniciais, a seguir será exposto o quadro teórico de referência representado por dois macroconceitos: Intramobibilidade e Interculturalidade Intranacional. Após, apresenta-se os procedimentos metodológicos adotados e a análise das HV. Por último, são traçadas as considerações finais apontadas para este estudo.

A INTRAMOBILIDADE

Antes de tratar acerca de questões inerentes à intramobilidade, faz-se necessário o entendimento do cerne desse conceito, a mobilidade. Isto porque a discussão sobre a mobilidade, conforme Freitas (2009), está na ordem do dia e parece ser emblemática dos novos tempos. Dessa forma, acredita-se que a compreensão sobre a mobilidade é fundamental para entender o ser humano, visto que, desde o nascimento até as viagens internacionais dos homens de negócio, ela está presente em todo lugar. Tal fenômeno também pode ser visualizado como progresso, liberdade, oportunidade e modernidade, sendo, assim, mais central tanto ao mundo como para nossa compreensão (CRESSWELL, 2006).

Diante dessas colocações, é importante destacar a ideia de que a mobilidade faz parte da história da humanidade (CRESSWELL, 2006; MAFFESOLI, 2006). Em função de doenças, colonizações, guerras e ditaduras, pessoas se movimentavam (ATTALI, 2003; FREITAS, 2009). Na época das grandes navegações, a busca pela descoberta de novos territórios fazia com que desbravadores e suas tripulações aventurassem-se além mar. Naquela ocasião, as situações que envolviam esse deslocamento eram bastante precárias. Hoje, felizmente, ou não, a situação mudou. Os meios de transporte são mais velozes e levam as pessoas rapidamente a novos destinos, sendo possível viajar para mais longe em um tempo menor (CRESSWELL, 2006). Há ainda a preocupação com a segurança dos passageiros e também com o seu conforto durante o percurso, razão, segundo Fernandez (2002), para o aumento no número de viagens.

Maffesoli (2006) fala que há uma pulsão migratória que ultrapassa meras questões racionais e de funcionalidade e que incita as pessoas a mudarem de lugar, de hábitos, de parceiros, para realizarem as múltiplas facetas de sua personalidade. Portanto, a confrontação com o que lhe é estranho permitirá ao indivíduo viver esta pluralidade adormecida ou renegá-la (FREITAS, 2009). Identifica-se que a movimentação das pessoas tem sido central na construção de modelos de mundo diferenciados, ao mesmo tempo em que tende a levar a maior intolerância e à tensão social. Portanto, acredita-se que a mobilidade deva ser uma relevante questão a ser contemplada pela gestão das organizações da contemporaneidade, uma vez que pessoas, e até mesmo as próprias empresas, têm, nos dias atuais, maior oportunidade e facilidade de deslocamento, fato que não pode deixar de ser considerado na elaboração e execução de estratégias organizacionais.

Porém, percebe-se que quando a mobilidade é tratada no âmbito da gestão, seu entendimento é direcionado ao deslocamento internacional, o qual, normalmente, tem certa capacidade de “glamourizar” as carreiras (FREITAS, 2009). Entretanto, qual a visão que se tem sobre a intramobilidade de profissionais? Além disso, em termos de carreira, quantas pessoas se dispõem a enfrentar as mobilidades internacional e intranacional em busca de melhores condições profissionais? Com vistas a responder a esses questionamentos, tal debate surge como tema central do Relatório de Desenvolvimento Humano (RDH) do ano de 2009 do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. O referido relatório evidencia que muito mais pessoas deslocam-se dentro de fronteiras do que para fora delas. No Brasil, onde

há cerca de 17 milhões de migrantes internos, a diferença entre as duas movimentações é bastante significativa, pois o RDH estima que aproximadamente 740 milhões de pessoas sejam migrantes internas, o que representa quase quatro vezes mais do que aquelas que se deslocaram internacionalmente.

Destaca-se que há considerável diferença entre as movimentações internas e externas a um país, visto que, normalmente, é mais plausível o trânsito dentro da própria nação. Contudo, e é aí que reside uma das reflexões deste estudo, pensa-se ser errôneo afirmar que obstáculos culturais serão enfrentados apenas em deslocamentos internacionais. Uma causa para que haja a predominância dessa linha de pensamento é que, em muitos estudos, as nações são consideradas como territórios culturais homogêneos.

Assim, ao discorrer e analisar sobre as migrações internas em um país, o Relatório do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA – (2010)² afirma que tal fato, muitas vezes, passa despercebido aos olhos de diversos analistas e pesquisadores em função da complexidade inerente ao assunto. O IPEA (2010, p.3) alega que esse descaso é fruto das migrações dentro de uma nação serem “submetidas às hipóteses mais óbvias, como a atração pelas ‘luzes da cidade’ ou a repulsão motivada por condições objetivas, econômicas e outras relacionadas ao mercado de trabalho”.

Salienta-se ainda que o migrante nem sempre é um sujeito sem lugar e inclassificável, uma vez que ele ocupa posições no mundo do trabalho (IPEA, 2010). Dados do IPEA (2010) apontam que os números das migrações e emigrações no Brasil são bastante expressivos e, dentre diversas análises trazidas pelo Instituto, três chamam atenção. O primeiro ponto refere-se, nos anos analisados, ao aumento do nível de escolaridade do migrante, considerada pelo IPEA (2010) como 12 anos ou mais de estudos. O Relatório alerta que, apesar do mesmo ter acontecido entre os não migrantes, o ritmo de crescimento escolar destes é menor. Assim, “não há razão para não se levantar a hipótese de que a escolarização aumenta a probabilidade de migração” (IPEA, 2010, p. 9). O segundo aspecto considerado importante apontado pelo Relatório do IPEA (2010) é o fato de o migrante auferir maiores rendimentos do que o não migrante. Por fim, o terceiro ponto diz respeito à parcialidade da ideia de que a migração significa pobreza, como afirma o Relatório do IPEA (2010).

Reitera-se, a partir dos dados apresentados, que a discussão e a reflexão em torno da intramobilidade tornam-se pertinentes frente ao cenário organizacional contemporâneo. E, atrelada à intramobilidade, deve-se ponderar sobre uma de suas consequências para profissionais e organizações, ou seja, sobre a interculturalidade intranacional, da qual alguns aspectos serão apresentados a seguir.

A INTERCULTURALIDADE INTRANACIONAL

Dos muitos conceitos que derivaram da cultura organizacional, a temática da

interculturalidade é considerada uma das formas mais atuais de analisar as questões culturais das organizações e tende a remeter os pesquisadores a novas reflexões, talvez mais próximas à realidade (BARBOSA; VELOSO, 2009; FREITAS, 2009; SCHNEIDER; BARSOUX, 2003). Entretanto, ao refletir sobre o tema da interculturalidade, percebe-se, como expõe Tanure (2007), que os encontros interculturais são tão antigos quanto a própria humanidade e começaram quando duas diferentes tribos se encontraram pela primeira vez, sendo intrínsecos à condição humana (DAVEL *et al.*; 2008). Pensa-se que, algumas vezes, esses encontros tinham uma postura pacífica e o intuito de realizar o comércio entre diferentes grupos. Porém, em outras ocasiões, resultavam em conflitos entre povos distintos. Isso porque, conforme Tanure (2007), os mesmos princípios básicos de comparação, preconceito e criação de estereótipos observados atualmente devem ter existido há milhares de anos. A interculturalidade, portanto, é o modo de desenvolvimento das sociedades para melhor e também para pior, uma vez que ela ocorre em contextos bem diferentes como guerras mundiais, genocídios, colonizações, migrações, mundialização econômica, financeira, esportiva, multicultural e intercultural (DEMORGON, 2002). Contudo, buscar uma interação construtiva, especialmente no âmbito organizacional, tornou-se fundamental nos dias de hoje, pois a interculturalidade deve remeter ao diálogo e ao entendimento para a ação, com vistas a atingir a eficiência nos negócios no mundo globalizado (BARBOSA; VELOSO, 2009). Assim, existem estudos que procuram entender como ocorre a interação entre pessoas de culturas diferentes em variados contextos. Nas pesquisas brasileiras, essa análise ocorre frequentemente quando os autores visam a entender o desdobramento dos relacionamentos entre estrangeiros e locais; quais as peculiaridades percebidas pelos investigados acerca das culturas; como reagem às diferenças e às semelhanças do “outro”. Alguns exemplos do interesse sobre o tema no Brasil, a partir do final da década de 1990, são os projetos como o coordenado pela Professora Maria Ester de Freitas da Fundação Getúlio Vargas sobre executivos franceses no Brasil e outro sobre Estrangeiros nas Organizações Baianas coordenado pela Professora Tânia Fischer na Universidade Federal da Bahia.

Um dos motivos para tal preocupação, conforme Barbosa e Veloso (2009), é que a questão da diversidade impõe à sociedade contemporânea uma árdua tarefa, ou seja, a de conservá-la sem perder a coesão social. O conceito de interculturalidade ajuda a entender a diferença no âmbito social e, mais especificamente, no organizacional (BARBOSA; VELOSO, 2009), visto que prevê a interação de grupos sociais identificados a conjuntos de valores e normas de conduta distintos. Cada cultura possui seus determinados padrões de significado, sendo que o que é comum para membros de uma cultura pode parecer estranho para membros de outro grupo social. Porém, Davel, Dupuis e Chanlat (2008) alertam que, ao pensar sobre um contexto intercultural, é importante delimitar qual tipo de cultura se está analisando, pois é possível falar em cultura local, regional, nacional, supranacional ou transnacional. Analogamente, Chevrier (2006) fala que um indivíduo pertence simultaneamente a diversos grupos sociais e participa de muitas culturas: nacional, regional, da profissão, etc. Portanto, em cada cultura, faz-se referência a um grupo humano pertencente a um conjunto de práticas, de valores e de simbologias (CHEVRIER, 2006).

Neste momento, é importante destacar que a interculturalidade vem sendo abordada e

analisada na maioria dos estudos e pesquisas internacionais e nacionais como o encontro entre culturas de países diferentes. Entretanto, considera-se que, sobre muitas premissas, preocupações com choques culturais e explicações referentes a esse conceito pode atribuir atenção ao encontro entre culturas regionais de uma mesma nação. Sendo assim, neste trabalho, denomina-se o encontro entre culturas regionais de *Interculturalidade Intranacional*, a qual busca, portanto, compreender como se estabelecem as interações entre pessoas naturais de regiões culturais distintas de um mesmo país e/ou entre o indivíduo e os aspectos cotidianos inerentes a uma localidade diferente da sua de origem. É importante esclarecer que entende-se a cultura regional como um espaço inserido em uma sociedade maior (no caso deste trabalho, um país) na qual são encontrados traços culturais homogêneos como valores, atitudes, hábitos e comportamentos que são compartilhados pelos seus membros e heterogêneos frente aos traços culturais de outras culturas regionais (adaptado de MUZZIO; CASTRO, 2008). Mesmo considerando-se que pode haver inúmeras possibilidades de demarcação dessas culturas regionais, delimitou-se a cultura regional em Estados e Distrito Federal.

As colocações de alguns autores subsidiam essa escolha. Adler (2002), por exemplo, afirma que não é preciso ir para o exterior para encontrar alguém com *background* cultural diferente. Semelhantemente, Schneider e Barsoux (2003) alertam que é bastante difícil saber quando uma fronteira que divide países é mais significativa do que as suas “fronteiras” internas. Assim, no interior de culturas nacionais existe diversidade cultural, importante a ser considerada, pois as culturas regionais são envolvidas pela geografia, história, forças políticas e econômicas, linguagem e religião e, dentro de algumas nações, os laços regionais fortes podem, até mesmo, competir com a identidade nacional (DUPUIS, 2008; SCHNEIDER; BARSOUX, 2003). Entretanto, Dupuis (2008) afirma que poucos pesquisadores se interessam sobre a análise de diferenças locais ou regionais no domínio da gestão intercultural. Lenartowicz e Roth (2001) acreditam que as pesquisas devem ter cautela em assumir uma homogeneidade cultural nacional, pois valores podem variar significativa e sistematicamente dentro das fronteiras de uma nação, colocações com as quais se coaduna (O quê??). Ademais, para os autores, pensar sobre as interações entre culturas regionais torna-se pertinente para refletir acerca do seu impacto sobre o desempenho das organizações.

Frente a essas colocações, observa-se que um dos possíveis *locus* de convivência entre culturas regionais distintas será o da organização na qual os profissionais que realizaram a intramobildade passarão a trabalhar. Nele, o indivíduo, “um estranho no novo ninho”, construirá artesanalmente estratégias a fim de interagir com pessoas de culturas regionais diferentes da sua, sejam elas pertencentes ao próprio local ou provenientes de outras localidades do país. Isso, de certo modo, sugere que as organizações estejam preparadas para essas situações a partir da implementação de uma gestão intercultural de pessoas voltada ao intranacional. Além disso, lembra-se que há as vivências no cotidiano da nova localidade que podem também influenciar na adaptação dos sujeitos e que, em alguns casos, tendem a impactar seu desempenho no trabalho.

Portanto, os apontamentos dos autores supracitados fazem com que se reitere a importância

da pesquisa aqui apresentada, a qual visa a refletir sobre essas questões a partir da análise da história de vida de quatro profissionais que realizaram a intramobildade em função de suas carreiras e que viveram e/ou ainda vivem a interculturalidade intranacional nos contextos privado e de trabalho. Todavia, antes de apresentar os resultados da pesquisa, é necessário elucidar os procedimentos metodológicos adotados na sua condução.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa possuiu um caráter qualitativo, abordagem que oferece aos pesquisadores diferentes métodos para condução da pesquisa empírica. Um deles é o chamado método biográfico, definido por Denzin (1988) como o estudo e a coleta de documentos de vida, existindo, ainda, vários modos de se escrever sobre a vida de pessoas. Dentre eles, há a abordagem de história de vida, adotada neste estudo por entendê-la adequada para analisar as vivências e percepções de profissionais em relação à interculturalidade intranacional, visto que os dados coletados são oriundos das narrativas destes sujeitos acerca de suas vidas ou de partes significativas delas. Pierre Dominice, um dos autores referenciais do movimento *histórias de vida em formação* destaca a importância em articular biografia e formação em todos os tempos e espaços de vida de uma pessoa (DOMINICÉ, 1990).

Retoma-se, novamente, o conceito de construção artesanal, pois a história de vida obtida por meio de narrativas autobiográficas pode revelar dimensões significativas das estratégias utilizadas pelos gestores ao longo dos períodos de vida em análise para aprender a lidar consigo e com outros.

A Abordagem de História de Vida

A utilização da abordagem de história de vida em pesquisas é relativamente recente. Hatch e Wisniewski (1995) afirmam que as raízes dos proponentes da HV datam da década de 1920, quando alguns antropólogos a utilizaram para descrever culturas nativas americanas. Na visão de Drummond-Abdala (2008), as histórias de vida são a ruptura com os métodos tradicionais de pesquisa sociológica, baseados em questionários estruturados de maneira rígida, pois permitiram uma análise mais aprofundada das experiências e dos valores partilhados por um grupo e enunciados por um indivíduo. Entretanto, a adoção de histórias de vida emergiu como área importante de pesquisa apenas a partir de 1980 e, atualmente, desperta o interesse de muitos pesquisadores, porque oferece alternativas de conectar as vidas e as histórias dos indivíduos para entender fenômenos humanos e sociais (HATCH; WISNIEWSKI, 1995).

A história de vida é um método biográfico que visa ao apontamento escrito da vida de uma pessoa baseada em conversas ou entrevistas narrativas em profundidade que ocorre quando o pesquisador solicita a uma pessoa que conte toda sua vida ou parte dela (DENZIN, 1988; BERTAUX, 1997). Verifica-se na literatura que o número de entrevistas deve ser tal que acumule material que permita comparações, a fim de se destacarem convergências

e divergências (QUEIROZ, 1988). Assim, o método mais utilizado para a definição do número e da duração da entrevista é o chamado critério de saturação, ou seja, quando o que é falado durante as entrevistas começa a se repetir e nada de novo e relevante ao tema é acrescentado (BARDIN, 1977). A representatividade, nesse caso, não é conseguida pelo grande número de entrevistas, mas pela riqueza de informações obtidas. Atkinson (2001) alerta que a coleta de dados para HV envolve a realização de duas a três entrevistas com cada um dos sujeitos investigados. Isso porque, como no primeiro encontro entre o pesquisador e o pesquisado a pergunta a ser feita é bastante ampla (*Gostaria que você me falasse de sua vida sobre determinado assunto*), permitindo que o entrevistado fale livremente sobre sua trajetória de vida, possivelmente alguns aspectos não serão evidenciados.

No presente estudo, os profissionais, conforme permite a abordagem de história de vida, foram escolhidos por acessibilidade e conveniência. Todavia, selecionaram-se pessoas que migraram de diferentes regiões do Brasil para trabalhar em distintas empresas pertencentes ao Comitê de Fomento Industrial de Camaçari (COFIC) na Bahia. À exceção da Região Norte, visto que não foram identificados profissionais originários dessa região brasileira, os demais haviam migrado das Regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste. Além disso, realizaram-se duas entrevistas com cada um dos quatro profissionais, conforme orientação de Atkinson (2001). No primeiro encontro com os entrevistados, como recomendado por alguns autores (HATCH; WISNIEWSKI, 1995; ATKINSON, 2001; QUEIROZ, 1988), solicitou-se apenas que os profissionais falassem livremente sobre suas vidas focando nas lembranças que tinham a respeito de interações com pessoas e com aspectos de outras culturas. Seguindo a recomendação de Bertaux (1997), manteve-se uma postura atenta sem ser passiva. Já na segunda entrevista, as perguntas feitas aos profissionais foram pontuais, baseadas nas lacunas de seus discursos anteriores e nos objetivos do estudo ainda não contemplados.

Desenvolveu-se um procedimento próprio de análise dos dados neste estudo, balizando-se na sistematização de análise feita por Closs (2009) e na orientação interpretativa de Denzin (1988). A primeira ação foi fazer a leitura e a interpretação de cada uma das HV, resgatando-se os relatos que evidenciassem experiências e significados interculturais considerados importantes pelos profissionais. Tais relatos constituíram-se em categorias amplas, pautadas em momentos de suas vidas e em experiências subjetivas. A partir disso, foi possível fazer uma síntese de cada HV, as quais se transformaram em mapas de associação de ideias (SPINK; LIMA, 2000), semelhantemente ao que fez Closs (2009) em sua pesquisa. Em seguida, estabeleceram-se as subcategorizações, tendo-se o cuidado de extrair apenas os momentos de interculturalidade narrados pelos investigados a fim de evitar a invalidação da utilização da abordagem de HV. Após, foram identificadas semelhanças e diferenças entre as categorias e outras foram redefinidas resultando, assim, na análise das histórias de vida dos profissionais, as quais serão apresentadas a seguir.

