

“Aqui... a gente não vende cerâmica, a gente vende é cultura”: um estudo da tradição ceramista e as mudanças na produção em Icoaraci – Belém – Pa



Leandro Pinto Xavier

Belém-Pa
Outubro-2006

Universidade Federal do Pará
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Departamento de Antropologia
Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais
Área de concentração: Antropologia

Leandro Pinto Xavier

“Aqui... a gente não vende cerâmica, a gente vende é cultura”: um estudo da tradição ceramista e as mudanças na produção em Icoaraci – Belém – Pa

Belém-Pará
Outubro-2006

“Aqui... a gente não vende cerâmica, a gente vende é cultura”: um estudo da tradição ceramista e as mudanças na produção em Icoaraci – Belém – Pa

Leandro Pinto Xavier

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, área de concentração em Antropologia, do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Pará, sob a orientação da Prof^a Dr^a Marilu Marcia Campelo, como requisito parcial para obtenção do título de mestre.

Belém-Pará
Outubro-2006

Capa
Desenho da cultura Marajoara
sobre a garrafa do refrigerante Coca-cola.

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
(Biblioteca de Pós-Graduação do CFCH-UFPA, Belém-PA - Brasil)

Xavier, Leandro Pinto

“Aqui... a gente não vende cerâmica, a gente vende é cultura”: um estudo da tradição ceramista e as mudanças na produção em Icoaraci - Belém (PA) / Leandro Pinto Xavier ; orientadora, Marilu Marcia Campelo. - 2006

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Belém, 2006.

1. Cultura. 2. Cultura material. 3. Cerâmica - Icoaraci (PA). 4. Icoaraci (PA).
I. Título.

CDD - 22. ed. 306.098115

“Aqui... a gente não vende cerâmica, a gente vende é cultura”: um estudo da tradição ceramista e das mudanças na produção em Icoaraci – Belém – Pa

Leandro Pinto Xavier

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, área de concentração em Antropologia, do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Pará, sob a orientação da Prof^a Dr^a Marilu Marcia Campelo, como requisito parcial para obtenção do título de mestre.

Este exemplar corresponde à redação final da dissertação defendida e aprovada pela Comissão Julgadora em ___/___/___

Banca examinadora:

Prof^a Dr^a Marilu Marcia Campelo
(orientadora)

Prof. Dr. José Guilherme dos Santos Fernandes
(examinador externo)

Prof^a Maria Angelica Motta-Maués
(examinadora interna)

Prof^a Dr^a Eleanor Palhano
(examinadora suplente)

Belém-Pará
Outubro-2006

Aos que me ajudaram a amassar a argila

Amassando a argila para a realização deste trabalho, recebi o apoio, a colaboração e o incentivo de muitas pessoas e instituições a quem devo externalizar os meus agradecimentos.

Ao meu pai, Pedro Pinto Xavier (in memoriam) que com seu jeito rude e “sabedor” de todas as coisas, sempre quis o meu melhor. E a minha mãe Maria Letícia Xavier, mulher guerreira, que sem cessar me incentivou muito, acreditando que tudo é possível, bastava eu querer.

Minha orientadora Prof^a Dr^a Marilu Marcia Campelo, pelo estímulo e valiosas contribuições ao longo da preparação do projeto e da dissertação. Agradeço-lhe pela força em terminar e defender este trabalho. Obrigado por não ter me feito desistir, e, sobretudo por ter acreditado mais do que eu que tudo estava pronto. Muito obrigado pela paciência e incontestável compreensão. Sem seu apoio este trabalho não teria sido finalizado.

Professores do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Pará, ênfase em Antropologia, pelo aprimoramento intelectual: Wilma Leitão, Maria Angelica Motta-Maués, Mônica Prates Conrado, Denise Pahl Schaan e Raymundo Heraldo Maués.

Prof. Dr. Raymundo Heraldo Maués, coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, que soube conduzir minhas solicitações da melhor maneira possível, sem medir esforços para a integralização dos créditos e a defesa da dissertação.

Prof^a Dr^a. Maria Angelica Motta-Maués, por ter contribuído na construção do projeto e dos capítulos. E por aceitar participar da banca de defesa da dissertação, pode ter certeza que as contribuições serão valiosas.

Prof. Dr. José Guilherme dos Santos Fernandes, por aceitar o convite para compor a banca examinadora e assim contribuir ao final desta jornada.

Prof^a Dr^a Eleanor Palhano, pela disponibilidade em ler o trabalho e fazer parte da banca examinadora.

Prof^a Dr^a Diana Antonaz, pela disponibilidade me recebendo em seu gabinete de braços abertos, lendo o projeto, dando conselhos, sugestões e apoio. Exemplo de humanidade e antropóloga consciente de seu papel.

Prof^a Dr^a Mônica Prates Conrado, que no final deste trabalho, leu os capítulos, ponderando considerações e dando um “norte” a dissertação. E ao Caio, por te me alegrado com seu sorriso de criança.

Aos trabalhadores do ateliê Zé Filho, Caba, Ledes, Fabrício, Maurício, Adriana, Lica, Glaucinho, Alex, Rosa, Gil e outros que por lá passaram. Agradeço pelos momentos de aprendizagem, de alegrias e também de tristezas compartilhadas ao longo da pesquisa.

Guilherme Santana e sua família, pelo convívio diário em seu ateliê e sua casa. Pelas horas de conversas e pela paciência para com alguém que estava aprendendo a amassar a argila e produzir a cerâmica. Marly sua esposa, que me acolheu em sua casa, partilhando comigo sua felicidade e suas angústias. Maynara sua filha, que com seu “ninguém te merece” me fez rir tantas vezes, alegrando minhas visitas. Layo seu filho, apesar de não ter me escutado, soube me ouvir. Dona Liduína – mãe de Marly, sempre atenta às minhas palavras. E ao Tinho por ter dividido momentos alegres, principalmente por ter me “pulverizado” de maizena e assim realizando o rito de inversão de status, que foi de grande importância para o entendimento de meu papel enquanto um iniciante antropólogo.

