



**ATRAVESSADORES, TURISTAS E POLÍTICAS PÚBLICAS: ENTENDENDO A
CAPILARIDADE DA ECONOMIA DO ARTESANATO ATRAVÉS DOS ARTESÃOS
DE BEZERROS (PERNAMBUCO - BRASIL)**

**INTERMEDIARIES, TOURISTS AND PUBLIC POLICIES: UNDERSTANDING THE
CAPILLARITY OF THE HANDICRAFT ECONOMY THROUGH THE ARTISANS
FROM BEZERROS (PERNAMBUCO – BRAZIL)**

Isabela Andrade de Lima Morais
Universidade Federal de Pernambuco
isabela.morais@ufpe.br
<https://orcid.org/0000-0001-8836-1625>

Ewerton Felipe dos Santos
Universidade Federal de Pernambuco
ewf.santos@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2983-977X>

Resumo

A cidade de Bezerros (Pernambuco, Brasil), se destaca pela produção artesanal de máscaras de papangus, um personagem presente na cultura e na identidade local. O objetivo deste artigo é analisar a economia do artesanato nesta cidade e as relações entre os artesãos e as políticas públicas, os atravessadores e os turistas. Foi necessário entender os conceitos de economia da cultura, economia criativa, economia do artesanato, cadeia produtiva do artesanato e políticas públicas voltadas para o artesanato e para a cultura. A metodologia utilizada teve abordagem qualitativa, através da realização de entrevistas semiestruturadas e para discussão dos resultados foi utilizada a análise de conteúdo. Como resultado se percebeu a importância das políticas públicas para valorização do artesanato e da profissão do artesão, além de entender sobre o papel dos atravessadores e dos turistas na atividade artesanal, atuando tanto na exploração da atividade, quanto no reconhecimento do trabalho do artesão.

Palavras chave: economia do artesanato; políticas públicas; artesanato; turismo.

Peer Review under the responsibility of Escola de Administração e Negócios da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul ESAN/UFMS.

This is an open access article.

Abstract

The city of Bezerros (Pernambuco, Brazil) stands out for its artesanal papangus masks production, a part of its local culture identity. This article aims to analyze the economy of handicrafts in this city and the relationships between artisans and public policies, middlemen and tourists. It was necessary to understand the concepts of cultural economy, creative economy, handicraft economy, handicraft production chain and public policies aimed at handicraft and culture. The methodology employed utilized a qualitative approach, employing semi-structured interviews for data collection. Data analysis was conducted to examine the gathered information. The significance of public policies in safeguarding traditional crafts and the craftsman's occupation was acknowledged. Furthermore, the study aimed to comprehend the involvement of intermediaries and tourists in the realm of crafts, focusing on both the exploration of the craft activity and the protection of the artisans' work.

Keywords: craft economy; public policy; craft smanship; tourism.

1. INTRODUÇÃO

A cidade de Bezerros se localiza na região do agreste pernambucano, distante 101.6 km da capital pernambucana, é conhecida como a “terra dos papangus”, um personagem da cultura local cuja aparição é datada de 1881 e que surgiu no período carnavalesco para trazer alegria e diversão à festa, fazendo brincadeiras, animando as pessoas e comendo bastante angu (uma comida feita de massa consistente derivada do milho) (Maior, 2010). Nesta época os “papa angus”, como eram conhecidos, se fantasiavam com roupas velhas e máscaras coloridas feitas de papel. Inicialmente essa brincadeira começou nos engenhos, depois migrou da área rural para a área urbana e se popularizou, passando a ser a marca registrada e tradição do carnaval do bezerrense e identidade cultural da cidade.

Com o tempo, além dos brincantes, a cidade passou também a receber visitas de turistas para contemplar o carnaval, movidos pela curiosidade de conhecer os papangus. Isso despertou nos artesãos a possibilidade de obtenção de renda através da produção e comercialização das máscaras nas mais variadas formas, cores, tamanhos, materiais e técnicas. Atualmente a cidade de Bezerros conta com vários artesãos que confeccionam as máscaras que representam a cultura do papangu, unicamente vivida na cidade e possui também artesãos que são considerados patrimônios vivos do Estado de Pernambuco, por possuírem saberes únicos no processo de feitura das máscaras.

No início as máscaras de papangu eram feitas através de um modelo confeccionado pelo próprio artesão, criando um rosto. Com o passar do tempo os artesãos realizaram mudanças tanto na forma de produção como na decoração das máscaras. Essa variedade se dá pela necessidade em conquistar e atender os pedidos dos consumidores, inclusive criando novos produtos, como quadros, pedestais, chaveiros, ímãs, porta controles, dentre outros.

Houve, portanto, uma transformação das formas tradicionais de como as máscaras eram confeccionadas e de suas funções iniciais, com a finalidade de atrair os consumidores. O artesanato mudou, se transformou em benefício das vantagens econômicas e da própria sobrevivência.

A cadeia da economia do artesanato, tal qual a cadeia produtiva da cultura, possui capilaridades diversas que vão desde a oferta, passando pela distribuição, até chegar no consumo (Reis, 2009). E nesta cadeia participam direta ou indiretamente uma grande quantidade de profissionais e prestadores de serviços (Freeman, 2010). São diversos atores envolvidos: artesãos e artesãs, poder público, comerciantes, turistas, etc.

Portanto, a cadeia da economia do artesanato possui diversos prismas, capilaridades e complexidades. No âmbito das máscaras artesanais produzidas pelos artesãos e artesãs da cidade de Bezerros (Pernambuco-Brasil), como ocorrem essas capilaridades e complexidades? Como os artesãos atuam com as políticas públicas, com os atravessadores e com os turistas? O que este artigo pretende é analisar como ocorrem as relações entre os artesãos e artesãs da cidade de Bezerros (Pernambuco-Brasil) com as políticas públicas, os atravessadores e os turistas, para compreender as capilaridades da cadeia econômica do artesanato.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Algumas informações sobre o artesanato e sua economia

A economia do artesanato trata de um estudo sobre as relações socioeconômicas e culturais do trabalho artesanal, em outras palavras, remete-se a um debruçar sobre a cadeia produtiva e todas as atividades relacionadas à criação, produção, comercialização e consumo do artesanato (Gereffi, 1999).