ANÁLISE DA INTERCULTURALIDADE INTRANACIONAL A PARTIR DAS VIVÊNCIAS E DAS PERCEPÇÕES DOS PROFISSIONAIS

Bertaux (1997) afirma que uma história de vida bem desenvolvida não demanda esforços sobre-humanos caso o pesquisador encontre sujeitos dispostos a falarem. Porém, o mais difícil, conforme o autor, é justamente achar voluntários. Tendo em vista as colocações de Bertaux (1997), torna-se importante afirmar que os quatro profissionais que aceitaram relatar suas histórias de vida para esta pesquisa, João, José, Ana e Luiz³, envolveram-se com este propósito. Explana-se que esses profissionais nasceram e residiram a maior parte de suas vidas nos seus estados de origem: Rio Grande do Sul (João), São Paulo (Luiz), Mato Grosso do Sul (José) e Paraíba (Ana).

Além disso, apesar de terem tido vivências interculturais antes da mudança para a Bahia, as narrativas de vida dos profissionais, no que tange ao aspecto interculturalidade intranacional, detiveram-se sobre suas experiências e percepções a partir da sua chegada ao estado e passaram a atuar profissionalmente junto a organizações do COFIC. Destaca-se, aqui, que não se pautou em idades específicas para distinguir os momentos de vida dos profissionais. Essa divisão, baseada na indicação de Denzin (1988), foi feita a partir da análise de experiências subjetivas dos indivíduos em distintos momentos de sua interculturalidade na Bahia. Portanto, para compreender as vivências e sentimentos, serão apresentados e analisados três períodos marcantes da vida dos entrevistados: a sua mudança e chegada ao novo local, período de integração à nova cultura e permanência na Bahia.

O Desafio da Mudança e da Chegada

Mudança, de qualquer natureza, gera, em muitas pessoas, incertezas e inseguranças. Quando se muda de localidade, mesmo que por escolha própria, os estranhamentos tendem a ser intensos. Deixa-se para trás hábitos, rotinas, família, amigos, certezas. Porém, a busca por crescimento profissional faz com que trabalhadores enfrentem esse desafio que, certamente, lhes proporcionará novas experiências. Os momentos da mudança e da chegada à nova localidade são cruciais no processo de interculturalidade, pois é quando as diferenças culturais, na maioria das vezes, serão mais perceptíveis.

José, ao retornar da Alemanha, onde cursou sua graduação, já sabia que teria que mudar de estado em função de sua carreira, pois, no Mato Grosso do Sul, disse ele, não visualizava boas oportunidades de emprego na sua área de formação, a engenharia. Sendo assim, iniciou a busca por uma colocação no mercado de trabalho brasileiro através do contato com amigos e conhecidos e também em *sites* de recrutamento da internet. O mesmo ocorreu com Ana, pois, desde a época da faculdade, tinha ciência de que, quando se formasse, teria que deixar a Paraíba para trabalhar em outro estado devido à carência de indústrias em sua terra natal. Assim, Ana, logo que se graduou em Engenharia de Materiais, recebeu uma proposta de emprego de uma empresa de Camaçari, o que a fez migrar para a Bahia. Nesses dois casos, é possível notar que a intramobibilidade não está somente ligada ao *desejo* de desenvolver a carreira em outro estado, mas também à *necessidade* de colocação no mercado de trabalho

devido à falta de oportunidades profissionais no local de origem. Todavia, *o desejo e/ou a necessidade* nem sempre partem apenas dos profissionais, visto que vem sendo amplamente divulgado que o Brasil, em função do seu crescimento econômico, está sofrendo de uma falta generalizada de mão de obra qualificada em diferentes áreas de atuação, especialmente na área de Engenharia.

Para João, migrar para a Bahia foi uma grande mudança, oportunizada justamente por essa questão, pois lembra que, quando foi contratado, havia grande demanda nas organizações lotadas nesse estado de engenheiros, sua área de formação. Assim, constata-se que algumas questões que perpassam a intramobildade não podem ser consideradas como uma responsabilidade apenas do profissional que busca um emprego em outro estado por vontade e/ou necessidade. Há, ao que parece, uma co-responsabilidade das organizações que, ao imporem o atributo da mobilidade como algo indispensável para seus profissionais, o fazem justamente porque necessitam dessa pré-disposição para sua competitividade no mercado (FREITAS, 2009) a partir da consolidação de um quadro funcional qualificado. Concorde-se, portanto, com a ideia de Freitas (2009, p. 253), a qual critica a aceitação de que a procura por uma colocação no mercado de trabalho fora do local de origem é uma busca solitária do profissional e que a responsabilidade das organizações nesse processo é somente a de “abrir as portas, dando-lhe uma oportunidade diferencial, quando este diferencial é condição competitiva para elas no mercado global”.

No caso de Luiz, sua procura por um emprego fora de São Paulo ocorreu, inicialmente, em função de um desejo seu de mudança. Almejava morar em um lugar mais sossegado e pensava na Bahia como uma boa alternativa. Quando surgiu a seleção para o Programa de *Trainee* da *Empresa*⁴, a qual possui uma fábrica em Camaçari, Luiz, formado em Engenharia Mecânica, se candidatou para o processo seletivo pensando em consolidar a sua vontade de mudança. Dessa forma, nota-se que, apesar de a motivação de Luiz ter sido inicialmente pessoal, procurou conjugá-la com o aspecto profissional.

José nunca havia se imaginado morando na Bahia, estado que ainda não conhecia. Antes de mudar definitivamente, foi à Bahia para fazer entrevistas para o atual emprego, ocasião em que ficou uma semana em Salvador. Naquele momento, já percebeu diferenças significativas na cultura baiana e em alguns aspectos do cotidiano local.

Já para Ana, algumas diferenças culturais foram e são até hoje bastante perceptíveis. Em primeiro lugar, ela destacou o culto à festa, “o culto da explosão momentânea que o baiano tem”, o que, segundo Ana, impacta negativamente o aspecto profissional: “então às vezes você levando para o profissional, se deixava de fazer alguma coisa porque estava perto de festa”. João relatou que ouviu muitos comentários pessimistas ao comunicar sua decisão de mudança para a Bahia: “o meu chefe meio que queria botar areia no meu negócio, dizendo que eu não ia conseguir morar na Bahia, que na Bahia não tinha supermercado, que o povo era devagar, que o serviço era ruim”. Entretanto, João disse que queria arriscar essa mudança. Percebe-se, em algumas passagens desses relatos, uma visão estereotipada da Bahia e dos baianos. Sabe-se que os estereótipos são figuras que isolam algumas das características de

um povo, geralmente as mais caricatas, as consubstanciam em um elemento simbólico dessa cultura e, apesar de não ser muito viável, oferecem a vantagem de serem fáceis de memorizar (FINURAS, 1999). Todavia, apegar-se a esse tipo de informação preliminar sobre uma determinada cultura pode prejudicar a atuação dos profissionais no novo contexto, uma perigosa armadilha intercultural, como adverte Drummond-Guitel (2008). Além disso, um dos maiores perigos que se corre com a criação de estereótipos é a generalização desses para todos os membros pertencentes a uma cultura.

Apesar do pessimismo de pessoas próximas, João estava muito otimista com a chance de morar na Bahia. Por praticar o surfe, para ele, morar e trabalhar em uma cidade litorânea era uma ideia bastante interessante. Ele lembra que a decisão de mudar para a Bahia foi tratada em conjunto com sua noiva Paula, a qual entendeu ser uma boa oportunidade de carreira para ambos, apesar de ela ter aberto mão de um sólido emprego que tinha em Porto Alegre. Essa situação vivida por Paula e João é um fato contemporâneo, porém analisado apenas em situações de deslocamentos internacionais. Adler (2002), nesse sentido, afirma que, com a crescente inserção feminina no mercado de trabalho, a tendência é de que, quando surge a oportunidade de mudança de localidade, a mulher abra mão de uma carreira, muitas vezes, promissora no lugar de origem, para acompanhar o seu cônjuge. Tais questões são bastante discutidas por pesquisas que tratam acerca da expatriação de profissionais. Porém, nota-se, a partir do vivenciado pelo casal Paula e João, que a conciliação da carreira do casal em processos de deslocamento é um desafio que também ocorre no nível intranacional, podendo, assim, ser considerada uma situação artesanal inerente à gestão intercultural nas organizações.

No início, Luiz recorda que eram muitas questões a ajeitar em sua nova vida na Bahia. Preocupação, Principalmente, em relação à moradia, mas também em como se locomover e fazer as coisas na cidade. Para ele, as dificuldades de adaptação à cultura e ao cotidiano eram tão grandes quanto se a mudança tivesse ocorrido para outro país: “mas se fosse aqui ou se fosse na Indonésia seria a mesma coisa. Tanto faz”. Diante dessa colocação de Luiz, reitera-se a importância de se compreender a dinâmica intercultural no nível intranacional. Da mesma forma que Luiz, outros profissionais também tiveram barreiras a transpor na busca por uma residência. José, por exemplo, aponta que essa foi uma das maiores dificuldades enfrentadas durante o seu processo de mudança e apenas conseguiu alugar um apartamento quando teve a ajuda de um amigo local, o qual lhe ensinou “como alugar um apartamento em Salvador”. A dificuldade de João atrelou-se à época em que mudou para Bahia, o verão, em função de Salvador ser uma cidade bastante visitada por turistas do mundo todo nessa estação do ano. Freitas (2009a) trata sobre as questões dos estranhamentos e das dificuldades que enfrentam as pessoas quando em contato com outra cultura, situação que expõe o indivíduo ao desconhecimento dos artefatos mais primários, podendo abalar sua autoestima pela simples razão de ele sentir-se um incompetente para lidar com coisas aparentemente banais, mas que assumem o caráter de teste de sobrevivência.

Pretende-se sugerir com isso que, caso a empresa não queira ter prejuízo com a contratação de um profissional de outro estado o qual, em função de não se ajustar à nova cultura, venha,

até mesmo, a solicitar o seu desligamento, deveria preparar-se para oferecer instruções básicas sobre os modos de vida, aspectos cotidianos e questões culturais em relação à nova localidade, desenvolvendo efetivamente uma gestão intercultural de pessoas voltada ao intranacional (CRAIDE *et al.*, 2010). Ademais, independentemente se a empresa expatria, transfere intranacionalmente ou contrata um profissional de outra região do Brasil, ela espera que, no momento em que a pessoa chegar ao local de destino, esteja pronta para assumir suas funções. Porém, ao que parece, muitas organizações não têm considerado que os transtornos que surgem, especialmente no âmbito pessoal e que são inerentes a uma mudança, podem abalar negativamente o desempenho dos profissionais recém-chegados na nova cultura. Não se deseja sugerir que a organização assuma uma postura paternalista para com os novos contratados. Entretanto, algumas ações simples podem facilitar a vida desses sujeitos que chegam com boas expectativas profissionais e pessoais ao novo destino.

O relato de Luiz reforça essas colocações, pois, em sua opinião, mesmo entendendo que não seja obrigação da empresa cobrir despesas como hotel, passagem, deslocamentos na cidade etc., para quem está sendo admitido de outra localidade do país, considera que a organização poderia oferecer suporte se indicasse hotéis para as pessoas se hospedarem, informar como os profissionais fazem para chegar à empresa, como pegar um ônibus: “parece que a ideia é dificultar ao máximo para te testar [...] ela (empresa) simplesmente te fala ‘a data de admissão é esta aqui, você vai começar a trabalhar nesta data’”. Para Luiz, qualquer tipo de suporte seria válido, até mesmo um mapa indicativo de como chegar ao local de trabalho. “A *Empresa* não deu nenhum subsídio em termos de dizer: ‘você quando vier para cá, pegue o mapa para o lugar tal, aqui tem um mapa para chegar aqui’, porque a *Empresa* não está no *google maps*, nem que você quisesse, conseguiria chegar na empresa pelo Google”.

Dificuldades durante a mudança e na chegada ao novo local de moradia e de trabalho, expectativas não atendidas, estranhamentos culturais, mudanças de hábitos, clima diferente, perda e reconstrução da identidade, saudade dos familiares e dos amigos aliados à falta de suporte da organização tendem a impactar significativamente no processo de integração no novo cotidiano, questões que serão analisadas a seguir.

O Desafio da Integração

Após a vivência de choques culturais e percepção de estranhamentos em relação à nova localidade, a tendência é que, paulatinamente, esses sentimentos diminuam e a integração à nova cultura comece a ocorrer. Conforme Joly (1996, p. 107), esse é um momento crucial na vida de qualquer sujeito em uma nova realidade.

Para Luiz, não existe povo igual ao baiano que, se por um lado as pessoas são muito solícitas “igual o baiano não existe e ele te chama pra ir para a sua casa sem te conhecer, mal você está bêbado com o cara; comenta de você [...]”; por outro, “invadem um pouco a sua privacidade, eles acabam invadindo muito do seu espaço, mais do que eu aceitaria como normal [...]”. Tais colocações de Luiz encontram respaldo explicativo na discussão sobre Gestão do Espaço de

Hall (1990), a qual explana que a cultura pode determinar a maneira como as pessoas tratam o espaço exterior (físico) e o espaço interior (pessoal), os quais são bastante particulares de cada indivíduo. É a bolha cultural que criamos ao nosso redor e que determina o quanto permitimos que as pessoas se aproximem de nós. Assim, o discurso de Luiz evidencia que pessoas de culturas regionais diferentes tendem a ter tamanhos de bolhas diferentes.

Os relatos das quatro histórias de vida dos profissionais não evidenciaram a percepção de diferenças significativas no contexto de trabalho, apesar de todos terem alegado que trabalham e interagem diariamente com pessoas de diferentes regiões do país. Nesse sentido, Ana discorreu sobre uma interessante questão. Para ela, um dos maiores aprendizados adquiridos a partir da convivência no trabalho com pessoas de culturas regionais distintas foi a possibilidade de perceber que não existe o certo ou o errado. “Não é porque é paulista ou carioca que ele sabe mais. Todo mundo tá passível de erro, todo mundo é igual”. Além disso, para Ana, quando pessoas de várias partes do país entram no espaço organizacional, se tornam iguais perante as regras e, para crescerem na empresa, devem cumprir as normas estabelecidas. As colocações de Ana levaram à inferência sobre outras questões. Será que ao ingressarem no contexto de trabalho, as pessoas deixarão para trás todo o seu *background* cultural e passarão a agir estritamente conforme os códigos de comportamento ditados pela cultura da organização? Indaga-se, ainda, se os profissionais assumiriam um comportamento esquizofrênico, desligando o seu “botão cultural próprio” ao adentrar no espaço de trabalho e religando-o ao sair dele; de alteridade, buscando reconstruir sua identidade na interação com outras culturas regionais; ou de sobrevivência, pois a mudança de comportamento cultural garante a manutenção de seu emprego. Pensa-se que essas são importantes questões a serem refletidas.

Entretanto, no que tange à integração dos profissionais no cotidiano local, todos os quatro entrevistados alegaram que passaram e ainda passam por inúmeras e densas dificuldades. Além disso, desenvolveram diferentes estratégias para se integrarem à cultura local. José, por exemplo, disse que procurava ir ao cinema e a *shoppings*. Sempre notava muitas diferenças no jeito dos baianos se comportarem (despreocupados) e também em relação aos hábitos alimentares dessa cultura, como, por exemplo, o fascínio da culinária baiana pelo tempero do coentro. Luiz, por outro lado, não teve problemas relacionados à alimentação, mas lembra que a sua integração cultural na Bahia foi um difícil processo. Sentia falta dos hábitos que tinha em seu estado e, sobretudo, de seus amigos. Disse que, no início, teve que se redescobrir e conhecer novas pessoas. O resultado, segundo ele, foi o estabelecimento de amizades tão fortes quanto as que já tinha em São Paulo. Porém, antes disso ocorrer, “se afundou no trabalho” por um ano e meio, dedicando-se inteiramente a este.

A integração cultural de João foi, inicialmente, mais tranquila. Todavia, a integração de Paula, especialmente em relação à sua recolocação no mercado de trabalho local, foi um difícil processo vivenciado. Foi um momento crucial na vida do casal, recordou João, especialmente porque ele tinha medo que Paula resolvesse voltar para Porto Alegre, decisão que ele, a princípio, não assumiria para si. Depois de dois meses na Bahia, Paula conseguiu um emprego, o que fez com que se inserisse no mercado de trabalho baiano.

A literatura que versa sobre expatriação é enfática ao afirmar que o maior motivo de fracasso nesses processos é a não adaptação do cônjuge à nova realidade cultural. Isso porque, enquanto o esposo (normalmente a mudança ainda se dá em função do homem) está trabalhando, buscando comprovar que a expatriação valeu a pena, a mulher está interagindo diretamente com a cultura local, perdida e desamparada diante dos novos códigos culturais (FREITAS, 2009a). Nota-se que essas dificuldades de adaptação, a partir do exemplo de Paula e João, tendem também a ocorrer quando o deslocamento para acompanhamento do marido (ou noivo, nesse caso) acontece a nível intranacional.

É importante reforçar que os percalços vividos pelos entrevistados, bem como o estranhamento à cultura da Bahia, também poderiam ser vivenciados em mudanças para outros estados ou países. Porém, a análise deste estudo buscou compreender as percepções e vivências atreladas à interculturalidade intranacional na Bahia. Sendo assim, apesar de algumas opiniões fortes e, algumas vezes, pejorativas dos entrevistados, essas evidenciam a maneira ainda artesanal como esses lidam com as reais dificuldades que enfrentaram (e que ainda enfrentam) em sua interculturalidade nesse estado. Notou-se, porém, que cada um deles desenvolveu estratégias que facilitassem o seu ajustamento cultural, as quais tendem a impactar na sua permanência na nova localidade.

O Desafio da Permanência

Nenhum entrevistado disse que visualiza, pelo menos a longo prazo, a Bahia como um lugar de permanência. Essa opinião tende a ser explicada pelo fato de que os quatro profissionais consideram a disponibilidade à mobilidade profissional como algo essencial para o crescimento de suas carreiras. Vale ressaltar que esse espírito nômade, presente na vida dessas pessoas, pode ser justificado por suas idades, as quais variaram de 26 a 33 anos. São, por conseguinte, jovens profissionais, com a carreira em construção e que ainda têm fôlego para enfrentar os desafios inerentes a um processo de mobilidade.

Para Ana, por exemplo, a mobilidade proporciona adquirir e levar conhecimentos, compartilhar experiências, o que gera, para ela, crescimento pessoal e profissional. Assim, a única mulher entrevistada, afirmou que, ao pensar a longo prazo, visualiza a Bahia como um lugar de passagem. Porém, a curto e médio prazos, não tem a intenção de deixar o estado, devido à constante ascensão de sua carreira desde que passou a trabalhar na empresa em que está atualmente. Pondera, porém, que o lado pessoal acaba sendo impactado negativamente por estar longe de sua família.

Já José, ao chegar à Bahia, disse que vivenciava muitas diferenças culturais no cotidiano local, mas não ao ponto de lhe fazer querer voltar. Percebia que era diferente, um pouco estranho, mas eram diferenças que, segundo ele, “davam para suportar”. Todavia, atualmente, esses estranhamentos não são mais percebidos por esse profissional, mas, mesmo com uma melhor adaptação, José não se enxerga na Bahia por muito tempo. Não, porque não goste, mas porque, profissionalmente, a permanência nesse estado não é interessante. Assim, sua

saída da Bahia estaria atrelada a aspectos profissionais e resultaria em outros deslocamentos, considerados por ele como fundamentais em virtude de sua carreira.