Ao Museu Paraense Emílio Goeldi, na pessoa de Denise Pahl Schaan pela entrevista, pelas contribuições na disciplina Etnoarqueologia do Comportamento Simbólico e pelas colaborações na defesa da qualificação.

Tadeu Campos, do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará (SEBRAE/PA), por ter dialogado sobre os eventos da instituição e emprestado materiais diversos para a produção desta dissertação. A designer Ninon Rose Jardim pela entrevista e pelas explicações sobre o seu ofício.

As pessoas que compartilham comigo a admiração pela língua francesa, “ma prof” Maria da Graça Ferreira Leal, amiga, conselheira e segunda mãe, a qual me iluminou com sua “Graça” e verdadeiramente foi uma “Graça” ao longo destes dois anos. Andréa Coelho, pela força e pelas palavras sempre amigas. Moema Alves – a Moma, me dando coragem para terminar esta etapa, sua mãe Ana Claudia Rocque e sua avó Marília Kasahara, pelas conversas sempre agradáveis e os cafézinhos na medida certa. E também aquelas que estão do outro lado do Atlântico, Kátia Regina Ribeiro Viciano, amiga de longa data e sua irmã Cláudia Regina.

Aos amigos da ênfase em Antropologia, Maria Lizete Sampaio Sobral, que no início sempre esteve presente. Vanda Pantoja, lendo um dos capítulos e dando contribuições. Shirley do Socorro Magalhães Monteiro, dividindo comigo o estudo acerca da cultura material. Vanderlúcia da Silva Ponte e Marilene Pantoja que me fizeram rir, alegrando tantos momentos. E principalmente, Maria Roseane Corrêa Pinto Lima, que leu tantos projetos e capítulos, apontando os erros e acertos. E que sem cessar, me deu apoio e estendeu um braço amigo.

Aos funcionários da Pós, Rosângela Borges, pelos telefonemas lembrando dos prazos e tentando não me desesperar. Paulo Pinto pelas piadas em momentos oportunos. Agradeço pela paciência e disposição em resolver as minhas solicitações.

Aos amigos de Fortaleza, minha terra natal, que sempre me incentivaram. Em especial, Ana Paula Soares Brito, que há vinte anos me incentiva na busca de meus projetos.

Profª Ms. Rúbia Monteiro Pimentel Lavoura, por me guiar desde a graduação a caminhar por estradas íngremes e compartilhar comigo os estudos marxistas.

Elita Sarraf, minha gerente me liberando nos momentos finais desta dissertação. A Cristiane de Fátima Magalhães minha coordenadora que compreendeu os momentos de ausência. A vocês duas meu muito obrigado.

Família Navarro Guerreiro, que há uma década vem modificando minha vida. Agradeço a Bebeto, Marluce, Cecília, Regina, Sandrinha, Marta, Guilherme Filho, Dona Marluce Navarro Guerreiro e Sr. Guilherme Guerreiro (in memoriam). Podem ter certeza que Lídia ainda é um ponto de luz no horizonte.

A todos os amigos e demais pessoas que de diferentes maneiras me apoiaram e entenderam o meu distanciamento: Maria Angelina Carvalho Baia, Francisco Souza, Ana Paula Ferreira Lobato, Michelly Martins, Alan Augusto Ribeiro, Sônia Albuquerque, Laerty Augusto Q. Fonseca, Ana Cristina Nogueira Vasconcelos, Carlos Ruthênio, Bia Rezende, Danyelle Rezende, Dona Zi, Krisna Vilches, Rosi Colares, Maria Francisca Viana, Jacqueline de Léllis Tagore Cordeiro e em especial Iracildo Pereira Castro, que sempre me mostrou a luz no fim do túnel.

Não posso deixar de agradecer aos meus irmãos. Ao Xavier que mesmo não entendendo o “trabalho” que escolhi para mim, me ajudou concedendo cópias e mais cópias durante todo o período da pós. Ao Francisco que um dia, talvez, entenderá minhas escolhas e o modo como “trabalho”, valeu pelas palavras desanimadoras, pois foram elas que me fizeram chegar até aqui, mas aviso mude seus conceitos. Contudo sempre surpreendendo e fazendo lembrar que todos somos irmãos, obrigado pelas impressões no momento final do trabalho. Ao Luciano e Joelma que sempre me acolheram de braços abertos e sinalizavam a falta que os faço. À Elenilce que entendeu minha inquietude e foi o meu alvo de desabafos um tanto quanto estrondosos. À Rosimeire que foi a primeira, a saber, da aprovação no mestrado, me deu força e coragem, e sua filha, minha afilhada Kellinha. A Verônica e Cristina que moram distantes, mas próximas pelos laços que nos une. Ao Lucialdo, que nos deixou há vinte anos. Ao Cristiano, o caçula, insisto siga seu caminho. Todos vocês me ajudaram e apoiaram em diferentes momentos, e é pra vocês que dedico este trabalho – aos meus “Germanos”.

RESUMO

Esta dissertação analisa a tradição ceramista e as mudanças na produção com base no estudo da cerâmica dos artesãos do Distrito de Icoaraci. A análise tem como ponto de partida as ações do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará (SEBRAE/PA), do Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG) e dos próprios artesãos, que aplicam os conhecimentos adquiridos em cursos e eventos realizados pelas instituições. Constata-se o surgimento de novos tipos cerâmicos, que se estabelecem como tradicionais, alterando as formas de organização da produção. A partir dos dados coletados, busca-se contribuir para o entendimento do processo de modificação das criações populares da cultura material de um determinado grupo, salientando-se as ações específicas do mercado sobre os objetos cerâmicos.