O conceito de artesanato, assim como o de economia detém várias visões. O artesanato é o trabalho realizado por um indivíduo desde que este saiba fazê-lo por completo, utilizando-se de técnicas e matérias-primas, aliando o processo à criatividade, ao intelecto, devido aos

aspectos identitários e simbólicos com destreza manual, gerando valor cultural, podendo ou não fazer uso limitado de ferramentas no auxílio da produção (Mascêne, 2010; Pab, 2012).

O artesanato é um produto que traz consigo uma gama de elementos culturais e históricos que atribuem significados que vão além da sua utilidade funcional, porém, é preciso se atentar que nem todo trabalho feito de forma manual pode ser considerado artesanato. Segundo o Programa do Artesanato Brasileiro - PAB (2012), o trabalho manual envolve um processo menor, onde muitas vezes não é necessário o domínio geral daquilo que está sendo produzido, podendo ser elaborado com materiais industrializados ou semi-industriais, tratando-se apenas de um processo de montagem na qual a matéria-prima não passa por uma transformação. Todavia, uma observação feita por Freeman (2010) deve ser ressaltada

Na tentativa de estabelecer um limite na definição do que é artesanato, corre-se o risco de engessar os processos criativos que buscam soluções para a produção em série de produtos artesanais, ricos em referências culturais, cuja aura anuncia a presença do artesão, sua mão, inteligência, criatividade. (p. 27)

Desta forma, não se deve prender a uma única concepção de artesanato, mas sim saber identificá-lo e diferenciá-lo de outros trabalhos semi-industriais e industriais que são tão numerosos na atualidade, mas que não carregam a percepção de valor agregado. Lima (2007), exemplifica a diferenciação entre trabalho artesanal e industrial

Uma das características da produção artesanal, enquanto processo de trabalho, reside exatamente na integração da atividade manual com a intelectual, na associação entre a obra produzida e seu autor, o oposto do que ocorre na produção industrial onde, aí sim, em decorrência do princípio da divisão social do trabalho e da especialização, essas instâncias podem se apresentar separadas. (p. 05)

Com as mudanças ocasionadas pelos vários processos históricos, o trabalho artesanal absorveu funções estéticas, decorativas, utilitárias e outras, porém continua mantendo suas funções tradicionais (dar trabalho aos indígenas e camponeses) e desenvolvendo outras funções modernas: atraindo turistas e consumidores urbanos que “encontram nos bens folclóricos signos de distinção, referências personalizadas que os bens industriais não oferecem” (Canclini, 2008, p. 22).

Canclini (2008), afirma também que a modernidade suprime o papel do popular tradicional dentro do mercado simbólico, mas não o extingue, na verdade acontece uma reconversão simbólica onde são vinculados novos significados ao artesanato.

Dessa maneira pode-se dizer que o artesanato é um trabalho de várias trajetórias, resultante da soma de suas características como um saber cultural repleto de elementos sociais,

históricos, criativos e simbólicos, os quais são voltados para o consumidor portando uma identidade dupla: cultural e econômica (Bourdieu, 2009; Canclini, 2008).

Essa relação entre a cultura e a economia determina os pressupostos da economia da cultura, que se caracteriza pelo instrumento da lógica e das relações econômicas em favor das políticas públicas de cultura e de desenvolvimento social (Reis, 2009, p. 25). Quando a cultura começa a se relacionar com outras atividades como a publicidade, o design e o desenho gráfico, começa a surgir uma nova economia, a economia criativa (Newbigin, 2010), que passou a fortalecer os recursos culturais e por consequência o artesanato.

A economia criativa é caracterizada como um tipo de economia nova, onde a capacidade criativa é mais valorizada que o capital em si (Porta, 2008), com a tendência do uso da criatividade nos novos modos de produção e de caracterizar as novas condições de competitividade do mercado. Criatividade que está envolvida em uma gama de fenômenos e áreas de conhecimentos, que diferem a partir de suas distintas visões (Unctad, 2010).

Entretanto, seu potencial como agente de criação e solução para problemas é algo visto com grande unanimidade. Madeira (2014, p. 49) afirma que o uso da criatividade merece destaque como um princípio a ser buscado em um ambiente de acirramento da competição econômica internacional.

Para Howkins (2001), tanto a criatividade quanto a economia não são novas, mas a relação entre as duas áreas é o que lhes dá um papel inovador, portanto, a economia criativa é definida como a forma de produzir bens ou serviços oriundos de diferentes matérias-primas, mas que contenham sua essência principal no ato criativo, contendo uma carga de valor cultural, simbólico e munido de propriedade intelectual, gerando renda, desenvolvimento econômico e valor agregado, a partir do ciclo de criação, produção, comercialização e consumo, dialogando com diferentes setores criativos (Sebrae, 2018; Brasil, 2011; Unctad, 2010; Newbigin, 2010; Howkins, 2001).

Todavia, é importante salientar que existem definições divergentes sobre a economia criativa entre os países e estudiosos, visto que cada um se adequa à sua realidade, não há conceitos certos ou errados.

Sobre a definição dos setores criativos no Brasil, o Plano da Secretaria da Economia Criativa do Brasil (2011-2014) elaborado pela Secretaria da Economia Criativa – SEC, ligada ao Ministério da Cultura – MinC, adotou a seguinte definição

Os setores criativos são todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica [...] percebemos que os setores criativos vão além dos setores

denominados como tipicamente culturais, ligados à produção artístico-cultural (música, dança, teatro, ópera, circo, pintura, fotografia, cinema), compreendendo outras expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdos, ao design, à arquitetura entre outros. (Brasil, 2011, p. 22).

Mesmo com o reconhecimento e com estudos sobre a economia criativa no Brasil, inclusive por meio da elaboração de políticas públicas para os setores criativos através do Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014), ainda são poucos os estudos na área, sendo a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – Firjan uma das pioneiras. A Firjan vem desde 2006 mapeando o desempenho da economia criativa no país e, segundo o último relatório no ano de 2015, os setores criativos geraram uma riqueza de 155,6 bilhões de reais, corroborando para sua importância no contexto atual da economia brasileira (Firjan, 2016).