Contrariamente, Luiz, desde que chegou à Bahia, disse ter passado por muitas situações que lhe faziam constantemente pensar em voltar para São Paulo. No entanto, por ter sido uma escolha própria, acreditava que tinha que vencer esse desafio pessoal. Ele relatou que seu retorno, a cada dia que passa, torna-se mais difícil, pois, desde que foi contratado pela *Empresa*, igualmente a Ana, não parou de ascender profissionalmente. Mesmo assim, a Bahia, para ele, é um lugar de passagem.

Já João visualiza que conseguiu na Bahia seguir um ramo de atuação dentro da área de engenharia do qual gosta, trabalhar no que tem prazer e crescer profissionalmente. Porém, ao contrário de Luiz, João não tem planos de sair da Bahia, tampouco deseja, em virtude de ter obtido uma melhora significativa na sua qualidade de vida. Porém, profissionalmente, ainda sente que tem algo a mais lhe esperando e foi justamente esse sentimento que o fez deixar Porto Alegre para alçar voos mais altos.

Todavia, mesmo havendo essas diferentes percepções, nenhuma anulou o apontamento de vivências impactadas por diferenças culturais da Bahia, a qual, para os entrevistados, possui muitos desafios cotidianos a serem superados. Diante disso, percebe-se que os profissionais acabam criando formas particulares para melhorar suas vivências pessoais e profissionais. O desconforto maior de José em relação à cidade é o trânsito, sendo que, para ele, além da distância entre o trabalho e a sua residência (cerca de 45 km), incomoda-lhe também o intenso tráfego de veículos no trajeto. Apesar de a empresa para a qual trabalha oferecer transporte particular aos seus funcionários, diz que não o utiliza, pois, nesse caso, o deslocamento demoraria ainda mais. Para minimizar tal transtorno, ele e mais três colegas de trabalho fazem um rodízio de carros, ou seja, cada dia da semana um deles vai dirigindo para a empresa.

A questão do trânsito em Salvador e da estrada que liga a capital ao Polo Industrial de Camaçari também incomoda profundamente a Luiz: “eu estava a ponto de pedir demissão. Dirigir é uma coisa que eu tenho que excluir da minha vida, me faz muito mal”. Nota-se que esse fator, o qual é visto como algo ruim no lado pessoal de sua interculturalidade na Bahia, foi citado por ele como um aspecto que impacta diretamente seu desempenho no trabalho. Ademais, outro motivo de queixa é o fato do Polo Industrial ficar bastante isolado da cidade, “no meio do nada”, segundo o profissional. Isso inviabiliza que as pessoas possam cuidar de questões pessoais como ir ao banco, fazer uma consulta médica durante o horário de almoço, ir a um cartório, etc. Esse fator também afeta o seu lado profissional, como relatado por ele. Luiz, porém, expôs que tem consciência de que muitas ações estejam fora do alcance da organização, sendo questões com as quais os próprios funcionários que optam por trabalhar nesse polo industrial terão que conviver, inclusive ele próprio. Todavia, pensa-se que alertar as pessoas em relação a esses aspectos poderia e deveria ser uma atitude das empresas, visto que muitas ainda não tomam medidas específicas a fim de fazer face às diferenças culturais, incluindo-se aqui o contexto onde se inserem. Uma atitude de Luiz

para que sua permanência na Bahia seja melhor foi ter mudado para um bairro central da cidade de Salvador, onde há um *shopping* e um supermercado em frente ao seu apartamento. Ele avalia que essa mudança melhorou consideravelmente a sua qualidade de vida.

Já Ana incomoda-se quando as pessoas generalizam o Nordeste, pois, mesmo tendo nascido em um dos estados dessa região, percebe-se diferente dos baianos. Para ela, há muitas dificuldades de convivência com aspectos locais na Bahia, colocação que leva à reflexão de que, mesmo que estados sejam pertencentes à mesma região do país, não significa que sejam próximos culturalmente. Deve-se, portanto, ter cuidado em não adotar uma visão homogênea sobre o comportamento das pessoas apenas porque elas são oriundas de uma determinada região, de um país, de um estado, etc. Haverá peculiaridades culturais que tendem a aproximá-las, mas não se pode generalizar.

João também disse que percebe muitas diferenças culturais em relação à Bahia, especialmente no que tange à prestação de serviços. Porém, o lado positivo que João apontou é o das amizades que fez com baianos. João alegou não perceber incompatibilidades nessas interações pelo fato de ser gaúcho o que, para ele, é um aspecto positivo. Contudo, relatou que algumas características inerentes à sua origem cultural lhe prejudicaram profissionalmente. Assim, os maiores problemas interculturais de João ocorreram dentro da organização para a qual passou a trabalhar desde que chegou à Bahia. Mesmo tendo um discurso que enaltece a diversidade cultural, a empresa em que trabalha, na prática, condena quem tenha algum tipo de comportamento que destoe do considerado culturalmente adequado. Conforme João expôs, por ter um perfil mais focado em resultados, característica, segundo ele, de sua origem gaúcha, é visto como uma pessoa agressiva e com problemas de comportamento. Essa postura prejudicou seu crescimento na *Empresa*, justamente pelo fato de as pessoas acharem que ele tem um comportamento hostil. Ao dar-se conta dessa situação, João decidiu mudar a sua forma de se comunicar, sem deixar transparecer seu sotaque gaúcho, além de ter adotado atitudes mais sutis no dia a dia de trabalho.

Anteriormente, foi questionado se pessoas que deixam para trás o seu *background* cultural em prol de uma adequação de comportamentos dentro da organização assumiriam uma postura esquizofrênica, de alteridade ou de sobrevivência. Verifica-se que João adota essas três atitudes. Primeiramente, porque no seu lado pessoal, por exemplo, não deixou de se expressar como um legítimo gaúcho, com sotaque e com os verbos conjugados na segunda pessoa do singular. Além disso, assumiu, no ambiente de trabalho, uma atitude de alteridade, visto que vem reconstruindo sua identidade a partir do reconhecimento de outras formas de comportamento. Por fim, essa mudança comportamental de João representa, sim, uma atitude de sobrevivência, a manutenção de seu emprego a partir da adoção de uma postura considerada adequada pela organização e que impacta diretamente sua permanência na Bahia, lugar em que gosta muito de residir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo buscou identificar e analisar como quatro profissionais que realizaram a intramobildade em função de suas carreiras percebem e vivenciam a interculturalidade intranacional, confirmando estratégias de convivência com o contexto de forma artesanal. Para tanto, além da análise teórica, foram feitas entrevistas narrativas em profundidade que permitiram construir a HV desses profissionais. É importante afirmar que a adoção da abordagem de história de vida para entender as vivências e percepções acerca da interculturalidade intranacional revelou-se um método apropriado em função da densidade e detalhamento dos dados obtidos.

Identificou-se que, atualmente, os profissionais, ao terem acesso mais fácil a oportunidades em diferentes partes do país, percebem a Intramobildade como uma chance de crescimento profissional. Além disso, ser uma pessoa potencialmente móvel é um pré-requisito fundamental nos dias de hoje, conforme apontaram os investigados. Assim, deixam em seus estados família, amigos, certezas, com o intuito de terem uma vida profissional que lhes garanta maior segurança e sucesso. Todavia, há aqueles que têm que buscar no alhures (re) colocações no mercado de trabalho em função da ausência de oportunidades no seu local de origem. Mesmo as pessoas que identificam a intramobildade como a chance para a melhoria de sua qualidade de vida e como uma resposta para anseios pessoais, não desatrelam do deslocamento questões profissionais. Portanto, as pessoas se movimentam para onde estão as oportunidades, basicamente ligadas à carreira.

Ademais, realizar a intramobildade para a Bahia gerou diferentes estranhamentos culturais nos quatro profissionais, visto que a mudança e a chegada a essa localidade foi um árduo processo na vida de Ana, João, José e Luiz. Houve, portanto uma verdadeira construção artesanal de estratégias para fazer frente à interculturalidade intranacional, pois muitos dos desafios encontrados pelos entrevistados não estavam previstos por eles, tampouco evidenciados em literatura especializada.

Nesse período, constatou-se que os desafios em relação à interculturalidade intranacional estiveram essencialmente atrelados ao âmbito pessoal. Ao chegarem ao estado, enfrentaram dificuldades, sendo que a mais significativa relacionou-se à busca por um lugar para residir. O profissional, nesses casos, sente-se um estrangeiro dentro de seu próprio país por não entender lógicas aparentemente simples de como alugar um apartamento ou ainda por não saber como se movimentar na nova localidade. Em função disso, sentiram falta de amparo da organização que lhes contratou para trabalhar na Bahia, visto que, em sua percepção, simples ações teriam sido importantes no momento inicial de interculturalidade intranacional na Bahia.

Além disso, a convivência com os aspectos cotidianos da cultura baiana fez emergir percepções acerca de questões já bastante discutidas pela literatura que trata sobre expatriação e gestão intercultural em ambientes internacionais como a gestão do espaço (HALL, 1990), conciliação da carreira do casal e adaptação do cônjuge à nova realidade cultural.

Tais evidências sinalizam que deve haver também reflexões sobre esses temas em situações de intramobildade e consequente interculturalidade intranacional, aspectos discutidos no presente estudo e que denotam, novamente, a construção artesanal de estratégias para lidar com as questões inerentes à interculturalidade intranacional.

Porém, verificou-se que há significativos ganhos quando as pessoas passam a interagir com culturas regionais distintas da sua. O amadurecimento pessoal e profissional foi um fator relatado pelos entrevistados, além do estabelecimento de novas amizades. Contudo, o aprendizado em relação à inexistência de culturas melhores ou piores, certas ou erradas, tende a ser a consequência positiva mais significativa resultante da interculturalidade intranacional. Tornar-se uma pessoa mais tolerante e menos etnocêntrica frente à diversidade cultural é uma importante competência intercultural que deve ser desenvolvida pelos profissionais da contemporaneidade, à medida que a mobilidade é estimulada e facilitada, oportunizando, cada vez mais, encontros interculturais, sejam entre culturas regionais ou nacionais.

Portanto, a interculturalidade intranacional, ao que parece, tem a capacidade de despertar esse tipo de sentimento nas pessoas, tornando-as mais preparadas para desafios futuros, visto que a convivência com pessoas de outras culturas, mesmo regionais, pode “favorecer um maior autoconhecimento, um melhor conhecimento do outro, que ela poderá reduzir intolerâncias nas suas diversas faces, que pode gerar uma humanidade mais acolhedora à sua própria diversidade” (FREITAS, 2009; p. 111). Diretamente, verifica-se que as organizações se beneficiarão desses sentimentos despertados em seus profissionais, os quais, por possuírem uma leitura interpretativa mais aberta a diferentes questões culturais, poderão apresentar opiniões mais criativas no contexto organizacional. Desse modo, a interação entre culturas distintas tende a favorecer as organizações pela heterogeneidade de visões, mas pode se tornar prejudicial para o negócio, caso não haja preocupação com o suporte mínimo a esses profissionais que chegam com boas expectativas ao novo local de trabalho. Apontase, portanto, que as organizações que contratam pessoas de diferentes localidades do país por interesse ou necessidade (como ficou constatado nesse estudo), devem refletir sobre a consolidação de uma gestão intercultural de pessoas, voltada ao intranacional para poderem atender algumas demandas que surgem com a interculturalidade intranacional (CRAIDE *et al.*, 2010), tornando, assim, o artesanato de si uma arte e não uma mera questão de sobrevivência em uma cultura diferente.

NOTAS

- 1 Camaçari: cidade que fica a aproximadamente 41 km de Salvador. Seu polo industrial possui cerca de 60 empresas. Entrou em operação em 1978 (DANTAS, 1993; <<http://www.camacari.ba.gov.br>> Acesso em: 30 set.2009).
- 2 Chamou-se esta referência de IPEA (2010).
- 3 Nomes fictícios atribuídos aos profissionais que participaram da pesquisa.
- 4 Adota-se o termo *Empresa* quando o entrevistado cita o nome da organização.

REFERÊNCIAS

- ADLER, N. **International Dimensions of Organizational Behavior**. 4.ed. Cincinnati: South-Western, 2002.
- ARROYO, M.G. **Ofício de Mestre: imagens e auto-imagens**. 6.ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.
- ATKINSON, R. The Life story interview. In: GUBRIUM, J. F.; HOLSTEIN, J. A. **Handbook of Interview Research: context & method**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.
- ATTALI, J. **L'homme Nomade**. Paris: Editions Fayard, 2003.
- BARBOSA, L.; VELOSO, L. A cultura do outro: interculturalidade e dialogia nas empresas. In: BARBOSA, L. (coord.). **Cultura e Diferença nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Presses Universitaires de France, 1977.
- BERTAUX, D. **Les Récits de Vie**. Paris: Éditions Nathan, 1997
- CHEVRIER, S. **Le management Interculturel**. Paris: Presses Universitaires, 2006.
- CLOSS, L.Q. **Transformações Contemporâneas e suas Implicações nos Processos de Sprendizagens de Gestores**. 257f. Tese (Doutorado). – Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
- CRAIDE, A.; DRUMMOND-ABDALA, V.; DE BRITO, A. “Eu Vim de Lá, (Mas Ninguém Avisou!)”: reflexões sobre estratégias de Gestão de Pessoas voltadas à interculturalidade. XXXIV ENCONTRO ANUAL DA ANPAD. Rio de Janeiro: **Anais EnANPAD**, 2010.
- CRESSWELL, T. **On the Move**. New York: Routledge, 2006.
- DAVEL, E.; DUPUIS, J.-P.; CHANLAT, J.-F. **Gestion em Contexte Interculturel**. Quebec: Les Presses de L'Université Laval, 2008.
- DEMORGON, J. **L'Histoire Interculturelle des Sociétés**. 2.ed. Paris: Anthropos, 2002.
- DENZIN, N.K. **Interpretive Biography**. v.17. Newbury Park: SAGE, 1988.
- DOMINICÈ, P. **Histoire de Vie comme Processus de Formation**. Paris, L'Harmattan, 1990.
- DRUMMOND-ABDALA, V. **L'Apprentissage Interculturel des Managers Participants**

du Programme Y.M.P (Young Managers Program): le cas de l'Université Acelor. 298 f. Tese (Nouveau Doctorat em Sciences de Gestion) – Université Paris Dauphine, Paris, 2008.

DRUMMOND-GUITEL, V. **Déjouez les Pièges des Relations Interculturelles:** devenir un manager de l'international. Le Mans: Gereso, 2008.

DUPUIS, J. P. L'analyse interculturelle en gestion: décroiser les approches classiques. In: DAVEL, E.; DUPUIS, J.P.; CHANLAT, J.F. **Gestion em Contexte Interculturel.** Quebec: Les Presses de L'Université Laval, 2008.

FERNANDEZ, B. **Identité Nomade.** Paris: Anthropos, 2002.

FINURAS, P. **Gestão Internacional e Recursos Humanos.** Lisboa: Edições Sílabo, 1999.
FISCHER, T. A perduração de um mestre e uma agenda de pesquisa na educação de administradores. Artesanato de si, memórias dos outros e legados de ensino. **Organizações & Sociedade**, Salvador, vol.17, n.52, p.209-219, 2010.

FREITAS, M. E. de. A mobilidade como novo capital simbólico nas organizações ou sejamos nômades? **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 16, n. 49, p. 247-264, abr/jun 2009.

_____. Multiculturalismo e expatriação nas organizações: vida do executivo expatriado, a festa vestida de riso ou de choro. In: DAVEL, E.; VERGARA, S.C. **Gestão com Pessoas e Subjetividade.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 2009a.

HALL, E. **The Hidden Dimension.** New York: Anchor Books Editions, 1990.

HATCH, J.A.; WISNIEWSKI, R. Life History and narrative: introduction. In: HATCH, J.A.; WISNIEWSKI, R. **Life History and Narrative.** London: RoutledgeFalmer, 1995.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Comunicados do IPEA: Migração Interna no Brasil**, n.61, ago/2010. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/comunicado/100817_comunicadoipea61.pdf> Acesso em: 10 out. 2010.

JOLY, A. Alteridade: ser executivo no exterior. In: CHANLAT, J.F. (coord.). **O Indivíduo na Organização.** São Paulo: Atlas, 1996.

LENARTOWICZ, T.; ROTH, K. Does Subculture Within a Country Matter? A Cross-Cultural Study of Motivational Domains and Business Performance in Brazil. **Journal of International Business Studies**, n. 32, p. 305-25, 2001.

MAFFESOLI, M. **Du nomadisme.** 2.ed. Paris: La Table Ronde, 2006.

MILS, C. W. **Sobre o Artesanato Intelectual e Outros Ensaio.** Rio de Janeiro, Zahar,

2009.

MUZZIO, H.; CASTRO, D. J. de. Quantos Somos Nós? Uma reflexão sobre os Brasis culturais. V ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS. Belo Horizonte: **Anais ENEO**, 2008.

PNUD. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Relatório de Desenvolvimento Humano (RDH). **Ultrapassar barreiras: mobilidade e desenvolvimento humanos**, 2009. Disponível em: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2009_PT.pdf Acesso em: 10 nov. 2009.

QUEIROZ, M.I.P. de. Relatos orais: do “indizível” ao dizível. In: SIMSON, O. M. V. (org). **Experimentos com Histórias de Vida: Itália-Brasil**. São Paulo: Vértice, 1988.
SCHNEIDER, S.; BARSOUX, J-L. **Managing Across Cultures**. Harlow: Prentice Hall, 2003.

SPINK, M. J.; LIMA, H. Rigor e visibilidade: a explicitação dos passos da interpretação. In: SPINK, M. J. **Práticas Discursivas e Produção de Sentidos no Cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 2000.

TANURE, B. **Gestão à Brasileira: uma comparação entre América Latina, Estados Unidos, Europa e Ásia**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Aline Craide Professora Adjunta da Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia e Professora Permanente do CIAGS/UFBA. Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia (2011). Possui Mestrado em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2005), Especialização em Gestão Estratégica de Recursos Humanos pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2003), Graduação em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2000). Atua principalmente nos seguintes temas de pesquisa: cultura organizacional, mobilidade, intramobilidade, interculturalidade, gestão intercultural, expatriação, gestão de pessoas.

Tânia Maria Diederichs Fischer Doutora em Administração pela USP, Mestre em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS, Bacharel em Pedagogia pela UFRGS. Professora Titular da UFBA, coordenadora do Centro Interdisciplinar em Desenvolvimento e Gestão Social (CIAGS) e pesquisadora do CNPq.



Foto: Marisa Vianna

Artesanato em Nova Versão: A Moda de Márcia Ganem e as Rendeiras de Saubara

Renata Costa Leahy

Resumo Este artigo pretende narrar a parceria entre a estilista Márcia Ganem e as rendeiras de Saubara, que resultou em coleções de moda com a utilização da renda de bilros, desde 2005, e na inventiva coleção *Flor da Maré*, em 2008. Partindo da apresentação do trabalho de pesquisa e inovação e das referências que influenciam o trabalho de Márcia Ganem em seu processo de criação, é mostrado um breve histórico sobre a milenar técnica da renda de bilros, sua inserção no Brasil e como é feita no país e no município baiano de Saubara. A artesanania é posta no rol da situação do artesanato brasileiro, bem como as rendeiras de Saubara são referencializadas nesse contexto. Busca-se mostrar, com isso, o momento em que Márcia Ganem firmou parceria com as rendeiras da localidade em questão, o qual representou um incentivo a essa prática artesanal, e como o trabalho foi realizado a partir daí, com a introdução da inovação em material – a fibra de poliamida – e *design* na tradicional técnica da renda de bilros, originando o “novo” modelo de renda e a coleção *Flor da Maré*. Ainda, é mostrado um excerto dessa coleção (em desfile, tal qual foi apresentada ao público), oferecendo breves considerações sobre suas possibilidades inovadoras para a sociedade e para a própria moda.