Palavras-chave: Cultura material. Cerâmica. Mercado e tradição.

RÉSUMÉ

Ce mémoire analyse la tradition céramique et les changements dans la production à partir de l'étude de la céramique des artisans du district d'Icoaraci. Le point de départ de l'analyse est fourni par les actions du Service brésilien d'appui aux PME et TPE (SEBRAE/PA), du Musée Emílio Goeldi (MPEG) et des artisans eux-mêmes, qui mettent en pratique les connaissances acquises dans les cours et événements culturels organisés par les institutions. On constate le développement de types nouveaux de céramique, qui s'affirment comme des produits traditionnels, ce qui modifie les formes d'organisation de la production. À partir des résultats de la recherche, on cherche à contribuer à la compréhension du processus de modification des créations populaires de la culture matérielle d'un groupe donné, tout en mettant en évidence les actions spécifiques du marché sur les objets céramiques.

Mots-clé: Culture matérielle. Céramique. Marché et tradition.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CENTUR	Fundação Cultural do Pará Tancredo Neves
CNI	Confederação Nacional da Indústria
LAANF	Laboratório de Antropologia Arthur Napoleão Figueiredo
MPEG	Museu Paraense Emílio Goeldi
PETROBRAS	Petróleo Brasileiro S/A
PPGCS	Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais
SEBRAE/PA	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
UFF	Universidade Federal Fluminense
UFPA	Universidade Federal do Pará
USP	Universidade de São Paulo

LISTA DE FOTOGRAFIAS

1	Fachada da casa de Guilherme	16
2	Conjunto de xícaras	21
3	Bolas de argila	22
4	Pilando a argila	22
5	Peneirando a argila	22
6	Argila repousando	23
7	Argila secando	23
8	Retirando raízes e pedras	24
9	Fazendo bolas de argila	24
10	Produzindo as xícaras	25
11	Estufa improvisada para a secagem das peças	26
12	Peças secando ao ar livre	26
13	Arranhando as xícaras	27
14	Colocando as xícaras no forno	28
15	Xícaras dentro do forno	28
16	Preparando a queima	29
17	Queima improvisada a gás	30
18	Ensacando os ovos cerâmicos	33
19	Encerrando o ensacamento	33
20	Abrindo o jornal	33
21	Embalando no jornal	33
22	Encaixotando as peças	33
23	Peças encaixotadas	33
24	Transportando as caixas com os objetos cerâmicos	34
25	Vaso solitário Linha Museu	59
26	Vaso cano longo jacaré	59
27	Moringa	67
28	Panela para feijoada	67
29	Estatueta antropomorfa feminina	68
30	Urna funerária antropomorfa – Marajoara	69
31	Vaso de Cariátides	70
32	Vaso de gargalo	70
33	Urna antropomorfa feminina – Maracá	70
34	Urna funerária – Maracá	71
35	Vaso Paracuri	72
36	Cerâmica Novo Design – moquequeira	78
37	Cerâmica Caraipé – travessa para peixe	78
38	Cerâmica Arte Rupestre – vaso solitário Linha Museu	79
39	Cerâmica Arte Rupestre – copos	79
40	Pedaço retangular de cerâmica de longe	125
41	Pedaço retangular de cerâmica de perto	125
42	Luminária acesa	125
43	Luminária vista lateral	125
44	Luminária de teto pequena vista de longe	126
45	Luminária de teto pequena vista de perto	126
46	Quadro circular com desenho marajoara de perto	126
47	Quadro circular com desenho marajoara de longe	126

48	Peso em cerâmica e porta talhada com desenhos marajoara	126
49	Vasos em cerâmica ornamentando o jardim	127

LISTA DE QUADROS

1	O que é design para os artesãos	52
2	Necessidades dos clientes/consumidores	54
3	Linhas de divulgação	55
4	Tipologias e categorias	56

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1 APRENDENDO A FAZER CERÂMICA: A ETNOGRAFIA DE UMA PRODUÇÃO	6
1.1 Cultura material	6
1.1.1 A cerâmica	8
1.2 Espaços da produção: o ateliê, a casa e a loja	15
1.3 A produção da cerâmica	19
1.3.1 Aquisição da matéria-prima	21
1.3.2 Beneficiamento e tratamento da argila	22
1.3.3 Manufatura do objeto cerâmico e secagem	24
1.3.3.1 Secagem	26
1.3.4 Queima	28
1.3.5 Acabamento final	30
1.3.6 Embalagem	32
1.4 Os trabalhadores	34
2 OS PRODUTORES DA CULTURA: MPEG, SEBRAE/PA E OS ARTESÃOS	37
2.1 Porque a produção ceramista de Guilherme está sendo problematizada	37
2.2 O Museu Paraense Emílio Goeldi	39
2.3 O Serviço de Apoio às Pequenas Empresas do Pará e os artesãos	49
3 A TRADIÇÃO E O MERCADO	64
3.1 Tradição	64
3.2 O contexto da tradição ceramista no distrito de Icoaraci	66
3.3 Contextualizando os novos objetos cerâmicos	73
3.4 O mercado	80
3.4.1 O mercado e as novas formas de organização	89
CONSIDERAÇÕES FINAIS	95
REFERÊNCIAS	99
GLOSSÁRIO	103
ANEXOS	107

INTRODUÇÃO

“Aqui em Icoaraci a gente não vende cerâmica, a gente vende é cultura porque se fosse pra vender cerâmica não vende. O que se vende é a cultura marajoara a questão do grafismo e tal, a tradição, enfim, aquelas coisas por que... como material em termos de qualidade é péssimo. É um material que não teria... não teria como concorrer no mercado.”¹
(Guilherme Santana)

O objetivo do presente estudo é analisar a influência do mercado nos processos socioculturais do “artesanato” cerâmico no estado do Pará, particularmente no Distrito de Icoaraci, onde se localiza um dos pólos fabricantes da cerâmica na região. Nesta análise enfatizo as cerâmicas tradicionais da localidade e a maneira como novos tipos surgiram e se estabeleceram como sendo tradicionais. Ressalto também como esses novos tipos ocasionaram mudanças na produção ceramista.