Isto posto, a economia criativa tem papel de agente agregador de valor aos produtos criativos, dando ênfase ao artesanato. São atribuídos aos produtos artesanais um valor simbólico, além do seu valor de troca. O produto final encontra um nível de preço e seu valor funcional, que caracteriza a utilidade do produto, é dotado de uma aura emblemática e cultural, que ultrapassa a barreira de precificação comum (Newbiggin, 2010; Reis, 2009).

Há ainda outros atores que atuam na valorização do artesanato, são eles: os movimentos sociais de salvaguarda da cultura, as redes de interação e cooperação, os turistas e o “sistema S” composto pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI, Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC, Serviço Social do Comércio - SESC, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, Serviço Social da Indústria – SESI (Freeman, 2010).

2.2. Políticas públicas brasileiras direcionadas para o artesanato e o artesanato

Na história das políticas públicas no Brasil, a institucionalização de políticas culturais data do ano de 1930, onde se iniciaram as primeiras ações na esfera pública com políticas de caráter de conservação dos bens culturais, a partir de então, avanços e retrocessos aconteceram, sendo marcada por momentos de ausências, autoritarismos e instabilidades (Rubim, 2012).

A Constituição Brasileira de 1988, no seu artigo 215, destaca o papel do Estado na democratização da cultura, onde o Estado “garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais” (Brasil, 1988).

Sendo assim, é responsabilidade do Estado tanto em esfera municipal como estadual e nacional, formular e implementar políticas voltadas com base na realidade local, levando em consideração aspectos socioeconômicos, em um processo de entendimento da cultura como expressão da cidadania e de interesse coletivo (Calabre, 2007). Por política cultural se entende as definições de Canclini (1987, p. 26) “o conjunto de intervenções realizadas pelo Estado, as instituições civis e os grupos comunitários organizados, a fim de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais da população e obter consenso para um tipo de ordem ou de transformação social”.

Tal conceituação é uma das mais utilizadas pelos estudos sociais, o autor ainda complementa a discussão sobre política cultural ao afirmar que deve também levar em conta os processos transnacionais dos fluxos comunicacionais e de identidades simbólicas na atualidade, os quais perpassam as barreiras nacionais.

No processo de criação de políticas públicas para a cultura, um dos principais desafios é a dimensão multidisciplinar da área e a dificuldade da mensuração dos seus impactos, como já foi explicitado, os estudos no Brasil ainda são recentes, porém tem ajudado em grande parte na formulação e implementação de algumas ações. Reis (2006; 2009) ressalta a importância da economia da cultura como uma área do conhecimento que serve de suporte para as políticas públicas não só de cultura, mas também de desenvolvimento.

Outros atores como Yudice (2004) afirmam a importância do investimento da cultura como recurso, que serve como hospedeiro ideal para o desenvolvimento econômico e político. Contudo, cabe a ressalva de que desenvolvimento está além do crescimento econômico, considerando aspectos de avanço qualitativos na vida da população como fonte de desenvolvimento de uma sociedade (Veiga, 2005).

Pesquisas realizadas pela Firjan (2016) sobre o mapeamento da economia criativa no Brasil indicam dados pouco satisfatórios em relação a formalidade e renda dos artesãos, em 2015 a área da cultura apresentava o menor número de trabalhadores formais e com menor salário médio.

Destarte, é visível que o artesanato como atividade cultural e econômica demanda uma atenção especial de políticas de inclusão social, de projetos que foquem na visibilidade do artesão, em canais facilitadores de distribuição dos bens e serviços e na capacitação e fomento da atividade.

Contudo, existem políticas públicas que atuam como facilitadoras para a cultura e conseqüentemente para o artesanato, em destaque está o Programa Brasileiro do Artesanato – PAB que vem atuando em todas as unidades federais através de coordenações e implementando

ações que auxiliam na formulação de políticas públicas para o artesão, como o Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB).

Outras políticas públicas que alcançaram grandes resultados no âmbito do artesanato foram a I e a II Conferência Nacional de Cultura – CNC, que articularam entre grandes agentes da cultura em nível nacional e promoveram debates em várias localidades, além da elaboração do Plano Nacional de Cultura e do Sistema Nacional de Cultura. Durante a II CNC, no ano de 2010, ocorreu a aprovação de propostas setoriais beneficiando o artesanato, que estão baseadas em cinco eixos (Eixo 1: Produção Simbólica e Diversidade Cultural; Eixo 2: Cultura, Cidade e Cidadania; Eixo 3: Cultura e Desenvolvimento Sustentável; Eixo 4: Cultura e Economia Criativa e Eixo 5: Gestão e Institucionalidade da Cultura). Tais propostas resultaram em um avanço nas relações de trabalho e na cadeia produtiva do artesanato.

2.3 Os gargalos da economia do artesanato

Existem alguns artesãos que ganham notoriedade, sendo reconhecidos nacionalmente e internacionalmente, seja pelo desenvolvimento de alguma técnica, seja pelo uso de alguma matéria-prima específica, seja por serem detentores de um estilo único. Contudo, são casos raros, pois nem sempre os artesãos e artesãs conquistam prestígios em vida ou no auge da sua produção, uma parcela ainda menor são os que mesmo desempenhando sua atividade, se consagram dentro do campo do artesanato no país (Machado, 2007).

Silva (2007), aponta que o artesanato é o setor onde predomina a exclusão social, o menor retorno econômico, além do baixo índice de escolaridade e informalidade dos indivíduos que trabalham na área.