Palavras-chave Artesanato. Renda de Bilros. Moda. Inovação. Parceria.

Abstract This article aims to describe the partnership between the fashion *designer* Márcia Ganem and Saubara lacemakers, which has resulted in fashion collections with the use of bobbin lace, since 2005, and the inventive *Flor da Maré* (Tide Flower) collection, in 2008. Taking as a starting point the presentation of the research, the innovation of the work and Márcia Ganem's in her creation, it is shown a brief story of the ancient technique of bobbin lace, its introduction in Brazil and its development in the country and in the city of Saubara, in Bahia. This craft belongs to traditional Brazilian handicraft, as well as the Saubara lace makers. This article intends to show, therefore, the moment that Márcia Ganem established partnership with the local lacemakers, an incentive to the

practice of lace bobbin, and how the work has been done since then, with the introduction of innovative material – polyamide fiber – and *design* in the traditional technique of bobbin lace, giving rise to the “new” bobbin lace model and the *Flor da Maré* collection. Part of such collection is shown, offering brief remarks about their innovative possibilities for the society and for fashion itself.

Keywords Craft. Bobbin Lace. Fashion. Innovation. Partnership.

O MOVIMENTO CRIADOR

O trabalho desenvolvido pela estilista Márcia Ganem envolve estudo e pesquisa, o que, em moda, são requisitos indispensáveis ao desenvolvimento de coleções. No entanto, para a moda de Ganem, a pesquisa é imprescindível, já que é o seu modo próprio de fazer e formar as coleções como um todo. Entendemos, juntamente com Salles (2001), que o que determina esse modo se refere ao que a autora chama de *projeto poético*: são as criações – em qualquer aspecto, não privadas a artistas e cientistas – executadas ao modo do criador, com vistas à realização do seu “projeto de vida”, ou seja, o processo de construção da própria vida ao longo dela. Salles, e também, Ostrower (2010), acreditam que os processos de criação são ordenações pessoais novas, rearranjos do acervo pessoal das experiências e da memória que acontecem na instância da sensibilidade e da percepção. Como ser sensível, o indivíduo percebe o mundo, à sua maneira, e, nesse movimento, lhe faz sentido outro encadeamento para fatos, entendimentos e representações da vida. A história de vida de Márcia Ganem, a qual compõe seu acervo pessoal de referências, permite-nos entender de que forma a estilista chegou à renda de bilros e às inventivas intervenções que proporcionou a esse artesanato. A inventividade de Ganem em suas coleções – segundo ela a “fome de vida” que se realizou quando do seu encontro com a moda – pode ser observada em seus relatos da então convivência com o também inventivo pai, e com a mãe, a qual era costureira; daí, o movimento criador remete-nos à necessidade de pesquisa e inovação da estilista e aos materiais descobertos e que foram agregados à sua moda.

Assim, o xequeré, instrumento musical tipicamente encontrado pelas ruas do Centro Histórico de Salvador, local onde Ganem reside, foi por ela trabalhado juntamente com pedras na coleção *Oxum: espelho do Feminino* e em *Madame Pele*, a qual incorporou a técnica tradicional de nós *macramé*, essa aparecendo também em *Ninho*, outro trabalho artesanal – amarrações que lembram um ninho em seu resultado final – descoberto pela estilista nas ruas do Centro Histórico. Mais um material inusitado foi a gaze, explorado na coleção de mesmo nome, e que, hoje, aparece com abundância nas criações de Ganem.

Este “tipo” de moda, que é, por vezes, chamado de conceitual, difere-se da moda comercial, como explica Avelar (2009). Enquanto a comercial é limitada em seu grau de inovação, visando consumo em grande escala através de apelo aos gostos gerais vigentes na sociedade, a moda conceitual permite maior experimentação, inventividade e mesmo “presença” do estilista, por seu modo de formar e por suas crenças e aspirações materializadas, de maneira

mais pessoal, na roupa.

Nesse contexto de uma moda mais conceitual, a pesquisa e a inovação realizadas por Márcia Ganem, que visam, segundo a estilista, a busca de possibilidades outras para a moda, encontraram nas técnicas artesanais e tradicionais de confecção de materiais terreno fértil para suas aspirações de vida e de moda. Essas técnicas estão, de alguma forma, presentes no dia a dia da estilista, a qual passou a estimular e a fomentar a realização e a revitalização do artesanato pelas comunidades produtivas.

Uma das artesanias também utilizadas por Márcia Ganem é a renda de bilros, presente em coleções como *Abrigo* e *Dandi*. Parceiras de Ganem em coleções com a presença dessa renda desde 2005, foram as rendeiras de Saubara as responsáveis por proporcionar a realização dessas coleções e da inventiva *Flor da Maré*, em 2008. A proposta de Ganem para a renda de bilros tradicional, inicialmente, foi agregar novo material em sua feitura; no lugar do algodão, como comumente é feita, a fibra de poliamida, material utilizado em pneus e cintos de segurança. Indo além, a estilista propôs, em 2008, maior trabalho de *design* na renda, conferindo nova estética ao material original para compor sua renda *Flor da Maré*.

RENDA DE BILROS: HISTÓRIAS E MODOS

A renda de bilros é conhecida no Brasil por ser típico artesanato da região nordeste do país, especialmente do Ceará. No entanto, tem presença em localidades de quase todo o litoral brasileiro, assim como em Portugal, país que é creditado como exportador da técnica da renda de bilros para o Brasil, pelas mãos das mulheres portuguesas (GIRÃO apud DRUMOND, 2006, p. 58).

As origens da renda de bilros são estimadas, não havendo registros precisos. As rendas, de maneira geral, são fruto das atividades artesanais para a produção de utensílios de uso diário, desde os tempos primitivos. Os trançamentos de fios e fibras para a produção de cestarias e redes originou o que Ramos (1948) chamou de “artes mais complexas”, como as costuras, os bordados, as franjas e amarrações elaboradas e as rendas. Esses “panos” podem ser distinguidos, como sugere Montandon (apud RAMOS, 1948, p. 9), entre tecidos e trançados, esses últimos se constituindo em retículas, sendo as mais antigas o tricô, o crochê e o filé. Ramos observa que considerando a renda como “um desenho de fios sem fundo prévio” (1948, p. 9) – o que a difere do bordado, desenho sobre um tecido já pronto –, esses tipos em retículas já podem ser vistos como as primeiras rendas.

O aparecimento das rendas, como conhecidas atualmente, é datado dos séculos XV e XVI e aparecem em lendas europeias relacionadas ao mar, na maioria das vezes como resultado da imitação de um coral com fios pela noiva solitária de um pescador. Essa lenda geralmente está relacionada à renda de agulhas, uma das modalidades de renda, a qual teria evoluído do bordado; a renda de bilros seria uma evolução dos nós de franja de macramé e das retículas filé (LEMOS, 1962, s.p.).

A renda de agulhas teria surgido na Itália, no referido período (séculos XV e XVI), momento de efervescência de manifestações artísticas no país. Artistas e comerciantes de outros países que frequentavam constantemente o local teriam difundido a renda de agulhas pela Europa, tendo ela prosperado mesmo na França. Se, durante o século XVI, a corte francesa era a maior importadora da renda veneziana, atendendo aos caprichos da extravagante moda da corte, a partir de intervenção de Colbert, ministro de Luis XIV – e que ficou conhecido como Ministro da Renda –, foram construídas fábricas próprias para essa artesanaria no país. Já a renda de bilros tem origens ainda mais incertas, disputadas por Itália e Bélgica, mas com grande expressão no segundo, especificamente na cidade de Flandres. O que difere a renda de bilros da de agulhas é que esta conduz o fio no trabalho do rendar, enquanto que aquela conduz os fios por pares de bilros, as linhas pendendo de alfinetes presos a uma almofada; sobre ela, um desenho em papelão guia o movimento dos bilros, que se torcem e trançam em pontos variados, possibilitando padrões de renda também variados. Emile-Bayard (apud RAMOS, 1948, p. 19) apresenta uma definição pormenorizada:

As rendas de bilros [...] são executadas numa almofada ou coxim sobre o qual se reproduz um desenho por meio de buraquinhos. Alfinetes enfiados nestes furinhos dirigem e prendem o entrecruzamento dos fios que estão presos a bobinas, que os fios dão nós, se misturam e entrecruzam, figurando, assim, segundo a vontade do desenho, retículas mais ou menos fechadas; modelando, numa palavra, os motivos expressos.

Difundida a técnica de bilros na Europa, através de Portugal, teria chegado ao Brasil. Aqui, foi feita tanto por mulheres de famílias ricas quanto por escravas. Pelo litoral brasileiro, a renda de bilros se instalou, adaptou seus materiais aos disponíveis na região e foi incorporada como atividade cotidiana de mulheres ligadas ao mar, sendo elas marisqueiras ou seus maridos pescadores, como é o caso do município de Saubara, situado a 110 km da capital baiana, Salvador.

Saubara é considerada como interior do Recôncavo Baiano, e assim se apresenta enquanto município, mas com características de organização que lembram alguns bairros periféricos de Salvador: em meio a homens consertando redes de pesca nas ruas, lojas de materiais de construção e pequenas pizzarias. A presença da praia faz com que, no verão, os vilarejos que a compõem, como Cabuçú e Bom Jesus dos Pobres, recebam quantidade moderada de turistas, sendo o turismo, a pesca/mariscação e o artesanato considerados as principais atividades econômicas da região, segundo o Banco do Nordeste (2002). Sua relativa proximidade do litoral a faz ter características de maré e de mangue, estando ligada à foz do Rio Paraguaçu, revelando vegetação e paisagens diversificadas.

Como em todo o Brasil, Saubara tem características ora específicas ora comuns à prática da atividade da renda de bilros. Por sua vegetação, na localidade, os bilros – ou *birros*, como lá são chamadas as bobinas – diferem do modelo que normalmente é encontrado na Europa, onde a peça, que no modelo primitivo era um pedaço de chumbo, passou a bobinas de osso e marfim, e hoje é feita de uma única peça em madeira. Em locais interioranos e praieiros

do Brasil, como em Saubara, os bilros são confeccionados em duas peças: a *baste* ou *canela* de madeira e um coquinho como *cabeça*, ambos da vegetação local e com tamanho variando de 12cm a 17cm (Figura 1). A FUNARTE (1986, p. 52) observa que esse tipo em duas peças é preferido pelas rendeiras por ser mais pesado, dificultando que os fios embolem.

Figura 1 – Bilros com Linhas



Fonte: Adailton Nunes

Cada par de bilros é enrolado a um fio de algodão e esse é preso por alfinete na almofada. Os modelos de almofada e sua confecção também assumiram características específicas brasileiras, de cada localidade do país. No Rio de Janeiro, por exemplo, existe o modelo em cavalete, no qual a almofada se assemelha à que se usa para dormir, mas é trabalhada presa num cavalete, como o de pintura (INSTITUTO ESTADUAL DO PATRIMÔNIO CULTURAL, 2004, p. 9). A almofada usada em Saubara é a cilíndrica, a mais comumente encontrada em diversos países. Na localidade, ela varia entre 40cm e 70cm de comprimento e é feita de saco de cebola e cheia com palha de bananeira, com uma pedra posta no interior para dar sustentação. Só depois de forrada com duas camadas de pano, normalmente a chita, a almofada ganha o papelão que leva o desenho da renda a ser feita e, assim, pode ser furada e receber, nos alfinetes postos nos furos, a quantidade de pares de bilros que for necessária para o modelo da renda que se pretende; os bilros pendem das linhas para “descansarem” em alfinetões dos lados da almofada ou para serem agilmente trocados pelas mãos das rendeiras (Figura 2).

Figura 2 - Rendeira no Trabalho do Trançamento de Fios com Bilros

Fonte: Adailton Nunes

A graciosidade da renda revela-se não só pelo material do qual é originado, mas pela habilidade com que as rendeiras tecem cada história que se revela no desenho/trama. Dançando ao próprio som que fazem ao se chocarem uns aos outros, os bilros seguem o comando das mãos, mas também da mente da rendeira, que – como revelado por elas mesmas – se divide entre a atenção e o divagar; um exercício e uma ocupação. Oiticica (1967, p. 26) observou de perto a atividade em sua infância no engenho do Mundaú, em Alagoas, e pôde relatar com propriedade que “[...] com a prática, aprendem essa operação difícil da divisão da atenção e, enquanto trabalha, o espírito sai a vaguar por este mundo além [...]”. Do mesmo modo, o autor bem observou a magia do rendar com bilros: “os bilros passam, os fios se torcem, mas quase impossível é apanhar a operação, porque não gastam nem um segundo trocadilho” (p. 25).

Como é de costume desse artesanato, a prática foi passada por gerações. No entanto, o *saber fazer*, que gera orgulho para quem faz, não foi suficiente para impedir a diminuição do interesse pelo aprendizado da renda de bilros. Pelo menos desde 1925, segundo Oiticica (1967), já havia indícios da decadência na procura do produto pronto e a interferência que as leis de mercado e as tecnologias industriais incidiram na prática dessa artesanaria. Também Ramos (1948), por volta dos anos 40, relatou as consequências desse enfraquecimento, mostrando que as jovens estavam perdendo o interesse em aprender técnicas artesanais, como a renda de bilros, por julgarem-na de pouco rendimento econômico.

TRADIÇÃO E INOVAÇÃO

Importante situar o artesanato em âmbito brasileiro, país que tem a atividade como típica e que, por meio dela, agrega valor aos seus produtos interna e externamente. Nos tempos primitivos, os artesanatos surgiram como bens e utensílios de uso diário (PEREIRA apud MEDEIROS, 2007, p. 86). No fim do século XIX, o artesanato era referenciado ao “conjunto de atividades manuais não agrícolas” (BARROSO, 2002, p. 2) e com a industrialização vê sua confecção reduzida às comunidades periféricas, sendo normalmente realizado como tradição de gerações e como passatempo. Ainda assim, o Ministério do Desenvolvimento (apud BANCO DO NORDESTE, 2002, p. 9) aponta que, atualmente no Brasil, 8,5 milhões de pessoas estão envolvidas com a atividade artesanal.

Barroso (2002) aponta diferentes modalidades que podem ser classificadas como tipos de artesanato. Observado enquanto “forma de olhar”, o autor considera: *arte popular*, fruto de maior autonomia do artesão-artista quanto ao modelo prévio do artesanato; *artesanato indígena*, instrumentos cotidianos produzidos pela tribo; *artesanato tradicional*, um produto de finalidade expressiva cultural, e que mostra práticas tradicionais e culturais do local; *artesanato conceitual*, em sua história nascido do naturalismo do movimento *hippie* dos anos 60 e, até hoje, produzido em centros urbanos; *artesanato de referência cultural*, resultado de parcerias entre artesãos e *designers* e/ou artistas; *artesanato doméstico*, feito como passatempo e sem necessariamente ter comprometimento com valores culturais ou com a comercialização. Seguindo a classificação de Barroso (2002), a renda de bilros normalmente (como é feita na maioria do Brasil e, também, em Saubara) será considerada como artesanato do tipo tradicional: ainda segundo o autor, geralmente é realizado por um grupo de uma localidade ou comunidade e, dentro dele, é passado por gerações.

Vale observar que, além de apresentar estética típica, o artesanato tradicional é definido por ter no prolongamento da prática a tradicionalidade, uma atividade costumeira que acaba por ser e demonstrar características culturais de um grupo. Uma forma de transmissão de conhecimentos que, de acordo com Hobsbawm (1984, p. 10), “[...] impõe práticas fixas (normalmente formalizadas), tais como a repetição”, mas que pode ser considerada um *costume*, no qual o produto tradicional gerado pode apresentar mudanças e inovações que não o descaracterizem totalmente do antigo, preservando muitas de suas características primordiais. As modificações, geralmente, ficam por conta das adaptações da técnica ao local, como aconteceu com a renda de bilros no Brasil e em Saubara, ou por intervenções externas, gerando o artesanato de referência cultural.

O artesanato de referência cultural, por um lado, é reflexo de uma demanda atual, principalmente do exterior, por produtos que tenham características tipicamente brasileiras; uma tendência, segundo o Banco Mundial (apud BANCO DO NORDESTE, 2002, p. 175). Assim, tem-se a necessidade de agregar valor aos produtos através do trabalho de *design*, atualizando o tradicional, como o artesanato, nos produtos de hoje. Para De Carli *et al.* (2011), essa prática faz com que se opere um diálogo entre tradição e inovação, atualizando as práticas milenares e propiciando-lhes novas oportunidades reais. Em relação

à moda, como um dos vetores desse processo, Silva (2007, p. 4) argumenta:

No tocante ao envolvimento do artesanato nesse contexto de identificação social, temos que a moda se apropria dos fatores simbólicos do artesanato agregando seu significado às necessidades de consumo. Pois a moda no exercício de suas funções, onde uma delas é aquecer a economia lançando novos ideais estéticos e de valores, se apropria das características intrínsecas ao artesanato para tentar suprir a necessidade do consumidor que é obter um produto singular que marque a sua própria identidade e que o defina em meio ao grupo informando algo a respeito de si mesmo.

Por outro lado, a ligação *design*/artesanato representa uma forma de conferir ao próprio artesanato um valor simbólico de atualidade para que seja desejado, ajudando na revitalização da atividade artesanal pela sua valorização.

FLOR DA MARÉ: ARTESANATO EM MODA

Além da busca pelo artesanato, observada nos últimos anos, existem alternativas para a revitalização da atividade artesanal no Brasil desde a metade do século XX, momento em que a industrialização chegou, de fato, com força ao país. Foi por meio de uma dessas iniciativas que as rendeiras de Saubara fundaram uma associação; com incentivo do Sebrae, a Associação de Artesãos de Saubara nasceu em 31 de agosto de 1999, contando com 45 rendeiras, uma formalização de um modo de organização que já existia no local. Por meio da intermediação da rendeira Maria do Carmo Amorim, as rendas feitas pelas rendeiras de Saubara eram vendidas em feiras de Salvador, na extinta Legião Brasileira de Assistência (LBA), no SESI, no próprio Sebrae e no Instituto Mauá.