A escolha pela atuação do mercado sobre a cerâmica de Icoaraci deu-se pela minha proximidade com a temática, que foi objeto de análise para a preparação de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), na Universidade da Amazônia (Unama), do Curso de Ciências Sociais, intitulado “Fazendo arte: a relação entre o valor simbólico e o valor utilitário da cerâmica no Distrito de Icoaraci/PA” (2000), que possibilitou perceber os significados da cerâmica, tanto para seus produtores, quanto para os compradores. Interpretei o valor simbólico para o artesão tendo como base teórica Pierre Bourdieu (1998) e sua análise do poder simbólico e, quanto ao valor utilitário para o consumidor, as interpretações buscaram respaldo em Néstor García Canclini (1989), através de suas análises de étnico e típico. Na ocasião da pesquisa, em contato com os artesãos da localidade, percebi a necessidade de compreender outros aspectos relacionados à cultura material, dentre outros, a produção de objetos populares e tradicionais modificados pela ação do comércio ou intermediários.

Assim, com o intuito de prosseguir o estudo iniciado na graduação, iniciei levantamento de dados visando revelar novas perspectivas para a abordagem, através de elementos que pudessem suscitar uma analogia entre os tipos tradicionais de Icoaraci e a interferência de fatores externos sobre as criações dos artesãos. Ao término da coleta de dados, constatei três novos tipos cerâmicos: Caraipé, Novo Design e Arte Rupestre, os quais eram pouco divulgados como sendo de Icoaraci, quando realizei a primeira pesquisa em 2000.

Ao verificar novos tipos cerâmicos, questionei-me de que maneira surgiram e se estabeleceram como tradicionais do Distrito e, principalmente, quais os reflexos sobre a

¹ Entrevista gravada em quinze de agosto de 2005.

produção ceramista. Na busca de informações, procurei pessoas que me dessem pistas acerca das novas cerâmicas, entrevistei artesãos, professores do Liceu Escola Artes e Ofícios Mestre Cardoso e um profissional do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE/PA)². Após as entrevistas pude perceber que os tipos encontrados começaram a ser produzidos a partir de eventos do SEBRAE/PA. Os eventos findaram em parcerias com algumas instituições. Com destaque para a parceria com o Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG)³ e com alguns artesãos de Icoaraci.

A parceria com o MPEG se concretizou através do curso “Culturas Pré-históricas da Amazônia”, que foi ministrado por especialistas da área de Arqueologia da instituição. O curso aconteceu em dois momentos, o primeiro: uma parte teórica sobre as culturas pré-históricas e o caráter inovador foi o aprendizado adquirido sobre a “Arte Rupestre”. E o segundo, a parte prática se deu com a confecção de 50 peças, pelos artesãos, do acervo do MPEG.

Outro evento que surgia nas falas de meus entrevistados era o “Pará Design’98”, realizado no município de Vila dos Cabanos, no período 15 à 27/11/98, o qual foi de fundamental importância para a compreensão dos novos tipos e também para perceber os planos e metas do SEBRAE/PA para o artesanato do estado do Pará. Portanto, foi através do “Pará Design’98” que desvendei os caminhos que propiciaram o surgimento das cerâmicas em questão. Outrossim, a maneira como os artesãos organizaram suas práticas no contexto atual da produção ceramista do Distrito, considerando o mercado consumidor e a criação de um artesanato “genuíno” do estado do Pará. Este evento contou com a participação de desenhistas, engenheiros, arquitetos, designers, profissionais do MPEG e inúmeros artesãos, nas diversas formas de cultura material: cerâmica, miriti e madeira⁴. Destaco os conteúdos abordados: a) Importância do design para o artesanato, b) Imagem do Pará e c) Resgate da cultura do Pará e tendências do Artesanato do Pará.

Na realidade, eu visualizava dois momentos: na parceria com o MPEG foram acrescentadas às peças cerâmicas as pinturas e gravuras da “Arte Rupestre” e no “Pará Design’98” os objetos ganharam novos formatos com o auxílio do “design”⁵. Assim, a

² Doravante utilizo a sigla SEBRAE/PA.

³ Doravante utilizo a sigla MPEG.

⁴ No que se refere à madeira e ao miriti, foram produzidas embalagens para a cerâmica. Desta maneira, a cerâmica seria apresentada em embalagens práticas e funcionais.

⁵ Design tem como definição “a melhoria dos aspectos ergonômicos e visuais dos produtos, de modo a atender as necessidades do consumidor, melhorando o conforto, a segurança e a satisfação do usuário”. Conceito retirado do livro “A Importância do Design para sua empresa”. Elaborado por CNI, COMPI, SENAI/DR-RJ, Carlos Bahiana. Brasília- DF: CNI, 1998. Entretanto, para os artesãos de uma maneira em geral, significa um novo formato, um desenho de um objeto que se diferencia da cerâmica tradicional.

cerâmica passaria a ser reconhecida por meio dos desenhos e grafismos das culturas da região, indicando sua procedência e origem com uma nova “roupagem”, constituindo um atrativo para o mercado.