Não há dúvidas que os estudos sobre o artesanato no Brasil sofrem com a falta de dados, porém é possível destacar que o perfil dos artesãos em sua maioria é composto por mulheres de baixa renda, Borges (2011, p. 212) aponta que

Desde 2001, órgãos do governo vem divulgando a existência de 8,5 milhões de artesãos no país, mas alertando que esse dado é impreciso, porque há um grande número de trabalhadores informais. Trata-se de uma atividade primordialmente feminina: calcula-se que 85% sejam mulheres. Muitas alternam a prática artesanal com outras ocupações, não considerando como sua principal atividade. Outras deixam de se cadastrar nos projetos governamentais de artesanato por medo de perder benefícios como Bolsa Família ou a aposentadoria, que no caso da agricultura familiar, impede o aposentado de ter outra profissão. Com medo de que alguém as denuncie, as artesãs omitem essa prática.

Desta forma, se acredita que o número de indivíduos trabalhando com o artesanato seja bem superior ao descrito pela autora, devido ao alto grau de informalidade nos bens e serviços criativos, sendo um deles a atividade artesanal, com isso, o impacto econômico causado por esta atividade não é apresentado em indicadores, e não é englobado nos relatórios estatísticos (Brasil, 2011).

Sousa et al. (2020) afirma que no cenário nacional é possível apontar para uma elevada informalidade no setor do artesanato, apesar da atividade corresponder a 3% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional no ano de 2013.

Além da informalidade e da ausência de dados sobre a atividade artesanal, outro gargalo diz respeito a influência da dinâmica do mercado e da economia que provocam mudanças na produção artesanal.

Sousa et al. (2020) ao analisar essas mudanças no artesanato produzido no Alto do Moura (Caruaru-Pernambuco) explica a problemática envolvida no alcance da produção artesanal a padrões de qualidade e competitividade demandados no sistema capitalista, inerentes a modelos de produção imbricados em uma ideologia de massificação, eficiência e padronização. Isso faz com que os produtos artesanais se modifiquem para atender as exigências de um mercado capitalista e conseqüentemente do turismo, com isso o artesão fica mais frágil pois “ele desloca seu poder de decisão sobre o que, como e quando produzir, face a esfera de circulação” (p. 565), já que é o mercado consumidor que define o que tem mais ou menos valor comercial.

Essas mudanças influenciam sobre a autonomia e a liberdade de produção, forma-se uma interdependência entre a liberdade de produzir do artesão com a receptividade e valorização do produto pelo consumidor (Bourdieu, 2009). E isso pode trazer conseqüências para a produção e para a valorização do artesão e do artesanato.

Melo-Silva et al. (2017) ao estudar sobre o desenvolvimento de souvenir em municípios de Minas Gerais, percebeu que a produção em escala do artesanato, priorizando o turismo, demandaram dos artesãos uma lógica de imitação, limitando o caráter criativo dos artesãos, com isso “atendeu-se ao que o mercado pedia, em uma lógica que é, essencialmente, a da imitação, perdendo-se o caráter criativo do trabalho dos artesãos, que seria, potencialmente, seu principal diferencial” (p. 142).

Ocorre que grande parte dos artesãos, para se manterem economicamente, recorrem aos atravessadores, pois são eles que estabelecem contato direto com a rede de compradores. Sousa et al. (2020) nos mostra que a figura dos atravessadores já existe desde a década de 1950, eram os “principais responsáveis pelo fornecimento de matéria-prima, mas, em contrapartida,

mantinham os artesãos em uma situação de dependência, à margem do comércio ou distantes do consumidor” (p. 571). Atualmente o atravessador ainda atua, em muitos casos, como principal ou o único comprador, sendo uma figura significativa no cotidiano dos negócios.

No caso dos artesãos de Bezerros, os atravessadores têm papel significativo já que a cidade está localizada no agreste pernambucano, distante 101.6 km da capital, sendo, portanto, os atravessadores um elo entre os artesãos e os canais de distribuição (lojas da capital) e os consumidores. Porém, essa relação é muitas vezes marcada pela dependência, com isso os atravessadores podem assumir um papel predatório e exploratório.

Freeman (2010, p. 84) destaca como ameaças para a cadeia produtiva da economia do artesanato a falta de reconhecimento ou aproveitamento dos mestres artesãos (pelo mercado, projetos culturais e redes solidárias), a exigência do comércio para produtos padronizados (peso, forma e design), os produtos artesanais nacionais com preços abaixo do valor cultural e econômico, a informalidade nas relações econômicas e políticas, dentre outros.

São muitos os gargalos da economia do artesanato e torna-se importante identificá-los para melhor compreensão da realidade do artesão e para direcionar políticas públicas eficazes.

3. METODOLOGIA

A pesquisa adotou como metodologia a abordagem qualitativa, pois implica na observação de fenômenos sociais de maneira intensiva (Dencker, 2000, p. 97). A natureza do trabalho é descritiva. Gil (2008) apresenta pesquisa descritiva como aquela que tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. Isto posto, este trabalho é uma pesquisa qualitativa descritiva voltada para construção social.

A coleta de dados foi realizada com os artesãos e artesãs da cidade de Bezerros (Pernambuco-Brasil) e com a gerência da unidade do centro de artesanato de Bezerros. Para obtenção das informações, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, que buscam tomar uma forma mais natural onde se estabelece uma conversa com o entrevistado, buscando proporcionar mais liberdades nas suas respostas e um caráter mais descontraído ao método de coleta de dados (Fonseca, 2009).

Previamente foram agendadas dez entrevistas com artesãos e artesãs, porém dois desmarcaram e não remarcaram e três desistiram de contribuir com a pesquisa. As entrevistas foram realizadas no período de junho a setembro de 2019, nos locais de trabalho ou residência

dos entrevistados, foram gravadas através do aparelho celular e tiveram duração de 15 minutos a 1 hora e 30 minutos. Após isso, foram transcritas e analisadas. Nos resultados dessa pesquisa os entrevistados serão identificados apenas pela numeração, a fim de manter o sigilo na identificação.

Para interpretação das entrevistas foi utilizada a análise de conteúdo, que “não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos” (Bardin, 2008, p. 33). Entretanto, não realizaremos uma análise de conteúdo de caráter quantitativo (baseada na frequência da aparição dos índices temáticos), mas de caráter qualitativo voltada para a inferência de significados. O que caracteriza a análise qualitativa é o fato de “a inferência - sempre que é realizada - ser fundada na presença do índice (tema, palavra, personagem, etc.), e não sobre a frequência da sua aparição, em cada comunicação individual”, esclarece Bardin (2008, p. 142).