Sabe-se em Saubara que o trabalho de renda é realizado a gerações. D. Maria da Esperança de Jesus, chamada Dona Totinha, é uma antiga rendeira de 83 anos que vive no local e nos conta que, quando menina, se fazia muito mais renda do que hoje, já que Saubara recebia quantidade razoável de turistas e pessoas para comprá-la. À época da infância de Maria do Carmo Amorim, hoje com 64 anos, conversas e histórias eram contadas sob uma árvore da localidade, onde as antigas rendeiras de bilros se reuniam às tardes, em esteiras no chão, para rendar. Aprendendo desde criança, as meninas, como ela, brincavam por perto e aprendiam a primeira torção simples ou trança, olhando as mais velhas e imitando-as na atividade do rendar: a rendeira Crispina, 41 anos, revela que, nessa época, fazia seus próprios “bilros” com pedaços de paus enfiados em limões, prendendo-os com linhas aos dedões dos pés. O rendar era um pequeno complemento financeiro para as famílias que, além de terem como sustento primeiro as atividades dos maridos – geralmente a pesca –, contavam com trabalhos diversos realizados pelas mulheres, como mariscagem, lavagem de roupas e “cozinhar para fora”.

Hoje, a atividade pesqueira ainda é bastante representativa na região e a mariscagem é a principal atividade das mulheres rendeiras. A criação da Associação de Artesãos de Saubara proporcionou um trabalho, considerado por elas mesmas, mais organizado, a partir da

centralização dos pedidos, da catalogação dos modelos de renda e do fornecimento da linha. No entanto, além dos incentivos externos terem diminuído nos últimos anos, as rendeiras viram a quantidade de pedidos reduzir; o número de rendeiras vinculadas à Associação, conseqüentemente, diminuiu (de 105 para um máximo de 30), já que o tempo gasto com a atividade da renda, mesmo essa não representando a principal atividade econômica das rendeiras/marisqueiras, passou a não compensar.

A parceria com a estilista Márcia Ganem, em 2005, acabou por tornar mais visível o trabalho das rendeiras de Saubara e, também, se constituiu em um desafio para algumas delas. Isso porque o fio da fibra de poliamida escorre com facilidade dos bilros e foi preciso adaptação do fazer tradicional ao novo material. Não são todas as rendeiras que se dispõem a trabalhar com o fio de poliamida, uma dificuldade que, no entanto, segundo elas, não refletiu numa modificação dos modos, técnicas e aparência da renda de bilros de forma radical.

Uma modificação mais significativa e a maior fonte de incentivo e trabalho para as rendeiras de Saubara, por meio da parceria com a estilista Márcia Ganem, aconteceu em 2007, no episódio da Maré Vermelha, impacto ambiental que impediu as atividades ligadas ao mar pelos moradores da cidade. O fato é tido por Ganem como um encontro de eventos, pois ela já vinha buscando uma nova lógica para seu trabalho de *design* e moda com a renda de bilros, uma nova ordenação, como nos sugere Salles (2001) e Ostrower (2010), também dos sentidos de vida e da moda da estilista. Como um processo constante, mais essa etapa da criação de Márcia Ganem se formava, por um modo particular, e encontrou a força que precisava, para a confecção de uma nova estética para a renda de bilros, na necessidade das rendeiras de Saubara: não foi por acaso que o nome dessa renda, *Flor da Maré*, foi escolhido por elas, como a ajuda que emergiu da maré como Flor.

O que Márcia Ganem sugeria, agora, era que as tradicionais florezinhas da renda de bilros fossem ampliadas e soltas da renda circundante. As pétalas livres permitiram a maleabilidade necessária para que a estilista compusesse um jardim em roupas. Tudo isso aliado à tecnologia do fio de fibra de poliamida, resultado de suas pesquisas permanentes e proposições inovadoras para a moda.

Solicitadas por Ganem em três tamanhos variados – 7cm, 12cm e 15cm –, as Flores compuseram as peças da coleção *Flor da Maré*, as quais nasceram em processo, sem croqui ou esboço prévio. Márcia Ganem trabalha com a técnica de *moulage*, na qual a peça é construída no manequim. Munida de Flores, alfinetes e outros materiais, como a gaze e as pedras, a estilista foi montando as peças no corpo escultórico.

O resultado (mostrado em desfile: Figuras 3, 4, 5 e 6) é a resignificação do tradicional e, também, da própria moda: nova estética para a renda de bilros e novas possibilidades para a moda. Uma nova forma de ver o mundo que se apresenta para o espectador, possível, segundo Preciosa (2005), também pela moda, e que, para Zanella, Balbinot e Pereira (2000, p. 543), “[...] não se caracteriza como algo estático e acabado, mas sim como um campo de batalha de novas significações”.

Figura 3 - Peça Flor da Maré

Fonte: Ricardo Fernandes

Figura 5 - Peça Flor da Maré

Fonte: Ricardo Fernandes

Figura 4 - Peça Flor da Maré

Fonte: Ricardo Fernandes

Figura 6 - Peça Flor da Maré

Fonte: Ricardo Fernandes

Indissociáveis da dinâmica da sociedade e da cultura, como acredita Barnard (2003), a indumentária, desde os tempos primitivos, e a moda, desde, pelo menos, o século XIV, são respostas que surgem no âmbito humano; também por meio de escolhas e eleições de estéticas e modos através das roupas, a sociedade se relaciona. Assim é que na moda os significados das roupas mostram o socialmente estabelecido não só em seu tempo essencialmente efêmero, mas também representa as crenças de um grupo em um certo período.

No entanto, como próxima da arte, em maior ou menor instância, mais comercial ou mais conceitual, a moda pode, pelas rupturas ou por outras lógicas de ordenação, como defende Preciosa (2005), proporcionar novas visões de mundo e possibilidades outras à sociedade e à própria moda. O trabalho de pesquisa e inovação de Márcia Ganem opera nesse propósito, e por meio dele foi possível não só tornar visível técnicas tradicionais e artesanais, como também tornar possível a utilização da renda de bilros, de maneira atual, por meio da moda e pela revitalização em parceria.

ENTREVISTAS

GANEM, Márcia. **Entrevista concedida a Renata Costa Leahy**. Salvador: dezembro de 2011.

RENDEIRAS DE SAUBARA. **Entrevistas com Crispina J. da Silva; Denise Maria Mendes da Silva; Joana Uzeda; Lenira Santiago da Silva; Lidiane Silva dos Santos; Lilian Conceição Dias; Maria da Purificação Conceição; Maria do Carmo Amorim; Maria Esperança de Jesus; Patrícia B. Neto, concedidas a Renata Costa Leahy**. Saubara: outubro/novembro de 2011.

REFERÊNCIAS

AVELAR, Suzana. Experimentação, arte e moda: introdução. In: **Moda: globalização e novas tecnologias**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009. pp. 109-110.

BANCO DO NORDESTE. **Ações para o Desenvolvimento do Artesanato do Nordeste**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2002.

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Trad. Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARROSO, Eduardo. **Artesanato e Mercado**. Fortaleza: SEBRAE/FIEC, 2002. Disponível em: <www.eduardobarroso.com.br/Artesanato_%20mod2.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2011.

_____. **O Que é Artesanato**. Fortaleza: SEBRAE/FIEC, 2002. Disponível em: <www.eduardobarroso.com.br/Artesanato_%20mod1.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2011.

DE CARLI, Ana; BATTISTEL, Michele; LAIN, Isabel; RÜCKER, Úrsula. Design e artesanato: novidade e tradição, um diálogo possível. In: **Redige** – Revista de Design, Inovação e Gestão Estratégica. v. 2, n. 2, 2011.

DRUMOND, Terezinha Bandeira Pimentel. **Tecendo Vidas**: cultura e trabalho das rendeiras da Prainha de Aquiraz-Ce. Dissertação de mestrado em História Social. Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades – Programa de Pós Graduação em História, Fortaleza, 2006.

FUNARTE/INSTITUTO NACIONAL DO FOLCLORE. **Artesanato Brasileiro**: rendas. Rio de Janeiro, 1986.

HOBSBAWM, Eric. Introdução: A invenção das tradições. In: _____; RANGER, Terence (orgs.). **A Invenção das Tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

INSTITUTO ESTADUAL DO PATRIMÔNIO CULTURAL DO RIO DE JANEIRO. **As Guardiãs da Renda**: rendeiras de bilro no Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Projeto de Digitalização do Acervo da Divisão de Folclore desenvolvido pelo Departamento de Apoio a Projetos de Preservação Cultural, 2004. Disponível em: <www.inepac.rj.gov.br/arquivos/RendeirasdeBilro.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2011.

LEMONS, Fernando. **A Renda através dos Tempos**. Salvador: Gráfica Furest, 1962.

MEDEIROS, Maria de Jesus Farias. **Artesanato de Rendas na Moda**: design e tecnoarte. Actas de Diseño. No 2, ano 1. Facultad de Diseño y Comunicación – Universidad de Palermo, 2007. pp. 86-88.

OITICICA, Leite. **A Arte da Renda no Nordeste**. Prefácio, notas e glossário de Sylvio Rabello. Recife: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, 1967.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação**. Petrópolis: Vozes, 2010.

PRECIOSA, Roseane. **Produção Estética**: notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

RAMOS, Luiza; RAMOS, Arthur. **A renda de bilros e sua aculturação no Brasil**: nota preliminar e roteiro de pesquisa. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Antropologia e Etnologia, 1948.

SALLES, Cecília Almeida. **Gesto Inacabado**: processo de criação artística. São Paulo: FAPESP/Annablume, 2001.

SILVA, Emanuelle Kelly Ribeiro da. **Design e Artesanato**: um diferencial cultural na

indústria do consumo. UFC, 2007. Disponível em <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A032.pdf> Acesso em: 23 nov. 2001.

ZANELLA, Andréa; BALBINOT, Gabriela; PEREIRA, Renata. **Re-criar a (na) Renda de Bairo**: analisando a nova trama tecida. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 2000. Vol. 13, no 13, pp. 539-547. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/prc/v13n3/v13n3a21.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2011.

Renata Costa Leahy Mestre pelo Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia na linha de pesquisa Cultura e Arte (2012). Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências (2006). Bacharelanda em Artes com área de concentração em Políticas e Gestão da Cultura no IHAC/UFBA. Atua nas áreas de cultura, moda, corpo, arte e comunicação.



Foto: Marisa Vianna

O Artesanato na Ótica de Quem o Produz: Com a Palavra os Artesãos do Brique da Redenção em Porto Alegre

Josiane Silva de Oliveira, Neusa Rolita Cavedon e Marina Dantas de Figueiredo

Resumo Esta pesquisa aborda a temática do trabalho artesanal comercializado em uma feira tradicional realizada semanalmente, aos domingos, em Porto Alegre: o Brique da Redenção. Tendo como referencial teórico de análise a Teoria das Representações Sociais e discussões em torno do campo artístico artesanal, objetivamos identificar e analisar as representações sociais do que vem a ser artesanato e trabalho artesanal na ótica daqueles sujeitos que atuam naquele *locus*. A partir de um estudo etnográfico, foi possível compreender que, no espaço em questão, as representações sociais do trabalho artesanal são construídas a partir de três elementos: o trabalho com as mãos; as disputas em torno do entendimento do que é arte; e a inserção socioeconômica dos artesãos. Também foi possível apreender como o poder público e outros agentes procuram enquadrar esses artesãos na condição de microempresários ou empreendedores, tensionando o fazer daqueles para que se encaixem dentro da lógica capitalista de comercialização.

Palavras-chave Artesanato. Artesãos. Feiras. Etnografia. Organizações.

Abstract This research addresses the issue of the handicraft sold in a traditional weekly fair, held on Sundays, in Porto Alegre: the *Brique da Redenção*. Through a theoretical framework of analysis based in social representations theory and discussions about the artistic craftsmanship, we aim to identify and analyze the social representations of what crafts and craft work mean from the perspective of those social actors that work at that *locus*. Based on an ethnographic study, it was possible to understand that in such space, the social representations of craftsmanship are built on three elements: the handwork, the disputes over the understanding of what art is and the socioeconomic status of craftsmen. It was also possible to understand how the government and other actors seek to frame these artisans, regarded as micro entrepreneurs or entrepreneurs, intending to frame their work within the capitalist logic of marketing.

Keywords Handicraft. Artisans. Fairs. Ethnography. Organizations.

INTRODUÇÃO

Neste artigo, investigamos as representações sociais circulantes a respeito do artesanato numa feira de rua tradicional na cidade de Porto Alegre. Pretendemos evidenciar como a atividade artesanal e os seus produtos adequam-se a certas construções simbólicas socialmente elaboradas a respeito do que é artesanato. Queremos dar voz aos artesãos e descobrir: Quais as representações sociais dos artesãos sobre o seu próprio trabalho? Como os artesãos definem a separação arte e artesanato? Como percebem a concorrência com o produto industrializado? Assim, esperamos compreender como as representações sociais direcionam o potencial criativo dos artesãos, no sentido de reforçar as noções de senso comum impostas ao artesanato.

Conhecida como Brique da Redenção, a feira estudada caracteriza-se pela distinção entre trabalhos artísticos e artesanais. Nesse artigo, não pretendemos apenas documentar os padrões estéticos e funcionais impostos aos artesãos que integram a feira estudada, nem revelar como o grupo incorpora as restrições dessa organização. Partimos, contudo, desse espaço específico para revelar como a identidade do artesão, os valores que orientam suas criações e a avaliação do público a respeito do seu trabalho resultam de esforços diversos, os quais moldam o significado do artesanato no contexto em questão.

Nas seções seguintes, desenvolvemos a discussão sobre as representações sociais elaboradas a respeito do artesanato. Primeiro, empreendemos esforços para articular como o saber técnico/científico que emerge no campo das artes transformam-se em representações sociais que passam a fazer parte do imaginário social enquanto definição do que é artesanato. Depois, apresentamos o método utilizado para a coleta dos dados e que propiciaram a interpretação das representações sociais sobre o artesanato. Em seguida, apresentamos os achados de campo analisados de acordo com os pressupostos teóricos previamente elucidados. Por fim, apresentamos as considerações finais, destacando as contribuições para os estudos organizacionais.

SOBRE A DEFINIÇÃO DO ARTESANATO: DO CAMPO ARTÍSTICO PARA AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

O campo artístico é um campo de forças; “uma rede de determinações objetivas que pesam sobre todos os que agem no seu interior” (WAQUANT, 2005, p. 117). Dentre as diversas disputas presentes neste campo, destacam-se as lutas entre os agentes na distribuição das formas de capitais em disputa (BOURDIEU, 1996). O capital artístico (BOURDIEU, 1996) está sempre sob a tensão de grupos interessados em manter a estrutura tal como se configura num certo momento e de grupos que atuam no sentido de subvertê-la.

Nesse contexto, o artesanato sofre imposições teóricas que reforçam a marginalidade dessa forma de expressão em relação àquelas reconhecidas como centrais. A principal delas é a definição do artesanato como o conjunto de conhecimentos e habilidades que podem ser empregados para produzir objetos ou desempenhar funções, de acordo com um propósito prático previamente especificado (COLLINGHOOD, 2007; ADAMSON, 2010).

Artesanato e arte diferem, porque o artesanato pressupõe planejamento e propósito prático, enquanto a arte, supostamente, pretende apenas exprimir emoção. As artes, obras do espírito de um homem que se expressa através do trabalho sobre a matéria-prima, tornam-se essencialmente diferentes do artesanato, fruto da tradição e do esforço coletivo na elaboração de objetos funcionais, aplicados aos propósitos da vida cotidiana. Sendo assim, enquanto temática, o trabalho artístico especializa-se em contradizer quaisquer formas de aplicabilidade e passa a concentrar uma função contemplativa e simbólica (LUCY-SMITH, 1981).

Os julgamentos sobre o que é arte e o que é artesanato partem de considerações sobre a intenção daquele que realiza o trabalho em face do objeto pronto, posto que o artista, afinal, pretende que sua obra seja um *meio* para comunicar *algo*. Em princípio, se a intenção de fazer arte não existisse, um objeto não pode ser considerado artístico. Nesse ponto, cabe ressaltar que a movimentação de objetos entre culturas diferentes pode provocar deslocamentos de significado, os quais fazem com que objetos funcionais sejam apreciados como obras de arte. Aí reside, portanto, uma das diferenças entre arte e artesanato: a bipartição da arte entre popular e erudita, sendo a primeira uma manifestação espontânea da beleza e dos valores estéticos nos objetos funcionais e a outra uma manifestação social e, em grande medida, política, a qual tem a intenção de comunicar *algo* através da plasticidade dos objetos (ANDRADE, 1939).

O campo das artes é “dotado de autonomia e capacidade prismática para refractar influências externas e, desse modo, configurar as interações de acordo com sua própria morfologia e história” (WAQUANT, 2005, p. 119). Assim, delimitar o que é artesanato no contexto da arte é tarefa relativamente autônoma que corresponde ao trabalho de elaboração de um saber *técnico* – e por que não dizer, científico (MOSCOVICI, 2003) –, pelo grupo social julgado mais apto a arbitrar sobre esse campo de conhecimento. Os agentes e instituições nele inseridos têm poder para estruturar definições a respeito dos domínios da arte, mas quando tais definições se tornam alvo do interesse social em saber o que pode ou não ser considerado expressão artística legítima, o saber *técnico* é interpretado pelo senso comum e ganha sua versão popular.

Da necessidade de classificar “o que é arte”, surgem as representações sociais que impõem limites linguísticos, espaciais e comportamentais para a arte e para o trabalho e a identidade daqueles que se dizem artistas. As representações sociais funcionam, então, como núcleos estruturantes de significados (SPINK, 1993) que orientam as práticas sociais a respeito da arte e, desse modo, colaboram com a manutenção da estrutura de poder no campo artístico. Mais do que isso, a cristalização das representações sociais ou, para usar a terminologia

de Moscovici (2003), a *objetivação*, é um processo através do qual noções abstratas são transformadas em algo tangível; em uma realidade externa aos conteúdos internos às representações. Esse processo, de acordo com Spink (1993, p. 306), implica três etapas: (1) “a descontextualização da informação através de processos normativos e culturais”; (2) “a formação de um núcleo figurativo, a formação de uma estrutura que reproduz de maneira figurativa uma estrutura conceitual”; e (3) “a naturalização, ou seja, a transformação destas imagens em elementos da realidade”. Isso quer dizer que as definições instituídas no interior do campo das artes, ao alcançarem o entendimento social, são transformadas em representações, capazes de elaborar uma nova realidade, relativamente autônoma das estruturas de poder do campo artístico.

A formação de representações sociais caracteriza o processo de apropriação da realidade exterior ao pensamento e à elaboração psicológica e social dessa realidade. A partir de um ponto de vista epistemológico, as representações sociais não são propriamente um reflexo da realidade, mas sim sua estrutura significante, a qual se converte na própria realidade para os indivíduos que compartilham de um ponto de vista comum. As representações são reconstruções de objetos sociais dotadas de caráter prático, orientado para a ação dos indivíduos e a gestão de sua relação com o mundo (JODELET, 2001).

Visto que as opiniões técnicas/científicas e as opiniões do senso comum a respeito da arte não estão necessariamente de acordo, quando uma obra de arte é bem recebida e entendida pelo público, “isso é quase sempre o resultado de uma *coincidência*, do encontro entre séries casuais parcialmente independentes e quase nunca – e, em todo caso, nunca inteiramente – do ajustamento entre as expectativas da clientela ou às sujeições da encomenda ou da demanda (BOURDIEU, 1996, p. 282). Isso quer dizer que o espaço de produção, mormente orientado pelo entendimento técnico da arte e pelas definições forjadas no campo artístico, e o espaço de apreciação ou consumo – balizado pelas representações sociais a respeito da arte – encontram-se em uma dialética permanente, fazendo com que os gostos do senso comum encontrem as condições de sua satisfação nas obras oferecidas, “que são como que a sua objetivação” (*idem*). Os campos de produção, ainda que conservem certa autonomia em relação às noções de senso comum, também acabam submetidos às representações sociais da arte à medida que a lógica do consumo passa a orientar a produção artística. Visando atender o público, os campos de produção, ao encontrarem as condições de sua constituição, asseguram um mercado para os diferentes produtos artísticos (BOURDIEU, 1996).