Desta feita, destaco os atores sociais da presente análise: o SEBRAE/PA como um órgão incentivador da produção ceramista do estado, o MPEG como uma instituição “guardiã” das culturas pré-históricas da região e os artesãos que, com seus conhecimentos e habilidades criam e produzem objetos utilizando as noções adquiridas através dos acontecimentos entre as duas instituições. Entretanto, em meio a tantos artesãos que participaram dos eventos e cursos elaborados pelas instituições, selecionei Guilherme Santana por quatro motivos: primeiro, por ter sido o único artesão a participar do curso ministrado pelo MPEG e do “Pará Design’98”; segundo, por sua produção ceramista ser um reflexo dos acontecimentos e dos discursos que os mesmos engendraram; terceiro, para compreender de que maneira os acontecimentos ocasionaram mudanças na produção da cerâmica e quarto pela proximidade que tenho com ele, pois o conheço desde o ano de 2002.

A pesquisa de campo foi realizada na casa, na loja e no ateliê⁶ de meu informante preferencial, sendo conduzida pelos princípios metodológicos preconizados por Bronislaw Malinowski (1976), que pode ser definida como a pesquisa de campo etnográfica. Tendo como objetivo “apreender o ponto de vista dos nativos, seu relacionamento com a vida, sua visão de seu mundo” (Malinowski, 1976: 37). Os resultados de meus empreendimentos e de minhas reflexões a respeito da temática analisada foram organizados em três capítulos que formam a estrutura deste trabalho.

No primeiro capítulo, “Aprendendo a fazer cerâmica: a etnografia de uma produção”, descrevo detalhadamente o contexto etnográfico do processo produtivo da produção ceramista de meu principal informante – Guilherme, salientando as etapas e destacando os “trabalhadores”. Além disso, contextualizo os espaços simbólicos e os seus usos. Neste sentido, faço considerações sobre a importância da casa, da loja e, sobretudo do ateliê, pois é

⁶ Utilizo o termo ateliê e não olaria para o espaço da produção ceramista de meu informante, pois o mesmo em entrevista me diz que “Eu denomino como ateliê, embora assim pareça ser uma palavra um pouco pretensiosa”. Em outro depoimento fala um pouco mais sobre a diferença entre olaria e ateliê “... eu gosto de denominar de ateliê, porque olaria é uma coisa assim... com barro, barro assim as pessoas aqui... Dificilmente as pessoas que trabalham comigo falam barro, o pessoal fala mais argila... Porque nos outros é tudo barro, ah barro, Daí essas idéias eles já pegaram, essa mania comigo desde o curso que a gente fazia de tecnologia, daí é argila.” Certa vez, quando fazia o curso em Agosto/2005, um dos participantes, pediu pra que eu cheirasse um pedaço de argila e o seu odor era bem forte e ele rindo olhou-me e disse: “essa merda é da boa”, certamente fez o comentário pelo odor lembrar dejetos, mas como é argila se torna boa por ser seu meio de vida e trabalho. Outra expressão comumente utilizada que associa argila a excrementos é “arriar o barro”. Talvez venha daí a aversão em falar que é barro.

neste último espaço que as peças⁷ cerâmicas são produzidas. Bem como, enfatizo a organização dos “trabalhadores” salientando as atividades desenvolvidas.

Neste capítulo os trabalhos de Ribeiro (1985), Vidal e Silva (2004), Newton (1985), Domingues-Lopes (2002) e Velthem (1998) foram fundamentais para o entendimento dos estudos acerca da cultura material. Os autores Silva (2000), Vidal e Silva (2004), Lima (1985) e Willey (1985) nortearam questões a respeito dos objetos cerâmicos. Ao abordar o trabalho de Souza (2002) sobre as diferenças entre os conceitos de olaria familiar e olaria microempresa, enfatizo que a produção ceramista de meu informante está em transição, ora é familiar, ora é microempresa ou se estruturando para esta última.

No segundo capítulo, “Os produtores da cultura: o MPEG, o SEBRAE/PA e os artesãos”, evidencio os papéis desses três atores sociais que estão envolvidos na atual produção de Icoaraci. Destaco, o MPEG como uma instituição “guardiã” das culturas existentes na região amazônica. O SEBRAE/PA como um órgão fomentador de um processo socioeconômico de desenvolvimento, que ao realizar cursos e eventos apresenta para os artesãos novos conceitos e práticas voltadas para o mercado. E os artesãos, resalto de que maneira utilizam os conhecimentos adquiridos nos inúmeros eventos que participam.

Para a compreensão da tríade: SEBRAE/PA, MPEG e os artesãos, o conceito de *Culturas híbridas* de Néstor García Canclini (2003) que enfatiza “estruturas e práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas”. Desta maneira, foi possível unir na cultura material de um grupo, ações específicas que modificam objetos tradicionais e populares. Ou seja, no caso da cerâmica de Icoaraci, o uso do design como uma estratégia de mercado e a “Arte Rupestre” como um elemento divulgador da cultura local, e assim colocar a produção ceramista em novas condições de mercado.

No terceiro capítulo, “A tradição e o mercado”, mostro a tradição ceramista de Icoaraci, enfatizando de que forma surgiu e se estabeleceu. Assim, destaco também a contextualização dos novos objetos cerâmicos e como se tornaram tradicionais. Abordando o

⁷ Comumente os artesãos denominam o produto final de cerâmica ou, simplesmente de peça. Entretanto, a que se discutir os diferentes termos que os objetos são chamados. Pearce Apud Lima (2003) “O termo objeto é empregado ordinariamente e no discurso intelectual. Cultura material é usado como um substantivo coletivo. Artefato denota feito com arte, com habilidade, e bens é um termo de conotação mais econômica. Os termos têm implicações conforme o significado do uso e o contexto. Essas aplicações de termos envolvem o processo de criação dos significados para o objeto, cujos diferentes termos para designá-lo implicam os valores sociais criados pelas sociedades que possuem os objetos. Dessa forma, a própria denominação desses elementos materiais já pressupõe um sentido elaborado no interior do museu através de seus membros. O objeto, passando por diferentes ambientes, adquire denominações diversas, cujo significado difere daquele que prevalece no contexto de seus produtores.”

mercado, retomo algumas considerações dos capítulos anteriores e faço uma discussão sobre os valores que a cerâmica adquire enquanto mercadoria. Também, mostro como o mercado influencia na organização do trabalho na produção ceramista. Para tanto, lanço mão das falas de meu principal informante, e nas mesmas mostro os outros artesãos, para perceber como sua produção se adequou ao mercado consumidor.