4. RESULTADOS

4.1. A capilaridade das políticas públicas para a economia do artesanato

O Programa Brasileiro do Artesanato - PAB criado em 1991 tem como objetivo “promover o desenvolvimento integrado do setor artesanal e valorizar o artesão, elevando seu nível cultural, profissional, social e econômico”. O PAB exerce a função de contribuir para o crescimento da atividade artesanal e para a diminuição das desigualdades sociais e econômicas, propiciando meios de oficializar o exercício da profissão como por exemplo, a carteira nacional do artesão (SICAB), que concede aos cadastrados uma série de benefícios.

No Estado de Pernambuco, merece destaque as políticas públicas desenvolvidas pelo Programa do Artesanato de Pernambuco - PAPE, criado em 2008 pela Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco - AD Diper. O PAPE é ligado ao PAB em suas diversas ações e visa propiciar um ambiente mais competitivo ao produto artesanal, tendo como objetivo “promover o desenvolvimento do setor artesanal do Estado e valorizar o artesão pernambucano através de ações e políticas públicas, fortalecendo a cadeia produtiva do artesanato local”. As principais ações do PAPE são os Centros de Artesanato que possuem duas unidades, uma localizada na capital Recife e outra na cidade de Bezerros, e a Feira Nacional de Negócios do Artesanato – FENEARTE.

O Centro de Artesanato - unidade de Bezerros foi inaugurado em 2003 e está localizado na cidade de Bezerros, às margens da BR 232, km 107, é composto por uma loja, um museu, auditório, amplo estacionamento e jardim. O Centro de Artesanato - unidade de Recife foi

inaugurado em 2012 e está localizado na capital Recife, no bairro do Recife Antigo, em frente à praça do Marco Zero, em uma área de 2,5 mil m². Ambas contam com peças produzidas nas mais diversas matérias primas, como cerâmica, madeira, vidro, metal, renda, têxtil e outros.

O objetivo dos Centros de Artesanato é desenvolver economicamente a cadeia produtiva do artesão através de vários aspectos que envolvem turismo, cultura, valor agregado e promoção, conforme afirma a entrevistada 03: “a gente vende ao turista o que é a nossa cultura aqui, principalmente de Bezerros, o Centro vende o artesanato de Pernambuco como um todo, mas o fato de estar aqui em Bezerros acende a luz para o papangu, porque quer queira, quer não, você está na terra do papangu”.

Já a Feira Nacional de Negócios do Artesanato - FENARTE, é considerada a maior feira de artesanato da América Latina e é realizada no mês de julho, no pavilhão do Centro de Convenções, uma área de 30 mil m² localizada na cidade de Olinda. A Fenearte conta com 800 estandes com a participação de cerca de 5 mil expositores do Brasil e do Mundo, sendo que mais de 70% são pernambucanos. Há também rodadas de negócios, palestras, oficinas, shows, área de alimentação, espaço infantil com atividades culturais e educativas. A 20^a edição ocorreu de 03 a 14 de julho de 2019 e recebeu cerca de 300 mil visitantes, movimentando cerca de 43 milhões de negócios. Os números desta edição são surpreendentes, foram 12 dias de feiras, 5,5 milhões em investimentos, 45 milhões em negócios, 2,5 mil empregos diretos e indiretos, 53 apresentações culturais, 16 desfiles, 13 oficinas, 13 palestras, 503 encontros nas rodadas de negócios na ordem de 3,84 milhões.

Importante mencionar que no campo da política pública local, a Secretaria de Turismo e Cultura - SETURC de Bezerros se preocupa em manter a parceria e o contato com a associação dos artesãos e também com os artesãos não associados, pois todos eles fomentam a economia local, além de desenvolver projetos e ações que visam a inserção do artesão, a conscientização da população sobre a importância do artesanato local, a inclusão do artesanato nas feiras livres e a criação de locais de venda do artesanato em épocas do ano onde a cidade recebe mais visitantes, como no ciclo junino, por exemplo.

Sobre as questões relacionadas à valorização do artesanato e da cultura local pela comunidade, a entrevistada 03 acredita que deve ser criado um trabalho de conscientização da população:

É um problema que comentei ontem na Prefeitura com a Secretaria de Turismo. O turismo deveria ter algumas ações mais lúdicas e que eu acho que não deveria ser pensado mais a nível de turismo, mas sim a nível antropológico para identificar o que faz aquele ser humaninho valorizar aquela atividade e plantar essa semente nas crianças e adolescentes.

Em se tratando de canais de distribuição do artesanato da cidade de Bezerros, a Fenearte e o Centro de Artesanato se apresentam como possibilidades de difundir o trabalho artesanal. Em todos os relatos dos artesãos entrevistados para esta pesquisa, o Centro de Artesanato de Bezerros apareceu como um dos canais de escoamento e como uma política pública que valoriza o artesanato e garante uma renda justa aos indivíduos. Entre os outros benefícios que envolvem o Centro de Artesanato e o PAPE, está a Fenearte como um evento que gera renda e oportunidade para os artesãos, conforme relato do entrevistado 01:

Durante a feira, não é só para você vender, é pra trocar conhecimentos, eu participei de uma oficina de *la ursa* e mesmo eu sabendo fazer minha máscara eu quis ver qual a técnica que a menina estava usando, era a mesma papietagem, só que ela usava outro meio de fazer e foi justamente o que eu buscava: conhecimento.

Em suma, em todas as entrevistas o Centro de Artesanato e a Fenearte foram citados como canais de vendas efetivos e que cumprem com o seu papel de promover o desenvolvimento do setor artesanal em Pernambuco e isso contribui para a democratização e redução das disparidades sociais e econômicas do setor cultural no que diz respeito à distribuição da cultura, conforme assinala Filho (2009) e Calabre (2009, 2006).