O efeito dessa relação sustenta também a ação das instituições que favorecem o contato, a interação e mesmo a transação entre as diferentes categorias de artistas e as diferentes categorias de clientes. No espaço institucional, as representações sociais do que é ou não é arte condicionam a produção artística e, quanto mais o produto se aproximar do imaginário social a respeito do que vem a ser “arte pura” ou “artesanato legítimo”, provavelmente, mais sucesso comercial o artista irá obter. Esse imaginário social conduz o trabalho de artistas e artesãos, inseridos em espaços institucionais, e contribui para a reprodução dos sistemas simbólicos que guiam essas práticas.

As feiras de artesanato procuram divulgar as diferentes culturas e mobilizar os produtores de modo a lhes permitir ganhos monetários e garantir a continuidade de sua atividade laboral, bem como possibilitar que certos fazeres não se percam com o tempo, se mantendo através das gerações. Esse interesse pelo que é produzido artesanalmente em outras culturas traz em seu bojo a questão do consumo nas sociedades capitalistas, ocidentais, contemporâneas. O dilema que se apresenta diz respeito à necessidade da produção artesanal continuar acontecendo por um lado e, por outro, dela ser vendável e, portanto, atender às expectativas dos consumidores. Nas seções seguintes, a análise de dados empíricos nos ajuda a entender quais são as representações sociais instituídas a respeito do artesanato no espaço do Brique da Redenção.

MÉTODO

A pesquisa etnográfica empreendida de março a novembro de 2010 teve como cenário o espaço popularmente conhecido como Brique da Redenção que oficialmente é chamado de Feira Cultural do Bom Fim. Essa feira ocorre no bairro Bom Fim, no canteiro central da Avenida José Bonifácio, via paralela ao Parque Farroupilha, essa última também conhecida como Parque da Redenção, espaço arborizado incrustado no centro da capital gaúcha e que se constitui no entorno daquele evento considerado típico da cultura porto-alegrense. A feira iniciou com vinte e quatro expositores que ali comercializavam antiguidades, como parte dos festejos da Semana de Porto Alegre, em 19 de março de 1978, mas foi institucionalizada em 20 de março, sendo que, a partir de então, ocorre sempre aos domingos, das nove às dezessete horas durante todo o ano. O PROJETO CONVÍVIO, coordenado pela Prefeitura Municipal e pela Secretaria Municipal de Indústria e Comércio, fundou a feira com o objetivo principal de “humanizar” a cidade. (ABRAHAO, 1997).

O Brique da Redenção caracteriza-se pela dualidade público/privado, ao mesmo tempo em que ocorre em uma via pública, gerido por regras do poder público, cada box corresponde a um espaço próprio de cada artesão. Em face disso, a feira configura-se como um espaço organizacional e, para a realização da etnografia, foi solicitada à direção da feira autorização para a consecução do estudo. O responsável pela organização do brique aquiesceu ao desenvolvimento do trabalho e as atividades de campo, como entrevistas e acompanhamento dos processos de confecção e venda dos artesanatos, foram negociadas com os próprios artesãos que aceitaram participar da pesquisa.

A etnografia realizada no Brique seguiu a definição de Baztán (1995, p. 3), o qual afirma tratar-se: “do estudo descritivo (“graphos”) da cultura (“ethnos”) de uma comunidade”. De acordo com o referido autor, o fazer etnográfico requer o cumprimento de quatro etapas, a saber: a) a delimitação do campo a ser investigado; b) a busca de material documental sobre o campo em questão; c) a investigação propriamente dita com a incursão a campo, observação participante, entrevistas, registro dos dados; d) a saída de campo para a produção do texto etnográfico. As técnicas utilizadas para a obtenção dos dados foram: materiais documentais, observação participante e entrevistas.

No que concerne aos materiais documentais (GODOY, 2006), buscamos investigar as edições do jornal da feira, as atas de reuniões dos artesãos, bem como o estatuto e os documentos de constituição da respectiva feira. As entrevistas foram realizadas por meio da técnica em profundidade (FONTANA; FREY, 1994) durante as imersões em campo. Para tanto, realizamos quinze entrevistas com os artesãos, obedecendo a um roteiro prévio que abordava (1) o processo de “tornar-se” um artesão, (2) a inserção na respectiva feira e, (3) a rotina de trabalho para a confecção do artesanato. O Quadro 1 apresenta o perfil dos sujeitos pesquisados. Cumpre destacar que os nomes são fictícios de modo a preservar a identidade dos informantes.

Quadro 1 – Perfil dos Artesãos Entrevistados

	Nome	Idade (anos)	Tempo de Trabalho no Brique	Tipo de Artesanato
1.	Rosane	47	20 anos	Papel machê
2.	Pedro	45	28 anos	Incenssários
3.	João	52	12 anos	Madeira
4.	Leonardo	28	10 anos	Cuias e carrancas
5.	Priscilla	35	10 anos	Papéis reciclados
6.	Analia	62	28 anos	Bordados
7.	Fátima	45	7 anos	Cestarias
8.	Carla	20	2 anos	Madeiras
9.	Lucas	45	8 anos	Resíduos de metais
10.	Ruth	48	28 anos	Tecidos
11.	Marcela	37	18 anos	Bijuterias
12.	Luciana	39	1 ano	Metais e argila
13.	Silvio	57	10 anos	Argila
14.	Maria	42	29 anos	Crochê
15.	Juliana	35	20 anos	Mandalas

Fonte: dados da pesquisa (2010)

As entrevistas foram gravadas no formato digital (mp3), e analisadas com base nas discussões apresentadas por Adkins e Ozanne (2005) sobre análises intra e intertextuais. A análise intratextual foi realizada para a compreensão das experiências dos entrevistados em relação ao trabalho na condição de artesãos. As análises intertextuais foram realizadas com base em agrupamentos temáticos sobre as representações do conceito de artesanato, bem como o entendimento de organização para o trabalho em uma organização no formato da feira.

A observação participante (DENZIN; LINCONL, 1994) foi realizada por uma das pesquisadoras. A mesma esteve com constância na feira atuando junto aos artesãos, procurando acompanhar a atuação daqueles que lá trabalham.

Inicialmente, a pesquisadora circulava na feira e, ao perceber que algumas bancas estavam sem movimento de consumidores, conversava com os artesãos sobre a pesquisa, o que permitiu a identificação do local no brique onde se concentravam os artesãos mais antigos (Rosane, Analia e Maria), com os quais teve início o estudo. Como a pesquisadora não

era uma artesã, nos primeiros dias de sua estada em campo, ela oferecia ajuda ao grupo de artesãos, a exemplo de ficar na banca e atender aos clientes enquanto eles almoçavam ou saíam para ir ao banheiro. Posteriormente, foi possível auxiliar na organização das bancas e das matérias-primas dos artesanatos, considerando que muitos dos artesãos produzem durante o período de exposição dos produtos para a venda no brique.

A ARTESANIA DOS DADOS: ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS ACHADOS DE CAMPO

O Artesanato na Ótica do Setor Público

Na medida em que o Brique resulta em uma dicotomia público/privado, cumpre primeiramente identificar o que vem a ser trabalho artesanal sob a ótica do poder público, o qual estabelece os ditames sobre a comercialização a ser realizada na feira. Retomando as discussões de Waqüant (2005), o campo que envolve o trabalho com as artes é um campo de forças, onde os processos de objetivação de sua dinâmica são regidos pelas disputas entre atores sociais inseridos em seu interior. Portanto, iniciamos as discussões sobre os atores que constituem formalmente a feira em estudo como um campo.

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDICE), por meio do Departamento de Micro, Pequenas e Médias Empresas, tem desenvolvido o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), no intuito de definir as políticas públicas e o planejamento de ações de fomento ao setor. Nesse sentido, desde o ano de 2006, fóruns vêm sendo organizados com o objetivo de angariar contribuições dos próprios artesãos, de pesquisadores e demais entidades da sociedade civil para que o estabelecimento de conceitos sobre o que vem a ser artesão, artesanato e trabalho artesanal. Essa definição torna viável a elaboração de políticas que venham a auxiliar a ampliação dessas organizações de trabalho no país, gerando mecanismos de fomento e comercialização artesanal tendo por base o cenário sociocultural brasileiro (BRASIL, 2010).

Por estarem relacionadas no âmbito institucional com o desenvolvimento econômico do país, muitas das discussões realizadas associam o trabalho dos artesãos com o dos micro e pequenos empresários, o que proporcionou também o desenvolvimento de uma Câmara Especial no país, para auxiliar no processo de exportação comercial do trabalho artesanal. Nesse sentido, além do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas -, bem como de organizações dos próprios artesãos, como a Casa do Artesão, tem articulado ações visando contemplar esse segmento.

No que se refere às qualificações de artesanato que aparecem nas definições de políticas públicas, o trabalho com as mãos representa uma das características do artesanato para as instituições que regulam essa atividade no país. Instituições como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, Ministério da Cultura e Secretarias estaduais e municipais têm atuado para a construção dessas especificações, como pode ser

observado no Quadro 2.

Quadro 2 – Definições Conceituais de Artesanato para Instituições Públicas

	Definição conceitual de artesanato na concepção de órgãos do setor público
Casa do Artesão – Porto Alegre (Rio Grande do Sul, 2010)	É a técnica, prática ou arte do artesão. É o conjunto de objetos utilitários e decorativos para o cotidiano do homem, produzidos de maneira independente, usando matéria-prima em seu estado natural e/ou processados industrialmente. Mesmo que as obras sejam criadas com instrumentos e máquinas, a destreza manual do homem é que dará ao objeto uma característica própria e criativa, refletindo a personalidade do artesão e a relação deste, com o contexto sociocultural do qual emerge.
SEBRAE (Mascêne; Tedeschi, 2010)	Artesanato toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade.
Programa do Artesanato Brasileiro (Brasil, 2010)	Artesanato compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios.

Fonte: Adaptado de Rio Grande do Sul (2010); Mascêne e Tedeschi (2010), e BRASIL (2010)

No âmbito das instituições de caráter federal (SEBRAE e PAB), o trabalho com as mãos apresenta-se associado à forma de trabalho dito como “produtivo”. Por estarem imersos em um contexto onde a produção industrial é marcante, apesar da ênfase na atividade manual, ainda assim do artesão são requeridas características de produção semelhantes àquelas desenvolvidas no âmbito da produção em série para atender ao mercado.

Sendo assim, Collinghood (2007) apresenta discussões consoantes ao anteriormente exposto, ao afirmar que uma das representações sociais sobre o artesanato é a de que esse emprega um conjunto de atividades voltadas à produção de objetos funcionais, tendo por sua constituição um propósito prático de uso utilitário. As representações aqui apresentadas sobre a atuação do poder público no campo do artesanato reforçam essas proposições de Collinghood (2007). O caráter funcional do artesanato, associado ao entendimento da lógica de mercado, resulta na constituição das representações do trabalho artesanal com características de um trabalho empreendedor. Essa dinâmica contribui para o entendimento do artesanato como algo “inferior” no campo das artes, como discorre Collinghood (2007). Como discutido, anteriormente, diversos atores sociais atuam na construção do campo das artes, bem como do artesanato. As próximas seções de este artigo visam debater como se constituem as representações sociais dos artesãos em relação a esta dinâmica.

Expondo no Brique: o Artesanato e o Artesão Sendo Revelados Mas Afinal, Que Feira é Essa?

O Brique da Redenção, oficialmente, é composto por quatro setores: o *locus* dos artistas plásticos, o dos expositores de antiguidades, a parte destinada à alimentação e o espaço do artesanato. No total são 182 artesãos, 8 comerciantes de alimentos, 40 artistas plásticos e 66 expositores de antiguidades (BRIQUE DA REDENÇÃO, 2010). O artesanato indígena também tem espaço na feira, concentrado igualmente no local destinado ao artesanato.

O setor de artesanato é regido por regulamento próprio, elaborado pelos artesãos em parceria com a Prefeitura Municipal, em 1995, e define desde a forma de ingresso na feira até o tipo de produto que pode ser comercializado naquele local. A definição de produto artesanal não está posta no documento, mas faz referências ao que é preconizado por outras instâncias governamentais como é possível observar no excerto abaixo:

Serão objetos de comercialização artigos confeccionados pelos próprios feirantes, utilizando técnicas artesanais, conforme definição da legislação federal, estadual e municipal em vigor. Fica proibida a venda de artigos industrializados ou artesanais produzidos por outrem ou próprios, mas não constantes na ficha cadastral de cada um ou não aprovada pela Comissão Deliberativa (PORTO ALEGRE, 1994).

A lógica de mercado não está à margem nesse espaço de comercialização de produtos artesanais. Uma parceria realizada entre a Prefeitura, o Banco do Brasil e a associação dos artesãos propiciou a concessão das barracas padronizadas aos artesãos para a exposição de seus trabalhos. Aliado a isso, a comercialização do artesanato nessa parceria incluiu a possibilidade de transações mediante o uso de cartões de crédito e de débito pela empresa Visa, operados através do Banco do Brasil, via uma conta corrente que permite serem as transações efetuadas na feira repassadas automaticamente para a conta dos feirantes, como pode ser observado na figura 1.

Figura 1 – Padronização das Barracas da Feira Cultural



Fonte: Brique da Redenção (2010)

Como um espaço de comercializações, o Brique da Redenção possui estruturas de organização de suas atividades, bem como, para os artesãos, formas específicas de trabalho em relação aos outros expositores da feira. Esta dinâmica foi explicitada por um dos artesãos responsáveis por essas organizações, o qual a descreve no seguinte extrato de um dos diários de campo:

Os artesãos têm uma comissão de 11 pessoas e se reúnem toda a primeira segunda- feira de cada mês na prefeitura. Paulo contou também da existência de um conselho abrangendo os quatro setores, mas não soube informar sobre a dinâmica da mesma. A terceira organização que existe ali é chamada de Associação dos Artesãos do Brique da Redenção, com eleições a cada dois anos. No último pleito, os artesãos da Associação também foram eleitos para a comissão, apesar da rivalidade entre eles, como uma forma de “alinhar” os dois lados (Diário de campo, 02 de maio de 2010)

Os conflitos que existem entre os membros da Comissão e da Associação expressam algumas dinâmicas implícitas nas relações entre os artesãos. A Comissão seria a instância mais austera a reger a feira, responsável por fazer valer as regras da prefeitura e expressar a ótica do poder público. Por outro lado, a Associação desempenharia um papel mais amistoso e de parceria, ao oferecer suporte à atuação dos artesãos.

Retomando as discussões sobre representações sociais, é possível observar como as intervenções do setor público são incorporadas na organização da feira. Esse processo de alinhamento das representações denota como o Brique da Redenção se torna um espaço de luta pelo reconhecimento do trabalho dos artesãos. A feira é um espaço de disputas e a produção das representações ocorre pelos mecanismos de transformações de imposições do poder público sobre o trabalho dos artesãos. Isso implica incorporar interesses políticos e econômicos na construção das representações sociais dos artesãos, sendo esta dinâmica também explicitada em relação aos processos de entrada de novos ingressantes na feira.

O processo seletivo para a entrada na feira, de acordo com as entrevistas realizadas com os próprios artesãos, ocorre através de uma triagem. A última foi realizada em julho de 2009, quando três grupos avaliadores (representantes dos artesãos; representantes da Prefeitura, mais especificamente da Secretaria Municipal de Indústria e Comércio; e do Estado do Rio Grande do Sul, através dos membros da Casa do Artesão) escolheram cinco candidatos entre 200 inscritos. Pedro, integrante da comissão de seleção, informou sobre o cuidado em selecionar “quem de fato é um artesão”: “camelô tem outro espaço”, afirmou, sendo que os critérios para seleção de artesãos são: ineditismo, criatividade e elaboração técnica.

Estas três representações do trabalho do artesão podem ser relacionadas às representações elaboradas pelo poder público, em especial no que diz respeito à criatividade e à destreza manual. Por ser um espaço de lutas políticas e econômicas, mais um elemento passa a operar na construção das representações dos artesãos: o ineditismo. O caráter inédito diz respeito a um saber-fazer específico do artesão, ou seja, a articulação entre a sua criatividade e a destreza manual que pode ser legitimada em um espaço comercial como a feira.

Essa representação circula no contexto da feira, em face de ser um ambiente diretamente vinculado à lógica de mercado. Arelado a isso, têm-se a percepção do poder público de que os artesãos podem ser considerados microempreendedores, algo que corrobora a representação do ineditismo como característica do artesanato e pelo atrelamento do artesanato à lógica do mercado, de um bem a ser consumido, além de seu entendimento como mecanismo de inserção socioeconômica. Essa dinâmica de articulações de representações implica também que o fazer com as mãos não necessariamente seja sinônimo de trabalho artesanal. A próxima seção deste trabalho evidencia como o trabalho manual é objetificado e familiarizado como uma característica das representações do trabalho dos artesãos.

Na Feira, o Artesão com a Palavra

A Representação de Artesanato Como Trabalho Manual

A primeira constatação observada para a definição do artesanato foi a ênfase nas representações sociais que se referem ao trabalho artesanal como aquele “feito à mão”. Conforme o regulamento da feira, isso vai determinar se o artesão pode integrar esse espaço ou não. Além disso, é uma forma de construção identitária com base na relação “nós e os outros” (CENTURIÃO, 2002) quando os “outros” são, por exemplo, os “camelôs” que revendem objetos adquiridos em lojas populares no centro da cidade de Porto Alegre. A luta pelo espaço, como salienta Waqüant (2005), se estabelece igualmente na construção das representações de quem é legitimado para atuar na feira. Essa representação “do feito à mão” também é salientada como sendo a principal característica do artesanato, pois permite aos indivíduos se expressarem por meio de seu trabalho, como pode ser observado nos seguintes excertos:

O trabalho manual é o que é mais marcante no trabalho de um artesão, a possibilidade de expressão de sua arte de diversas formas. (Leonardo, 9 de maio de 2010).

O artesanato, ele trabalha com o humano. Não é uma máquina que produz, é o ser humano. São mãos que produzem (Luciana, 24 de outubro de 2010).

A criação. Aquilo que é feito do começo ao fim. Manual e sem ferramentas e matrizes, sem maquinarias. Tudo a partir de nossa criação, né? (Silvio, 9 de maio de 2010).