Neste capítulo ao utilizar o conceito de *tradição inventada* de Hobsbawn e Ranger (1984) contextualizo os tipos cerâmicos tradicionais de Icoaraci, e demonstro em que contexto os novos tipos surgiram e se estabeleceram como tradicionais da localidade. Ao abordar o mercado e perceber alterações na produção ceramista e as implicações, sobretudo no produto final, o conceito de Karl Marx (1978) de mercadoria, buscou entender de que maneira os elementos acrescentados revelam o duplo sentido: o valor de uso e o valor de troca. Entretanto, foram de fundamental importância as análises de Maurice Godelier (1981) e Marshall Sahlins (2003) acerca do valor de troca que a mercadoria possa ter, revelando que a produção da cerâmica de meu informante permeia sua história de vida. No que se refere a influência do mercado na produção ceramista investigada, apresento as falas de meu informante e é através delas que surgem os demais artesãos, e a forma como ele direcionou sua produção para um público diferenciado. Nessa perspectiva surgem duas denominações distintivas entre ele e os outros: artesão e artesão empreendedor. Ressalto também como as influências externas dos eventos e cursos estão modificando a organização do trabalho em seu ateliê.

Assim, meu objetivo é mostrar que o mercado influencia na produção ceramista de Icoaraci, mais especificamente de meu informante – Guilherme. Através do estudo das influências do mercado, percebo também como se dá as novas formas de organização por meio de aspectos externos que engendram novas idéias e práticas, um bom exemplo é a nova denominação dada por meu informante para aqueles artesãos que absorvem tais idéias.

O corpo deste trabalho deve ser visualizado da seguinte maneira: ao aprender a fazer cerâmica mostro quem amassa a argila e quem produz a cerâmica. Em seguida, abro as portas do MPEG e do SEBRAE, e é caminhando entre estas duas instituições que evidencio quais as idéias que estão por trás da cultura material de um determinado grupo – os artesãos de Icoaraci. E finalmente, saliento a tradição ceramista e os novos tipos que se tornaram tradicionais, bem como, os valores que a cerâmica adquire, demonstrando que o mercado está presente na produção ceramista como um todo.

I

APRENDENDO A FAZER CERÂMICA: A ETNOGRAFIA DE UMA PRODUÇÃO

1.1 Cultura Material

Embora, a primeira vista, para mim parecia fácil aprender a fazer uma peça cerâmica, percebi que não era. Pois, antes de me iniciar na produção, eu tive que aprender sobre o que os objetos representavam ou significavam, tanto para aqueles que produzem, quanto para o conhecimento científico. Aprendendo a fazer cerâmica me iniciei nos estudos acerca de cultura material, sobretudo aqueles voltados para a confecção de objetos em argila. Admito é um caminho árido e muitas vezes esquecido. Entretanto, revela muitos aspectos dos grupos ou sociedades que fazem dos pequenos ou grandes objetos seu meio de vida. Bem como, através da cultura material expressam seus valores e práticas socialmente estabelecidas.

Berta G. Ribeiro (1985) nos idos da década de 1980 indicava que os estudos referentes ao artesanato indígena estavam sendo colocados em segundo plano. Apesar da autora se referir ao artesanato indígena, pode-se entender dos estudos de cultura material como um todo. Munn (1973) apud Ribeiro (1985) aborda que aos poucos tais estudos estavam sendo revistos, “na medida em que o sistema dos objetos começa a ser percebido como parte integrante de todas as esferas da cultura.” (1985: 13)

Para Lux Vidal e Aracy Lopes da Silva (2004) o sistema de objetos e as artes são produtos de uma história, são formas expressivas da cultura de povo, assim:

“... remetem-se às tradições identificadas pelo grupo como suas marcas distintivas, específicas de sua identidade; falam dos modos de viver e de pensar compartilhados no momento da confecção do produto material ou artístico ou da vivência da dramaturgia dos rituais, indicando uma situação no presente; em suas inovações, no esmero de sua produção e no uso que dela faz, indicam as relações entre o indivíduo e o patrimônio cultural do grupo a que pertence e apontam para canais de comunicação com o exterior e para projetos futuros.”(2004: 02)

Desta maneira, é através da cultura material que diversas sociedades expressam suas relações com o meio ambiente e também questões culturais e socioeconômicas, as quais revelam aspectos como: costumes e tradições. Outrossim, revelam a identidade cultural de grupos que deixaram objetos como único testemunho de sua existência.

Dolores Newton (1985) afirma que os fenômenos culturais se apresentam em três modalidades: das idéias, do comportamento e dos objetos físicos. Assim, ao estudar os objetos físicos apresenta um campo de estudo com um novo nome, Antropologia Material, disciplina esta que deve sua denominação a Barrie Reynolds. Esta nova disciplina se distingue da etnologia que discute a cultura material “traduzida em artefatos”. A autora ao acentuar que Bohannan (1973) caracteriza a cultura material como único fenômeno cultural codificado duas vezes: uma vez na mente e outra na forma do objeto, ressalta que esta dupla codificação possibilita uma comparação com os três fenômenos culturais. Nesta perspectiva há uma visão integrada dos sistemas completos de cultura material. Isto é, através dos objetos pode-se visualizar as idéias e os comportamentos daqueles que os produzem.