A disponibilização dos produtos no Centro de Artesanato ocorre sem qualquer cobrança ou negociação de valores com os artesãos, tudo é feito por contrato de consignação, conforme revelou o entrevistado 03

O artesão precisa ter um capital de giro para produzir para o Centro de Artesanato, que não paga 50% antes da venda como faz o atravessador. Então, muitos artesãos apesar de terem canais de circulação como o Centro de Artesanato, a Fenearte, os contatos diretos, eles ainda dependem do atravessador ou de um lojista que encomende uma produção fechada para que ele compre matéria-prima, produza e vá lá entregar (...) Depois de pronta se o produto é cinco reais e o lojista só quer pegar a dois reais, ele vende a dois reais, ele queimou o preço porque ele não quer voltar pra casa com esse produto, tem cheque pra pagar, feira pra fazer, escola, tudo.

Neste relato percebe-se que mesmo com o Centro de Artesanato, a figura do atravessador ainda se faz presente, pois a produção limitada e a instabilidade financeira ainda pressionam o artesão a ceder aos atravessadores. Contudo, nota-se uma preocupação do poder público para reverter o problema, conforme relatou o entrevistado 03

Os centros de artesanato nasceram para combater a figura do atravessador, eles são oriundos da Fenearte que foi o principal movimento de Pernambuco que não necessita de atravessador, só que quando a Fenearte começou em 1999, mas eu acho muito pouco provável que não existiam atravessadores ali, com certeza tinham! Mas aos poucos os artesãos foram se qualificando, ganhando conhecimento, tendo mais informação, foi feito um trabalho através do PAB de forma mais efetiva, empoderando os artesãos, que vão se apropriando da sua atividade.

Nas entrevistas realizadas os artesãos destacaram ainda que apesar das políticas de valorização do trabalho artesanal, muitos acabavam cedendo aos atravessadores, porém acreditam ter diminuído o contato com os atravessadores, apesar de ainda existir, ou seja, ainda recorrem aos atravessadores para o escoamento de sua produção, conforme relato do entrevistado 04: “a gente afastou com isso muitos atravessadores, mas não vou dizer que não tenha, ainda existe”. Por outro lado, os turistas são mencionados pelos artesãos como uma das figuras importantes para o escoamento da produção, para o consumo e para valorização do artesanato local.

4.2 A função dos atravessadores e dos turistas na economia do artesanato

Chamaremos de atravessadores os comerciantes, lojas de departamentos, lojas de grifes e demais atores que agem como intercambistas entre o produtor e o consumidor final. Entretanto, essa relação muitas vezes se destaca por uma natureza exploratória, onde os ganhos são mínimos para o artesão individual, além de que tal relação corrobora para a continuidade da desigualdade e exclusão social (Scrase, 2003; Keller, 2014, Sousa *et al.*, 2020).

Todos os artesãos da cidade de Bezerros possuem clientes diretos, mas estes são em menor número dentro da economia que move a cadeia produtiva, os dois agentes de maiores destaques são os atravessadores e os turistas.

Quando citada a figura dos atravessadores, os artesãos reconhecem a relação desigual entre ambos, onde os ganhos são mínimos para eles. Os atravessadores demandam uma produção grande e por necessidade de venda os artesãos cedem à negociações díspares, conforme relatou o entrevistado 02: “o cara quer comprar o produto lá embaixo, para vender lá em cima, você sabe (referindo-se ao preço). Agora tem artesão que vende, porque tem que sobreviver disso, precisa vender, é a realidade!”

Ao comentar sobre o papel dos atravessadores, o entrevistado 01 explicou que muitas vezes na relação de compra e venda da peça, os atravessadores solicitam aos artesãos que não coloquem nenhuma referência que permita identificar a cidade de onde o artesanato provém ou alguma identificação que permita ao consumidor final o contato direto com o artesão, exceto para os artesãos mais reconhecidos nacionalmente.

Você acha que minha máscara é vendida como em Olinda (Pernambuco-Brasil)? Como se fosse um produto de Olinda, é triste, alguém diz “mas tem que colocar o nome de Bezerros”, mas eu digo, eu tenho que sobreviver, tenho minhas contas para pagar, não adianta bater de frente, dizer que vou colocar meu número e o local, eu coloco ainda a assinatura, porque é uma forma de identificar a minha peça onde você chegar

Nota-se no relato do artesão que além da negociação dos preços mais baixos, para revender ao consumidor final mais caro, também são feitas exigências para que não se possa identificar qual a localidade do produto artesanal e nem uma forma com que o consumidor possa entrar em contato com quem o fez, pois isso atrapalharia a função dos atravessadores.

Curiosamente, dentro das relações sociais e econômicas, a figura do atravessador está presente em todos os relatos e como um dos atores predominantes da economia da cadeia produtiva, porém esse vínculo estabelecido muitas vezes de forma desigual é naturalizado devido a dependência comercial estabelecida, conforme relatou o entrevistado 05

Isso é natural, a gente que vende pra lojista sabe que isso acontece, não adianta você vender pelo valor que você realmente gostaria, porque eles são clientes frequentes, quando compram é em grande quantidade. Então, é natural que haja essa pechincha de valor e isso acaba acontecendo, a gente vende em um valor mais baixo para o lojista porque ele vai comprar em uma quantidade maior, vai comprar de uma vez só e pagar também, aquilo dali ao longo do ano, então é natural que você dê uma abaixada no valor para manter aquele vínculo.

Ademais, ao complementar sua fala, o artesão afirmou que existem aqueles consumidores que tentam subjugar o trabalho do artesão, não aceitando o valor que é cobrado pela peça, pedindo descontos, o que para ele ainda é muito inato quando se trata dessa relação comercial. Contudo, ele reconhece que existem limites e que o artesão deve se impor, principalmente em situações onde há pedidos de não colocar qualquer identificação que possa ligar o consumidor final ao artesão. Mas, no geral, essa relação de interdependência econômica entre os artesãos e os atravessadores se sobressai sem qualquer criticidade e por consequência com uma naturalização das dinâmicas exploratórias.