Ao desvelar essa representação social do artesanato na visão dos artesãos, podemos observar que ela está relacionada à presença do homem em relação ao seu trabalho. Isso contrasta com a ótica do poder público, citada anteriormente, evidenciando ressignificações na circularidade das representações sociais. É possível pensar que as construções elaboradas pelo poder público são apropriadas pelos artesãos e ganham representação semelhante, mas com significado diverso. Essa representação é afirmada assinalando que o trabalho com as mãos é uma forma de aproximação (ancoragem) para a materialização do que é artesanato. Para os artesãos, tais representações são associadas à capacidade de ação do indivíduo frente

ao seu sistema de trabalho; aqui ela está associada à técnica de produção de artefatos/objetos. Para Moscovici (2003), as representações funcionam como mecanismos de controle da realidade, onde, no contexto do artesanato, aparece como sendo o trabalho com as mãos. Para os artesãos, o artesanato também se relaciona aos aspectos afetivos, tanto que mesmo afirmando não ser a remuneração do trabalho satisfatória, nenhum dos entrevistados cogitou a possibilidade de desenvolver outro tipo de atividade. Para as instituições, a ênfase nas representações sociais do artesanato realizado com as mãos associa-se ao desenvolvimento de aspectos técnicos do trabalho. Entretanto, essas duas percepções não podem ser compreendidas de forma excludente.

A ênfase do trabalho com as mãos nos mostra a tentativa de superar a dicotomia homem/máquina, ao inserir o humano nessa dinâmica. Podemos considerar que o fazer com as mãos está associado às representações das técnicas características aos artesãos; ou ainda à presença desse na concepção e execução da atividade. Por isso, a recorrência de palavras como “transformação”, “expressão”, “criatividade”, “prática” indica como as técnicas de trabalho são extensões das mãos dos artesãos, além de evidenciar a relação existente entre, de um lado, o artesanato e, de outro, as técnicas artesanais:

Técnicas empregadas pelos artesãos em seu próprio trabalho vão sendo desenvolvidas no dia a dia, não tem uma fórmula, mais por tentativa e erro na produção. Com o tempo, o artesão vai aprendendo o que dá certo ou não, mas, mesmo assim, não tem algo que seja prescrito para esse tipo de trabalho. (Priscilla, 23 de maio de 2010)

Processo de se ter uma ideia e acompanhar a produção do artefato do princípio, meio e fim, e as etapas, apesar de ser, em alguns momentos, necessária a utilização de máquinas, ele deve ser essencialmente manual. (Rosane, 18 de abril de 2010)

Conforme os relatos, a representação das técnicas artesanais como a forma de trabalho dos artesãos configura-se como mecanismo de resistência frente à reificação de suas atividades em prescrições laborais. Soares e Fischer (2010) salientam a importância dos mestres artesãos no que se refere aos saberes populares de artes e ofícios artesanais, posto que este é um tipo de conhecimento tácito que é aprendido no dia a dia de suas atividades. De modo análogo, Sennett (2009) afirma que os sistemas de conhecimentos fechados nos trabalhos manuais têm vida curta, pois o ensimesmamento da sociedade contemporânea é o que o distingue do trabalho desenvolvido pelos artesãos. Como salientado pelos artesãos, a técnica é importante para o desenvolvimento do artesanato, mas ela não é o limite de sua produção, é mais um meio para auxiliar na capacidade de criar, ajudando a consolidar o processo manual de produção dos artesãos.

As representações sociais das técnicas artesanais enquanto trabalho não são associadas à lógica da eficiência ou mesmo da padronização de artefatos, mas sim ao domínio do conhecimento de suas atividades, bem como do respeito para com as formas das matérias-primas a serem trabalhadas. Portanto, o toque humano das mãos associado ao retoque de

conhecimento das técnicas de trabalho proporcionam as representações de um trabalho que permite a expressão da criatividade dos artesãos. Entretanto, essa representação sofre forte influência das relações de mercado, a ponto desses artífices estarem inseridos em feiras para a venda de sua produção. A influência também advém do campo das artes, tendo em vista que o trabalho artístico-artesanal se configura como uma das representações sociais do artesanato. Esses aspectos são discutidos a seguir.

Representações de Arte e Artesanato: É Possível Separar?

Outro aspecto sobre as representações sociais do artesanato para os artesãos diz respeito a sua inter-relação com trabalhos artísticos. A arte, que perpassa fortemente as discussões sobre o que é artesanato, é evidenciada pela colocação de vários atributos referentes à caracterização da fronteira entre esses dois conceitos, como forma de se tentar produzir esse indivíduo “humano” que pode “transformar” seu trabalho. Como as técnicas artesanais são imbricadas com as atividades das mãos, essas conferem-lhes autenticidade e características análogas à produção artística, como pode ser observado nos seguintes relatos:

Então é artesanato, por quê? Porque é feito artesanalmente, entendeu? Não é um evento assim, aquela coisa da arte conceitual, não é uma arte conceitual, até existem elementos ali, mas aqui tem o trabalho do artista, aquela coisa do 90% transpiração tá aqui dentro, né?! Por isso, eu considero, por um lado, o artesanato como um processo artesanal de como é feito e elaborado e, também, arte, porque são peças únicas, entendeu? Então, a arte pode ser artesanato e artesanato pode ser arte, e eu acho que quem discorda disso está errado (risos) (Lucas, 17 de outubro de 2010).

O artesanato é imbricado com um trabalho artístico de características locais, não sendo expresso por meio de “um evento” centrado no indivíduo que o produz, mas sim associado ao universo sociocultural onde está imerso. As representações de peças artesanais únicas são remetidas ao processo de criação implicando o entendimento da existência e aceitação da seriação do artesanato, como discutido anteriormente. O fato de trabalhar com as mãos acaba por inviabilizar a repetição padronizada da execução. Vergara e Silva (2007), baseadas em Chiti (2003)¹, alertam que o artesanato não pode ser confundido com objetos de contemplação e de estímulo à emoção, como obras de arte, que são peças únicas e somente admitem réplicas para a redução do volume ou tamanho, devendo o artesanato ser objeto de uso prático, utilitário, acessível e tangível.

Há que se ponderar se a visão de artesanato propugnada por Vergara e Silva (2007) não estaria calcada em uma concepção de quem possui capital cultural representativo de camadas altas. Será que o artesanato não pode ser qualificado como arte popular? Como tal, não estaria tão somente limitado à praticidade, ao utilitarismo, mas sim também teria uma conotação estética que pode ser alvo de contemplação e de emoção por parte de quem compreende aquele objeto como representativo de uma cultura diferente que traduz seu modo de vida em objetos cujo valor e emoção só podem ser percebidos a partir de uma visão não etnocêntrica, isenta das regras acadêmicas que determinam o que vem a ser arte através

dos Institutos de Belas Artes.

De acordo com Valente *et al.* (2007), a arte pode ser definida como manifestações do espírito humano, materializada mediante habilidades e inclinações que repercutem na música, dança, literatura, pintura, em qualquer atividade de cunho estético desenvolvida pelo homem. Elementos da técnica artesanal, como discutido anteriormente, são remetidos ao desenvolvimento estético do artesanato, onde o respeito ao material a ser trabalhado evoca como elementos culturais são respeitados no trabalho técnico das mãos.

Conforme os artesãos, a concepção de arte circunscrita ao conceitual não é o foco do seu trabalho. Todavia, reconhecem essa dualidade em seus produtos, ora enfatizando-os como artesanato, ora como arte, trazendo à tona a percepção sobre a inviabilidade dessa separação. Sendo assim, o artesanato é relacionado ao trabalho com as mãos (práticas cotidianas), ao emprego de técnicas (reprodução sem repetição) e à atividade de cunho social (inserção socioeconômica). É sob esse quadro de referências que o artesanato tem sido ancorado, ou seja, que esse objeto representado tem se transformado em representações sociais e, portanto, questões artísticas conceituais, destacadas pelo informante Lucas, não têm sido debatidas nesse contexto. A arte, para os artesãos, tem sido relacionada às questões cotidianas de suas atividades e forma de expressão no trabalho.

O desafio imposto ao trabalho artesanal é conciliar a expressão artística do artesanato em relação ao aspecto rudimentar que até mesmo as instituições públicas associam a esse trabalho. É conferido às obras artísticas um sentido conceitual de arte que o processo artesanal não apresenta por vezes, pois está atrelado ao cotidiano do contexto sociocultural do artesão, sendo sua principal forma de inserção socioeconômica, pela qual são associados mais ao desenvolvimento local do que ao saber cultural a esse agregado. As implicações das representações sociais do artesanato como “arte” do cotidiano e da coletividade, associadas às suas formas de inserção econômica, refletem-se na percepção desse como um bem de consumo, próximo tópico do debate.

Artesanato: Representação de Algo a Ser Consumido

No nível institucional, o trabalho artesanal foi representado pelas mãos, segundo o qual as técnicas de produção foram associadas à lógica produtiva, o que confere ao resultado dessa atividade (artesanato) também características de um produto para consumo. Nesse sentido, a inserção do artesanato, a partir da técnica, no contexto institucional relaciona-se às políticas de inserção econômica dos artesãos, quando eles passam a ser considerados micro e pequenos empresários, como no caso do SEBRAE (MASCÊNE; TEDESCHI, 2010) que desenvolveu tipologias de artesanato com base nas matérias-primas utilizadas pelos artesãos.

Essas instituições evidenciam a necessidade de profissionalização desse ofício como meio de inserção econômica e desenvolvimento local. Silva (2006) afirma que o artesanato singulariza-se, também, pela tradução das representações simbólicas de cada artesão,

promovendo a representação da realidade cotidiana através da produção e seriação de utilitários como vestimentas, adereços, mobiliários, peças decorativas e funcionais. Souza (1993) afirma que o artesanato é um produto que expressa a cultura de uma região ou país e que se destina ao consumo ou ao uso, portanto, um produto cujo conceito deve ser entendido de maneira ampla, tendo em vista sua intangibilidade – valores culturais e regionais.

A inclusão de discussões sobre questões de cunho econômico e social foram salientadas pelos artesãos como, por exemplo, “processa seu trabalho em casa”, “processo de se ter uma ideia e acompanhar a produção” ou “o artesão depende da venda” demonstram evidências de que a inserção socioeconômica dos atores deve ser considerada no debate sobre as representações sociais do artesanato, uma vez que as atividades artesanais encontram-se articuladas dentro de um sistema capitalista. Ao questionarmos os artesãos sobre como eles observam aspectos relacionados à dinâmica do mercado de consumo em relação ao seu trabalho, ou seja, o efeito da inserção dessa lógica na concepção de seu trabalho, obtivemos referências à necessidade deles encontrarem alternativas para garantirem sua sobrevivência:

A gente pensa numa forma de elaborá-la comercialmente e de acordo com um público. Então, a gente lança uma ideia, e a partir dali as pessoas vão usando, e a gente tem que vê o que o pessoal quer. Eu não posso fazer só aquilo que eu quero. Tenho que fazer para mim e para sobreviver. O que é que tu quer colocar na tua casa com a matéria prima que eu trabalho. (Silvio, 17 de outubro de 2010)

A estética da produção artesanal também é importante, pois o artesão depende da venda para sua sobrevivência e é na interação com o público que ele consegue criar e vender. (Priscilla, 16 de maio de 2010)

Recorrendo às discussões de Moscovici (2003), podemos compreender como as representações do artesanato se transformam a partir de sua inserção na lógica de mercado, porém, mantendo características de trabalho artesanal. De acordo com o referido autor, a construção cognitiva das representações não ocorre de forma individual, mas sim como fruto de uma construção social. Portanto, o fato dos artesãos desta pesquisa colocarem em exposição e comercializarem o artesanato produzido em uma feira faz com que eles naturalizem sua atividade como um produto para o consumo ou mesmo como um bem utilitário. Aqui é possível perceber uma circularidade cultural, na medida em que as representações das classes altas, intelectualizadas, são incorporadas pelos artesãos, os quais passam a vislumbrar esse agir voltado para o mercado como a única maneira de sobreviver. Não que ele não possa ter uma estética apurada, mas ele deve atingir seu público-alvo, daí a praticidade e utilitarismo apropriado de falas eruditas.

Essas contradições remetem às discussões de Collinghood (2007) e Adamson (2010) sobre o caráter utilitário do artesanato em relação às artes. É preciso salientar que os artesãos estão imersos em um campo onde a lógica de mercado perpassa não somente a objetivação da feira, como igualmente a construção das subjetividades dos artesãos. Por isso, as falas aqui apreendidas denotam os efeitos dessas articulações sociais, nas quais a inserção

socioeconômica é percebida como essencial no processo de trabalho artesanal, além de reportarem a presença dos elementos humanos nos processos de trabalho (as mãos) e a capacidade artística de suas atividades (criação).

Sobre as implicações econômicas que a comercialização do artesanal vem sofrendo, os artesãos mencionaram a interferência dos produtos chineses em sua atividade. Evento considerado como desencadeador de alterações no mercado foi a abertura de lojas que vendiam produtos no valor de R\$ 1,99 e que, ainda hoje, se encontram espalhadas pela cidade. Corroborando essas discussões, Dona Rosane ainda afirmou: “os produtos chineses são baratos e as pessoas nem querem saber que aquilo é feito com mão de obra escrava, querem saber do preço”. É possível observar o quanto as representações do trabalho dos artesãos ainda se confundem com o entendimento da lógica de mercado e os artefatos produzidos compreendidos como produtos de consumo de massa.

Não foi recorrente falas dos artesãos que remetessem a um “artesanato típico” de sua região, mas sim fortemente associadas às questões econômicas. Há evidências no contexto de análise de que essa associação do artesanato como um produto para o consumo é reflexo das forças econômicas globais que têm impactado contextos microssociais. A liberdade de expressão dos artesãos em relação ao artesanato, e desse como arte, depende, também, da viabilidade econômica de sua atuação.

Proposições e Implicações Teóricas e Empíricas dos Resultados da Pesquisa

Com base nas categorias analíticas trabalhadas nessa pesquisa podemos compreender como o espaço público (Parque da Redenção) ao ser todos os domingos apropriado pela feira cultural (Brique da Redenção) constitui uma dinâmica organizacional que revela representações de suas atividades de trabalho, bem como de um modo de vida a partir da ótica dos próprios artesãos. Sendo assim, evidenciamos as repercussões teóricas e práticas para os Estudos Organizacionais a partir de algumas proposições e implicações do trabalho empírico realizado.

Primeiramente, cabe ressaltar que os diferentes sentidos das representações sociais apresentados entre os artesãos e as convenções do poder público relacionam-se tanto à reificação do trabalho quanto às questões econômicas. De forma ampla, a inserção socioeconômica é considerada como essencial no processo de trabalho artesanal, pois se reconhece o contexto local onde os artesãos estão inseridos (feira) e sua interface com a dinâmica global do sistema econômico. Todavia, especialmente para os artesãos, as características associadas ao artesanato, tais como criatividade, inovação e perícia técnica, fazem com que a atividade seja percebida como modo de produção bastante peculiar no contexto contemporâneo.

Ao aproximarmos-nos de forma detalhada das representações sobre artesanato identificadas

nessa pesquisa, as dissonâncias entre a percepção do poder público e dos artesãos a respeito da atividade tornam-se evidentes. O poder público, ao reconhecer o trabalho artesanal como uma atividade econômica, constrói os artesãos por meio de representações de microempreendedores, reificando o sentido do trabalho dos mesmos. Ao serem objetivadas, tais representações constituem imagens estereotipadas dessa população como figuras que precisam de apoio do Estado para se desenvolverem, inclusive de forma a gerar impacto socioeconômico e cultural onde os mesmos estão inseridos. Ou seja, não se tem uma lógica de interação, mas de implementação das formas de gestão e das prioridades do Governo no financiamento dessa atividade. Além disso, os esforços de construção da representação do artesão microempreendedor contribuem para descaracterizar os modos tradicionais de fazer e comercializar o artesanato e, simultaneamente, adequar a organização artesanal à lógica de mercado.

Pontuamos que os artesãos inseridos no espaço de relações estudado não estão alheios a essa lógica, porém a apreendem de modo diferente. Conforme as representações do artesanato como uma forma de expressão, na qual o produtor está indissociavelmente ligado à sua produção, a inserção econômica é percebida como forma de interação. Por isso, embora os artesãos aleguem orientar seu trabalho conforme os gostos do público, o processo de produção está sempre impregnado da capacidade de ação e intervenção do artesão em seu trabalho, bem como da interação com os consumidores e o contexto social. Desse modo, a lógica de mercado está presente na atividade artesanal, porém diluída entre as interações e os propósitos que motivam a produção artesanal.

O poder público não tem reconhecido essa percepção de interação. As implicações práticas de gestão, nesse caso, evidenciam-se na forma como as políticas públicas vêm sendo implementadas no contexto em questão. Ainda não se observou um espaço de discussões sobre esse processo de trabalho a partir da atuação dos artesãos, tanto que na própria feira existem três grupos responsáveis pela organização da mesma, articulados por meio de diferentes esferas públicas, e que por vezes não são interligados. Seria relevante estabelecer mecanismos de organização e participação dos artesãos no estabelecimento dessas políticas. Em termos teóricos, essas dissonâncias refletem-se na dificuldade em se conceituar artesanato. Se, no senso comum, o entendimento de artesanato se refere ao domínio técnico e rotinizado, e por isso é possível compreendê-lo e desenvolvê-lo por meio de uma lógica e de sistemas produtivos, por outro lado os artesãos transcendem essa percepção ao associá-lo a um modo de vida. Assim sendo, o artesanato não se refere às expressões artísticas conceituais, mas a um domínio de uma vivência cotidiana, onde o trabalho com o humano e o saber-fazer aprendido em casa foram relevantes nas falas dos artesãos entrevistados.

A proposição teórica que levantamos nessa pesquisa é entender o artesanato para além das formas de organização e trabalho associadas à lógica mercantilista e associá-lo a um modo de vida, pautado sobre a interação entre produtor e produto, mas que também está intimamente ligado ao mercado. Posto de outra forma, propomos que a figura do artesão contemporâneo, inserido em um contexto urbano de produção e comercialização que se aproxima mais da lógica de mercado do que dos modos de produção e consumo tradicionais,

revela que as formas de fazer e organizar o trabalho são tão dirigidas pelo mercado quanto pelas vivências do artesão em relação àquilo que faz.

As políticas públicas voltadas para a questão do artesanato, nesse sentido, devem ponderar sobre as possibilidades de tornar a produção artesanal rentável e competitiva, em face da concorrência direta ou indireta com a produção massificada e mecânica que ameaça o modo de vida dos artesãos. O interessante para futuras pesquisas seria investigar as diferentes formas através das quais o campo de forças, arte e artesanato, poder público e privado, têm constituído essas vivências em outras dimensões que, aparentemente, estão além do trabalho artesanal. Ou mesmo, como essa lógica de sistema produtivo tem organizado o campo e o entendimento de produção artesanal.

Consideramos que se faz necessário superar o entendimento teórico e empírico do artesanato como técnica, para poder tanto problematizar o espaço organizacional artesanal para além de um *locus* de atuação funcional do Estado, como para compreender o processo de inserção de mercado dessa dinâmica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse estudo, foi possível revelar três principais representações das articulações entre organizações (públicas e privadas), trabalho e os trabalhadores que atuam com artesanato, a partir da ótica dos artesãos. Primeiramente, o artesanato relacionado ao trabalho com as mãos (representações das práticas cotidianas dos artesãos). Uma segunda representação relacionada ao emprego de técnicas (reprodução sem repetição, articuladas às representações sobre trabalhos artísticos) e, por fim, a atividade de produção para consumo (representações sobre a inserção socioeconômica dos artesãos).