Na processo de produção dos objetos da cultura material, muitos fatores influenciam, como os recursos naturais disponíveis para a utilização da matéria-prima, as técnicas empregadas, a exploração do ambiente e a adaptação ecológica, a utilização e finalidade dos objetos e também elementos simbólicos atrelados a concepções religiosas, estéticas e filosóficas da sociedade (Vidal e Silva, 2004).

Ribeiro (1985) ao estudar a cultura material como uma linguagem simbólica, busca não somente a valorização das dimensões estéticas e sua descrição formal, mas, sobretudo as relações entre expressão (forma) e conteúdo (significado). Procura referências da exteriorização material de idéias e conceitos, podendo ser interpretados segundo o contexto cultural, tais como: sistemas de organização social, mitos, papéis rituais. Assim, o estudo dos objetos que identificam o indivíduo ou grupo estaria ligado a uma dimensão simbólica, um código, uma iconografia, que pode ser interpretado através de seu contexto cultural.

Outro aspecto da cultural material relevante é quando os objetos são retirados de seu contexto original, geralmente para compor os acervos de museus e universidades. Para Rita de Cássia Domingues-Lopes (2002) os mesmos são descontextualizados, sofrendo uma ruptura com os sistemas socioculturais nos quais foram produzidos. Conseqüentemente, o contexto “é modificado, transformando seu propósito de ser, para tornar-se “peça de museu””, mostrando que os objetos, perderam a função de uso para o grupo produtor, tornando-se um objeto de observação e estudo. Podendo ser utilizado como instrumento de resgate para a contextualização do objeto no grupo.

Como Lucia Hussak van Velthem (1998) assinalou a antropologia tem trilhado por diversos caminhos. Mas os que levam aos estudos sobre cultura material, são os menos trilhados e apreciados. Isto pode ser comprovado através da bibliografia que é muito escassa.

A autora, ao afirmar este fato, ressalta o porquê do desinteresse por estes estudos que derivam “do pressuposto de que os mesmos seriam meramente descritivos, de análise em geral divorciada do contexto cultural e, assim despidos de fundamento teórico...” (Velthem, 1998: 18).

Entrementes, a mesma autora afirma que aos poucos estas idéias estão sendo superadas por estudos recentes que demonstram ser possível articular os objetos às esferas da cultura; “uma vez que o seu significado e a sua importância na sociedade produtora podem ser refletidos através deste inter-relacionamento” (1998: 18).

De acordo com Vidal e Silva (2004) os estudos da cultura material buscam mostrar as informações contidas nos objetos quando documentado com dados bibliográficos, iconográficos e de campo. A inclusão dos objetos na cultura e no contexto ecológico conduz para o conhecimento de qualquer sociedade. A cultura material em seu conjunto reflete aspectos como: a ecologia, a tecnoeconomia, a ideologia e o estilo de vida das sociedades. Assim o estudo das expressões materiais da cultura para as autoras:

“... favorece o delineamento do perfil da sociedade e fornece elementos importantes para o conhecimento da história do grupo, já que a cultura material constitui testemunho complementar de informações sobre migrações, contato intertribais e interétnicos, desenvolvimento das técnicas, etc.” (2004: 05)

Desta maneira, é sob estas inúmeras perspectivas que o estudo da cultura material de uma dada sociedade é relevante, posto que é através dela que pode-se fazer ligações com diversas esferas da sociedade. Revelando assim, aspectos relacionados com a tecnologia, a história do grupo, a ecologia, dentre outros.

1.1.1 A cerâmica

A matéria-prima para a confecção da cerâmica é a argila. O processo produtivo da cerâmica requer tempo e, sobretudo paciência. No qual homens e mulheres dedicam boa parte de seu tempo. Nas sociedades indígenas como afirma Fabíola Andréa Silva (2000) “a divisão e o trabalho entre os sexos se estabelece desde o momento na obtenção das matérias-primas até a manufatura e uso dos artefatos” (2000: 51).

Os objetos cerâmicos são registros do modo de ser, viver e pensar da sociedade produtora. Vidal e Silva (2004) preconizam para o estudo da cerâmica, aspectos como: beneficiamento da matéria-prima, os detalhes do processo produtivo e até mesmo o gestual do indivíduo que produz, as técnicas de produção, os seus usos e seus significados (rituais ou simbólicos).

Vidal e Silva (2004) elucidam a boneca de cerâmica Karajá como um processo de mudança em decorrência das vivências sociais e históricas de um povo e da criação individual. Elucidativo, pois as mudanças são palpáveis, tratando-se de uma mudança criativa, tanto na inovação técnica (cozimento das bonecas), quanto às formas (enriquecimento da temática expressa no barro).

Tânia Maria Lima (1985) ao tentar fazer uma síntese para a cerâmica dos índios no Brasil, esbarrou em uma dificuldade já apontada por Vidal e Silva (2001), Velthem (1998), dentre outros, que é a insuficiência de dados acerca da cultura material. Porém, suscita de que maneira pode-se abordar um estudo da cerâmica e enfatiza pontos-chaves para o “... reconhecimento do objeto como a materialização do comportamento dos membros de uma determinada sociedade...” Para tanto, a autora destaca: a divisão do trabalho na produção, o processo de manufatura, o tratamento de superfície como sendo de suma importância no contexto da produção da cerâmica.

Gordon R. Willey (1985) em seu artigo “Cerâmica” propõe uma discussão dos aspectos funcionais, evolutivos e históricos para o entendimento da cerâmica na América do Sul. Destacando que a importância da cerâmica em termos de pesquisa etnológica, constitui umas das principais artes indígenas, sendo praticada por muitas tribos. Ressalta também que a pesquisa histórica e arqueológica, tornou-se o principal instrumento de reconstrução arqueológica. Ao mesmo tempo, essa reconstrução não reflete a importância da cerâmica para os povos que a produzem. Para o autor sua análise é válida por apresentar muitos dados etnográficos e arqueológicos que se tornam significativos para o estudo da cerâmica em toda a América do Sul.