Esse tipo de relato, onde o contato e as negociações entre atravessadores e artesãos se tornam naturais, faz com que o artesão se submeta a condições opostas a sua liberdade de produção e empoderamento. Partindo dessa lógica, a formação de associações e espaços colaborativos atuam como um forte combatente à essas práticas, provendo força maior ao artesão frente aos obstáculos de vender suas peças a valores justos e ao contato direto com o consumidor, além da possibilidade de realização de capacitações, consultorias, acesso a informações estratégicas e a diversos outros benefícios que os órgãos de fomento dispõem aos artesãos (Keller, 2014, Linhares, 2013; Freeman, 2010).

Também foi relatado a importância dos turistas para escoamento da produção local do artesanato de Bezerros, pois quem mais consomem as máscaras são os turistas. O entrevistado 04 explicou como ocorriam produções do papangu antes do aumento do fluxo de turistas no consumo do artesanato de Bezerros

Antes do turismo já existia o carnaval e os papangus, só que era um papangu mais tradicional ao qual você não se preocupava em fazer uma fantasia mais rebuscada, colorida, era aquela brincadeira que o pessoal pegava as roupas que estavam escondidas, do pai, do avô, antigas não se importavam, quanto mais assustador, rasgado, era melhor na época. Não tinham consciência de que isso poderia gerar uma renda, um incentivo.

Nesse contexto, merece destaque os processos de inovação a que as máscaras tiveram que passar para conquistar novos públicos consumidores, como os turistas, conforme destacou o entrevistado 06

Se ficássemos só no básico faríamos só de papel colê e no que saímos dele fizemos isso agregando valores, você sai mudando alguma coisa e já pega outro público, tem público pra todo produto, tem cliente que diz “o que tem de novidade?”. Então, você já tem obrigação de fazer algo novo, todo ano tem que ter algo de diferente.

Diferente do papel que exercem os atravessadores, foi revelado pelo entrevistado 04 que os turistas valorizam a identidade e a identificação dos artesãos. As criações artesanais trazem a marca, a identidade local, à medida que cada um (o artesão) “quer mostrar uma forma diferente de fazer a coisa para que ela possa acontecer”.

Uma das características observadas dentre as relações sociais na cadeia produtiva é a preocupação dos artesãos em ter suas próprias identidades nos seus trabalhos, para eles é inadmissível a possibilidade da cópia entre obras, conforme afirmou o entrevistado 01

A gente tem alguns problemas com alguns artesãos que preferem copiar de outro que está vendendo do que criar um dele. E na realidade o turismo, os consumidores, procuram justamente o diferente, o novo no mercado e se você reproduzir a peça de outro já perde a valorização do seu trabalho, porque você está copiando.

Quando a artesã relata a valorização do seu produto, está se referindo também a agregar valor com o uso de novos materiais para a criação e produção das máscaras, unindo a figura do papangu à criatividade para dar forma a novos produtos, alguns deles quadros, pedestais, chaveiros, ímãs, porta controles, dentre outros. Nessa perspectiva, pode-se afirmar que os artesãos se encontram exercendo a economia criativa, gerando valor agregado a peças produzidas de forma artesanal em substituição de artigos comuns industrializados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cadeia produtiva do artesanato possui suas relações imersas em aspectos sociais, culturais, históricos, econômicos e muitos outros que vão além do que pode ser entendido como tangível.

Nesta pesquisa, uma das questões destacadas pelos artesãos da cidade de Bezerros (Pernambuco-Brasil) é a falta de apoio aos artesãos pelos agentes públicos. Para eles são poucas as políticas públicas que conseguem, na prática, ajudar de forma efetiva. Faltam interesses e incentivos.

Porém, o auxílio dado por políticas de fomento como o Programa de Artesanato Brasileiro - PAB influenciaram na construção da cadeia produtiva do artesanato e do turismo local. Os Centros de Artesanatos e a Fenearte merecem destaque como exemplos de economia justa e relação de igualdade para com o artesão no seu crescimento econômico e desenvolvimento da atividade artesanal, além de terem sido citados pelos artesãos como canais efetivos de escoamento de sua produção. A internet também foi mencionada, ainda que de forma tímida e inicial, como uma nova ferramenta para vendas e divulgação.

A presença dos atravessadores na distribuição dos produtos, atuando dentro da cadeia econômica e nas relações com os artesãos, é percebida como um elo resistente. Por outro lado, foi enfatizado os benefícios econômicos trazidos pela atividade turística, que trouxeram mudanças do trabalho tradicional surgindo novas tendências, com a constante preocupação dos artesãos em construir uma identidade e inovar nos seus produtos. O turista, diferentemente do atravessador, é percebido pelos artesãos como um ator que traz a interdependência entre liberdade de produzir com a receptividade e valorização do produto pelo consumidor.

Entretanto, convém relativizar a importância dos atravessadores e dos turistas nessa relação com a economia do artesanato para evitar generalizações. O que significa dizer que existe uma questão importante e que deve ser destacada sobre a presença dos atravessadores, que é a divulgação do trabalho artesanal. Muitas vezes os artesãos têm dificuldades financeiras, geográficas e outras para fazer seus produtos chegarem até os consumidores finais e os atravessadores atuam nessa função, desde que evidentemente essa relação não assuma uma natureza predatória e exploratória da atividade artesanal, como foi mencionado neste trabalho, e que possa colaborar para a valorização tanto do artesanato como do artesão, personificando e identificando o seu trabalho.

Essas mesmas observações são importantes para os turistas. Muitas vezes a atividade turística é bem-vinda por trazer retornos econômicos, mas já existem análises sobre o turismo e os turistas culturais que demonstram o impacto negativo dessa atividade, o que significa que os turistas também podem, em determinadas situações, atuarem da mesma forma predatória e exploratória dos atravessadores a que os artesãos bezerrenses se referiram, inclusive desvalorizando e modificando a prática da artesanaria.

Por estes motivos são necessárias políticas públicas para realizar ações, leis e projetos que garantam uma equidade, o empoderamento e o reconhecimento dos atores envolvidos com a atividade artesanal.