Outro aspecto importante sobre o trabalho manual no âmbito do artesanato é que ele requer criatividade, inovação, algo que no trabalho manual/braçal – o qual exige força física – costuma ser desconsiderado. A conotação de “algo menor” aparece nas entrelinhas quando o poder público e os demais agentes procuram enquadrar esses artesãos nas condições de micro empresários ou empreendedores, afinal essas categorizações gozam de mais prestígio do que o trabalho artesanal. Essa ideia remete ao fato do trabalho manual não granjear *status* privilegiado no Brasil. A historiografia que dá conta da utilização de mão de obra escrava na feitura de trabalho braçal pode ser a raiz desse descaso (DAMATTA, 1987).

Diante dessa realidade, a valorização do artesanato por aqueles que o produzem como algo feito com as mãos articula-se com a necessidade de se atingir o gosto do consumidor de modo a garantir a sobrevivência dos artesãos. Baratear custos através de formas seria uma opção, mas estaria descaracterizando a humanização da produção dentro de uma realidade social onde a máquina, o individualismo, a fluidez do cotidiano acaba por reificar o utilitarismo, o descartável, desconsiderando a incorporação das características do produtor na elaboração do produto como algo imbricado.

Essa circularidade cultural remete às articulações do contexto socioeconômico, onde o processo de criação e expressão artesanal demonstrou ser interpelado por técnicas associadas à lógica produtiva da eficiência, conferindo, como resultados dessas atividades de trabalho, características de um produto para consumo. Essa dinâmica evidencia-se quando o poder público vincula e submete as organizações de produção artesanal aos órgãos de fomento e regulação de microempresas. Essas diversas tensões entre os atores sociais constituem também as representações do universo organizacional onde os artesãos estão inseridos, o que pode ser observado na forma de disposição da feira, onde o trabalho artesanal e o artístico se encontram espacialmente separados.

Como proposição de intervenção na realidade do espaço organizacional em estudo, consideramos o maior engajamento dos envolvidos em discussões que viessem a priorizar o artesanato como forma de expressão e dinamização cultural local, e, também, de ganho monetário por aqueles que a ele se dedicam. Essa articulação, focada de maneira mais forte entre os atores públicos e privados, levaria em conta o “gosto” daqueles que são os consumidores dos produtos artesanais, assim a parceria poder público e artesãos (iniciativa privada) teria como primeiras ações a realização de pesquisas junto aos consumidores. O ponto forte recairia sobre uma não intervenção vertical, como geralmente ocorre, mas, sim, de um processo horizontalizado mediado pela cooperação.

Não obstante, é preciso considerar que as atividades dos ofícios artesanais são mecanismos de inserção econômica e desenvolvimento para muitas localidades. As abordagens de gestão dessas atividades devem considerar questões sobre participação e as experiências organizativas locais. Além das dimensões econômicas e administrativas, é preciso trazer para o corpo de discussões sobre gestão, nesse contexto, as dimensões sociais, políticas e culturais que perpassam e sustentam localmente essas atividades, não descartando sua interface com a estrutura social como um todo. A inserção de tal temática de estudos na área de Administração pode provocar reflexões acerca dos mecanismos de planejamento e desenvolvimento de organizações relacionadas ao trabalho artesanal, as demandas de financiamento para programas e pesquisas que articulem esse processo de trabalho às dinâmicas das culturas locais, bem como o reconhecimento de ofícios relegados ou negligenciados nos estudos organizacionais.

NOTA

- 1 CHITI, Jorge Fernández. **Artesanía, Folklore y Arte Popular**. Buenos Aires: Ediciones Condorhuasi, 2003.

REFERÊNCIAS

ABRAHAO, M. H. M. B. (Coord.). **Brique da Redenção: Trabalho, educação, subjetividade e saúde em modo não-formal de produção e comercialização de bens**. Porto Alegre:

EDIPUCRS, 1997.

ADAMSON, G. Introduction. In: ADAMSON, G. (ed.) **The Craft Reader**. Nova Iorque: Berg, 2010.

ADKINS, N. R.; OZANNE, J. L. The Low Literate Consumer. **Journal of Consumer Research**, v. 32, n. 1, p. 93-105, 2005.

ANDRADE, M. **O Baile das Quatro Artes**. São Paulo: Livraria Martins Editora, 1939.

BAZTÁN, A. A. **Etnografía: metodología cualitativa en la investigación sociocultural**. Barcelona: Editorial Boixareu Universitaria Marcombo, 1995.

BRASIL. Portaria n° 29 de 05 de outubro de 2010. Torna pública a base conceitual do Programa do Artesanato Brasileiro (PAB). Diário Oficial da União, República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, n° 192, quarta-feira, 6 de outubro de 2010, Seção 1, p. 100, 2010.

BOURDIEU, P. **As Regras da Arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

BRIQUE DA REDENÇÃO. 2010. Disponível em < <http://www.briquedaredencao.com.br>>. Acesso em: 01 jun. 2010.

CENTURIÃO, L. M. **Identidade, Indivíduo & Grupos Sociais**. Curitiba: Juruá, 2002.

COLLINGHOOD, **The Principles of Art**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2007.

DAMATTA, R. **O que faz o Brasil, Brasil?** São Paulo: Rocco, 1987.

DENZIN, N. K; LINCOLN, Y. S. Introduction: entering the field of qualitative research. In: DENZIN, N. K; LINCOLN, Y. S. (ed.) **Handbook of Qualitative Research**. London: Sage, 1994.

FONTANA, A; FREY, J.H. Interviewing: the art of science. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (org.). **Handbook of Qualitative Research**. London: Sage, 1994.

GODOY, A. S. Estudo de Caso Qualitativo. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Org.). **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais**. São Paulo: Saraiva, 2006.

JODELET, D. Representações Sociais: Um Domínio em Expansão. In: JODELET, D. (org.) **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

LUCY-SMITH, E. **The story of craft: the craftsman role in society**. Ithaca: Cornell University Press, 1981.

MASCÊNE, D. C.; TEDESCHI, M. (Orgs). **Termo de Referência:** atuação do Sistema SEBRAE no artesanato. Brasília: SEBRAE, 2010.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais:** investigações em psicologia social. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

PORTO ALEGRE (CIDADE). Instrução n° 3, de 1994. Estabelece o regulamento da Feira de Artesanato do Bom Fim, coordenada pela Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio (SMIC). Porto Alegre, Poder Executivo, conforme Art.2° da Lei Municipal n°7054 de 28.05.92 e Decreto n°10738 de setembro de 1993.

RIO GRANDE DO SUL (ESTADO). Lei n° 13.518, de 13 de setembro de 2010. Institui o Programa Gaúcho de Artesanato (PGA), cria o Comitê Gaúcho de Artesanato (CGA) e dá outras providências. Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Sul, Poder Executivo, Porto Alegre, RS, n° 175, de 14 de dezembro de 2010.

SENNETT, R. **O Artífice.** Rio de Janeiro: Ed. Record, 2009.

SILVA, H. M. **Por uma Teorização das Organizações de Produção Artesanal:** habilidades produtivas nos caminhos singulares do Rio de Janeiro. Tese (Doutorado em Administração) Fundação Getúlio Vargas - Escola Brasileira De Administração Pública E De Empresas, 2006.

SOARES, R. M. F.; FISCHER, T. M. D. “Aqui Aprendeu da Mãe que Aprendeu da Mãe”: Memórias e Significados do Artesanato no Território do Sisal/Bahia. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. 34., Rio de Janeiro, 2010. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

SOUZA, T. Uma Estratégia de Marketing para Cooperativas de Artesanato: O Caso do Rio Grande do Norte. **Revista de Administração de Empresas**, v. 33, n. 1, p.30-38, 1993.
SPINK, M. J. O Condeito de Representação Social na Abordagem Psicossocial. **Cadernos de Saúde Pública**. Rio de Janeiro, v. 3, n. 9, jul-set 1993, p. 300-308.

VALENTE, R.; SERAFIM, M. ALVES, M. A.; BENDASSOLLI, P. F. Gestão de organizações culturais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n. 2, p.119-123, abr/jun, 2007.

VERGARA, S; SILVA, H. M. Organizações artesanais Um sistema esquecido na teoria das organizações. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, jul-set, 2007, p.32-38.

WACQUANT, L. Mapear o Campo Artístico. **ISociologia, Problemas e Práticas**. Rio de Janeiro, n. 48, p. 117-123, 2005.

Josiane Silva de Oliveira Doutoranda em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS. Mestrado em Administração pelo PPA/DAD/UEM e Graduação em Administração pela UEM.

Marina Dantas de Figueiredo Doutoranda e Mestre em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS.

Neusa Rolita Cavedon Doutora em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS, Mestre em Administração pelo PPGA/EA/UFRGS e Mestre em Antropologia Social pelo PPGAS/UFRGS, Bacharel em Administração e em Ciências Econômicas pela UFRGS. Professora Associada da Escola de Administração da UFRGS e pesquisadora do CNPq.



Foto: Marisa Vianna



Foto: Marisa Vianna

Orgulho e Paixão na Arte da Cestaria e Trançado na Comunidade de Curralinho

Maria José de Oliveira Carvalhal, Mirian de Souza Viana e Claudiani Waiandt

Resumo O fazer artesanal tem como âmago uma individualidade indescritível, a qual o processo industrializado não pode conferir. Acreditando nessa singularidade, realizamos uma pesquisa etnográfica na comunidade rural de Curralinho, situada no município de Mata de São João, na Bahia, com o objetivo de compreender o fazer artesanal observando todo o processo produtivo, a satisfação e orgulho de cada artesã ao apreciar o seu produto finalizado para a comercialização. A fabricação de bolsas, realizada através de palhas colhidas na própria região, é desenvolvida por mulheres artesãs que executam todas as etapas da produção de maneira detalhista, que persistem na luta para obter o pão de cada dia através da sua criação artesanal. Esta saga diuturnamente vivida pelas sertanejas exige-lhes empenho, de maneira que nem mesmo a longa caminhada sob sol forte para incursionar as matas onde se colhe a matéria prima, bem como o minucioso trabalho de confeccionar as bolsas são suficientes para retirar-lhes a perseverança de fazer da arte uma forma de sobrevivência.

O referido documentário aborda a importância do trabalho artesanal, produção local, para a geração de renda das artesãs e familiares da comunidade de Curralinho-Bahia. Buscamos evidenciar, sobretudo, as características peculiares da produção artesanal e a sua contribuição para o desenvolvimento de diversas famílias localizadas na região, com o propósito de divulgar e valorizar não apenas o trabalho das artesãs mais principalmente a grande influência que o artesanato pode exercer sobre a sociedade e a sua contribuição para o crescimento social. Nessa perspectiva trazemos o artesanato como agente modificador do cenário sócio-econômico da comunidade.

Palavras-chave Artesanato, artesão, produção, comercialização.

The craftsmanship is as elusive core individuality, which the industrialized process can not confer. Believing that uniqueness, we conducted an ethnographic study in the rural community of Curralinho, located in the municipality of

Mata de Sao Joao, Bahia, with the goal of understanding the craftsmanship watching the entire production process, the satisfaction and pride of each artisan to appreciate the your finished product to market. The manufacture of handbags, made through straw harvested in the region itself is developed by women artisans performing all stages of production so thorough, that persist in the struggle for daily bread through your handmade creation. This saga experienced by sertanejas daily will require commitment to them, so that even the long walk under strong sunlight to penetrate the forests where harvesting the raw material as well as the painstaking work of making grants is sufficient to deprive them perseverance making art a way of survival.

Abstract That documentary discusses the importance of craftsmanship, local production for income generation of artisans and family-community Curralinho Bahia. We seek to highlight in particular the peculiar characteristics of craft production and its contribution to the development of several families in that area, in order to promote and enhance not only the work of artisans more especially the great influence that the craft may have on society and its contribution to social growth. In this perspective we bring the craft as modifying agent of the socio-economic community.

Keywords Crafts, Craftsman, production, marketing.

Maria José de Oliveira Carvalho Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia.

Mirian de Souza Viana Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia.

Claudiani Waiandt Professora adjunta da Escola de Administração, na Universidade Federal da Bahia. Coordenadora executiva do Curso de Mestrado Profissional em Desenvolvimento e Gestão Social do CIAGS e pesquisadora junto à FAPESB com o Projeto “Trajetórias institucionais e modelos de educação profissional: formação de líderes baianos”. Suas áreas de interesse incluem a educação profissional, gestão social e cultura e simbolismo, com ênfase na formação do gestor social e história do ensino.





Foto: Lidia Rafaela Santos

Louco Filho: Do Sagrado ao Profano na Arte em Madeira

**Lídia Rafaela Barbosa dos Santos, Marlos André Pereira de Jesus,
Paulo Vinicius Teixeira de Jesus e Vera Lúcia da Silva Miranda**

Resumo Vídeo em formato de entrevista com o artífice Celestino Gama da Silva, conhecido também como Louco Filho. Faz um apanhado da origem da tradição da família de Boaventura da Silva Filho, também conhecido como Louco, ambos escultores em madeira com obras nacional e internacionalmente conhecidas. A entrevista faz um levantamento do processo de criação do artífice Louco Filho, sua relação com a inspiração e criação, com o repasse do conhecimento para novas gerações e sociedade, e, por fim, dialoga com a proposta de construção de um economuseu.

Palavras-chave Artífice, criação, sagrado, Louco Filho.

Abstract Interview with the craftsman Celestino Gama da Silva, also known as Louco Filho. The video shows the origin of such traditional work within Boaventura da Silva Filho's family, who was known as Louco (Mad). Both father and son are wood sculptors, whose work is nationally and internationally recognized. The interview traces the creation process of the craftsman Louco Filho, his relationship with the inspiration and creation, the passing of knowledge to the new generations and the proposal of implementation of an economuseum.

Keywords Craftsman, creation, sacred, Louco Filho.

- Lídia Rafaela
Barbosa dos
Santos** Graduação em Gestão Social, Escola de Administração, CIAGS –
Universidade Federal da Bahia.
- Marlos André
Pereira de Jesus** Graduação em Gestão Social, Escola de Administração, CIAGS –
Universidade Federal da Bahia.
- Paulo Vinicius
Teixeira de
Jesus** Graduação em Gestão Social, Escola de Administração, CIAGS –
Universidade Federal da Bahia.



Foto: Iago A. Pereira

Pano da Costa: Fazeres Artesanais na Casa da Vovó Conceição

**Elda Cilene Fonseca Costa Santos, Tanesca Santana Santos e
Walter de Oliveira Pinto Júnior**

Resumo Registro do processo de criação do Pano da Costa realizado no Terreiro Casa Branca do Engenho Velho (Ilê Axé IyáNassôOká), com depoimento das artesãs que, para além da ligação com o tear e a costura, trazem uma leitura da ancestralidade e religiosidade de matriz africana. Os primeiros Alakás, ou Pano-da-Costa, vieram nos corpos das escravas, as quais eram vendidas neles enroladas, para depois serem tecidos no Brasil, no século XVIII como um complemento da vestimenta das mulheres negras. No Brasil, foi introduzido no culto dos orixás e depois transbordou para outras áreas da cultura.

Palavras-chave Artesanato. Pano da costa. Artesãs.

Abstract Shooting of the creation process of the Pano da Costa* in the Terreiro Casa Branca do Engenho Velho (Ilê Axé IyáNassôOká) and interviews with the craftswomen who, beyond their connection with the loom and weaving, represent a link with the African ancestry and religion. The first Alakás, or Panos da Costa, came with the female slaves. In the 18th century, they started being produced in Brazil, as part of the attire of black women. In Brazil, it was first worn during the worship of the Orixás (African gods and goddesses), and later it became present in other cultural contexts.

Keywords Craftwork. Craftwoman. Ethnic-based fabric.

* Rectangular, embroidered piece of cloth, worn over the shoulder and back originally by African women from the Ivory Coast. Currently, it is part of the attire worn by African-Brazilian women, mainly in the African-based religions.

**Elda Cilene
Fonseca Costa
Santos** Graduação em Gestão Social, Escola de Administração, CIAGS –
Universidade Federal da Bahia.

**Tanesca
Santana
Santos** Graduação em Gestão Social, Escola de Administração, CIAGS –
Universidade Federal da Bahia.

**Walter de
Oliveira Pinto
Júnior** Graduação em Gestão Social, Escola de Administração, CIAGS –
Universidade Federal da Bahia.

Joalheria Scala: Ourivesaria e Lapidação Artesanal

Justina Tellechea, Leandro Domingues Santos,
Monique Aparecida dos Santos

Resumo Este vídeo é fruto de uma avaliação de viabilidade da implementação de um Economuseu na Joalheria Scala, a qual trabalha artesanalmente com ourivesaria e lapidação em Salvador, Bahia. Buscou-se verificar junto ao artesão/empreendedor a sua predisposição para participar desta nova tipologia de empreendimento, a qual visa abrir para o público o processo artesanal da produção, desde a escolha da matéria-prima, passando por todas as etapas de produção até o produto final.

Palavras-chave Economuseu, ourivesaria, lapidação, artesanal, Scala.

Abstract This video is a result of the feasibility studies for the implementation of an Economuseu in the Scala Jewelry Store, which develops handmade goldsmithery and lapidation in Salvador, Bahia, Brazil. We seek to study the craftsman/entrepreneur's willingness to take part in this new type of enterprise, whose objective is to provide access to the entire manufacturing process, from the choice of the material to the final product.

Keywords Economuseum, goldsmithery, lapidation, handmade, Scala.

- Justina Tellechea** Graduação em Gestão Pública e Social, Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia – CIAGS. Pós-graduanda em Planejamento e Gestão da Inovação pelo NPGA/EAUFBA. Mestranda em Administração pelo NPGA/EAUFBA. Atualmente é pesquisadora do Espaço Redes Bahia que se constitui de uma parceria entre a Petrobras e a Escola de Administração da UFBA, onde se realizam estudos sobre processos colaborativos intra e inter-organizacionais, bem como ferramentas que favoreçam o aprendizado coletivo e o processo inovador.
- Leandro Domingues Santos** Graduação em Gestão Social, Escola de Administração, CIAGS – Universidade Federal da Bahia.
- Monique Aparecida dos Santos** Graduação em Gestão Social, Escola de Administração, CIAGS – Universidade Federal da Bahia.

RIGS

revista interdisciplinar de gestão social

A RIGS – Revista Interdisciplinar de Gestão Social é uma publicação acadêmica com periodicidade de 4 meses, contando, portanto, com 3 números por ano.

Pressupõe-se que a gestão social situa-se na contemporaneidade e em territórios pluridisciplinares de prática e investigação acadêmica, tratando de diversas problemáticas ligadas a campos de conhecimentos tais como Sociologia, Antropologia, Administração, Educação, Geografia, Arquitetura, Ciência Política, dentre outras.

Ao valorizar essa concepção abrangente e inclusiva da gestão, a RIGS publica documentos originais para o contexto brasileiro. São textos, fotos e vídeos que demonstram sua contribuição para o avanço da pesquisa e da prática com base na interdisciplinaridade.

A RIGS publica documentos inseridos em seis tipologias de contribuição: tecnológica, teórica, vivencial, indicativa, fotográfica e audiovisual.

www.rigs.ufba.br