É importante mencionar também que existem outros prismas, capilaridades e complexidades na cadeia da economia do artesanato que merecem ser analisadas em trabalhos futuros, sobretudo após o surgimento da Pandemia da Covid-19 que impôs uma série de medidas restritivas trazendo impactos para a cadeia do artesanato, inclusive cancelando um dos eventos mais significativos para o artesanato brasileiro, a Fenearte 2020. Entender a perspectiva dos atravessadores e dos turistas foi uma das limitações deste estudo, que se dedicou somente a ouvir os artesãos.

Porém, o estudo sobre os artesãos de Bezerros mostrou como se desenvolve a economia do artesanato e como se dão as relações entre os artesãos e as políticas públicas, os atravessadores e os turistas que fazem parte dos processos envolvidos dentro da cadeia econômica e social do artesanato.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, P. (2009). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Ed. Perspectiva.
- Brasil (2011). *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014*. Brasília: Ministério da Cultura.
- ____ (2010). *Estratégias Setoriais – II CNC*. Brasília, DF: Ministério da Cultura.
- ____ (2009). *Cultura em números: anuário de estatísticas culturais 2009*. Brasília, DF: MINC.
- ____ (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF.
- Borges, A. (2011) *Design + Artesanato: o caminho brasileiro*. São Paulo, SP: Editora Terceiro Nome.
- Canclini, N. G. (1987) (Org.). *Políticas Culturales en América Latina*. Buenos Aires: Grijalbo, 1987.
- ____ (2008) *Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo, SP: EDUSP.
- Calabre, L. (2009). *Políticas Culturais: Situação Nacional e Contrapontos*. In A. C. F. Reis & K. Marco. (org.) *Economia da cultura: ideias e vivências* (pp. 263-277). Rio de Janeiro, RJ: e-livre.

- ____ (2006). Políticas culturais no Brasil: balanço & perspectivas. In A.A.C. Rubim & A. Barbalho. Políticas culturais no Brasil (pp. 88-107). Salvador, BA: Edufba.
- Dencker, A. de F. M. (2000). Métodos e técnicas de pesquisas em turismo. São Paulo: Futura.
- Fonseca, R.C.V (2009). Metodologia do Trabalho Científico. Curitiba: IESDE Brasil S.A.
- Freeman, C.S. (2010). Cadeia Produtiva da Economia do Artesanato: desafios para o seu desenvolvimento sustentável (Dissertação MBA). Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro, RJ
- Filho, L.C.P. (2009). Fluxos Econômicos e cadeias setoriais. In Reis, A. C. F. Reis & K. Marco. Economia da cultura: ideias e vivências (pp. 71-85). Rio de Janeiro, RJ: e-Livre. Firjan (2016). Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. Rio de Janeiro, RJ.
- Gereffi, G. (1999). A Commodity Chains Framework for Analyzing Global Industries. Workshop on Spreading the Gains from Globalization. University of Sussex, Institute of Development Studies.
- GIL, A. C. (2008) Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas.
- Howkins, J. (2011). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Penguin Press.
- Keller, P. F. (2014). O Artesão e a Economia do Artesanato na Sociedade Contemporânea. Revista de Ciências Sociais, 1(41), 323-347.
- Lima, R.G. (2007). Artesanato e arte popular: duas faces de uma mesma moeda? Retirado de: http://www.cnfcp.gov.br/pdf/Artesanato/Artesanato_e_Arte_Pop/CNFCP_Artesanato_Arte_Popular_Gomes_Lima.pdf
- Machado, R.C.V. (2007). Artesanato do barro, Pesquisa Escolar On-Line. Recife, PE: Fundação Joaquim Nabuco.
- Madeira, M.G. (2014). Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira. Brasília, DF: FUNAG.
- Maior, R. J. S. (2010). Bezerros seus fatos e sua gente. (2a ed.). Recife, PE: Ed do Autor.
- Mascêne, D.C. (2010). Termo de referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato. Brasília, DF: SEBRAE.
- Melo-Silva, G., Emmendoerfer, M. L.; Araújo, J. F. E. F. de. (2017). Desenvolvimento de produtos tradicionais artesanais e destinos turísticos regionais no contexto da indústria criativa. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, 17(3), 131-147.
- Newbiggin, J. (2010). A Economia Criativa: um guia introdutório. Reino Unido: British Council.
- Porta, P. (2008). Economia da Cultura: um setor estratégico para o país. Brasília, DF: MINC.

- Pab (2012). Programa do Artesanato Brasileiro: Base Conceitual do Artesanato Brasileiro. Brasília, DF.
- Reis, A.C.F & Marco, K. (2009). Economia da cultura: ideias e vivências. Rio de Janeiro, RJ: Publit.
- Reis, A.C.F. (2006). Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável - o Caleidoscópio da cultura. São Paulo, SP: Manole.
- Rubim, A. A. C. (2012). Políticas culturais no Brasil: passado e presente. Salvador, BA: Edufba.
- Sebrae (2018). O Microempreendedor Individual e a Economia Criativa. Serviços de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará - SEBRAE/CE. Retirado de: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/CE/Anexos/CE_MEI_Economia_Criativa_18.pdf.
- Scrase, T.J. (2003). Precarious production: globalization and artisan labor in the third world. *Third World Quarterly*, 24(3), 449-461.
- Silva, F.A.B. (2007). Economia e Política Cultural: acesso, emprego e financiamento. Coleção Cadernos de Políticas Culturais, 3. Brasília, DF: MinC.
- Sousa, J.R.F de, Sá, M., Sousa, D.C de, Silva, S.K. da. (2020). Novos modos de fazer artesanato e desafios à manutenção econômica no Alto do Moura do século XXI. *Read – Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)*, 26(3), 557-585. <https://doi.org/10.1590/1413-2311.295.98565>
- Unctad (2010). Creative economy report 2010. Nova York: United Nation.
- Veiga, J.E. (2005). Desenvolvimento sustentável – desafio do século XXI. Rio de Janeiro, RJ: Garamond.
- Yúdice, G. (2004). A Conveniência da Cultura – usos da cultura na era global. Belo Horizonte, MG: UFMG.