Ao iniciar sua análise faz um resumo da tecnologia e suas funções nas culturas sul-americanas, ressaltando as técnicas, os materiais usados na confecção, as formas e suas variedades em termos de tamanho, a ornamentação e decoração dos vasilhames cerâmicos. Em seguida realiza uma análise da evolução da cerâmica e suas implicações históricas, e por fim, aborda a seqüência evolutiva hipotética do desenvolvimento da cerâmica, culminando em uma análise dos objetos e da cultura.

Em meio a tantos estudos da cerâmica no Brasil, os mais divulgados são aqueles voltados aos objetos cerâmicos das sociedades indígenas. Os estudos acerca da cerâmica em centros urbanos são praticamente escassos. São poucos os antropólogos que abordam o tema, o que caracteriza uma lacuna, não apenas destes estudos, mas os de cultura material em geral. Ribeiro (1985) ressalta que entre as décadas de 50 e 80 há um vazio bibliográfico. Contudo não desapareceu por completo. Dentre tantas razões, destaca três: como documentos materiais exprimem a identidade cultural, como objetos úteis são consumidos e como bens simbólicos são dotados de significados.

Nos centros urbanos os objetos sejam em cerâmica, zircônio, palha, miriti, dentre outros, ganham uma outra denominação “artesanato”. Estando em zonas fronteiriças, como ressalta Rogério Proença Leite (2003) “entre a arte e a mercadoria”. Não tenho intenção em discutir as várias nuances que o termo “artesanato” possa ter, mas de introduzir no estudo dos objetos cerâmicos do Distrito de Icoaraci. Por mais, que a presente análise possa necessitar deste aprofundamento com relação ao termo, seus resultados não se comprometem.

Sedo assim, penso ser válida a incursão deste autor a fim de discutir os objetos a partir de sua inserção social nos modos de vida de quem os produz, implicando considerá-los como *produto e processo*. Assim para Leite (2003):

“... Essa dupla caracterização nos indica que devemos pensar o produto artesanal não apenas em sua forma final, mas igualmente como um processo que ultrapassa a mera produção de mercadorias. Esse processo artesanal implicaria, assim, no âmbito das relações entre produto e produtor.” (2003: 04)

Desta feita, o autor destaca quatro dimensões da relação produto e produtor: 1) uma *dimensão social* que se reflete nos modos de vida de quem as produz; 2) uma *dimensão pedagógica* que se materializa nos saberes que se difundem e no conhecimento integral do saber-fazer; 3) *uma dimensão simbólica* que se externaliza no produto como bem material e 4) *uma dimensão econômica* que se concretiza nas trocas, quando o artesanato é elevado à categoria de mercadoria. Todas essas dimensões pude perceber nos objetos cerâmicos de Icoaraci, mas a dimensão econômica “ganha outra significação, tanto para quem o produz, quanto para quem consome” (Leite, 2003: 04).

O presente estudo parte de modificações percebidas na produção ceramista de Icoaraci nos últimos oito anos. Há cinco anos realizei Trabalho de Conclusão de Curso em Icoaraci. Naquela época as modificações não foram percebidas, mesmo porque os tipos cerâmicos que

tratarei mais adiante não estavam sendo tão divulgados. O momento atual que problematizo é o surgimento destes novos tipos e as ações do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará (SEBRAE/PA) e suas parcerias com o Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG) e os artesãos de Icoaraci. Nestas ações e parcerias destaco Guilherme Santana, meu principal informante, levando em consideração que foi ele o único artesão da localidade a participar dos eventos realizados pelas duas instituições.

Então, com o intuito de descobrir quais as modificações na produção partindo dos eventos entrei em contato com Guilherme e assim observar passo a passo a confecção de uma peça cerâmica em seu local de trabalho. A relação com Guilherme vem de longa data, mais precisamente no ano de 2002⁸, quando eu estava no município de Ponta de Pedras com Marzane Pinto de Souza. Naquela época, eu acompanhava Marzane que pensava na possibilidade de estudar a produção do município como objeto de estudo para sua dissertação de Mestrado na Universidade Federal Fluminense (UFF)⁹. Na ocasião Guilherme estava ministrando um curso para os artesãos locais.

A razão pela escolha de Guilherme como principal informante se deu ao levantar dados sobre as cerâmicas em questão. Todas as informações convergiam para ele, pois, tinha sido o único artesão da localidade a participar dos eventos organizados pelo SEBRAE/PA. Guilherme assim como “Mestre Rosemiro”¹⁰ sempre se mostrou atencioso e pronto pra contribuir com a pesquisa. As primeiras entrevistas foram gravadas e as perguntas foram voltadas para os eventos do SEBRAE/PA, as visitas foram agendadas pelo telefone ou pessoalmente, pois, a quantidade de serviço era intensa e ele não poderia me dar à atenção devida para o andamento da pesquisa.

Depois desta fase, pedi a ele pra eu acompanhar os serviços no “ateliê”. Prontamente, ele disse que não haveria problema, mas que eu iria desenvolver alguma atividade. Neste momento, pude acompanhar os serviços por um mês, era agosto de 2005, a produção estava parada, ou seja, não havia encomendas. Durante esses períodos que não há encomendas Guilherme cria novas peças, faz misturas com novos produtos, executa o tratamento da argila e realiza peças sob encomendas pra clientes antigos, que confiam na qualidade de suas peças. Quando cheguei no dia acertado Guilherme este acreditando que eu não iria, me perguntou se

⁸ Na ocasião Guilherme entregou-me seu cartão de visitas, no qual continha a logomarca do Caraipé. O mesmo se encontra como Anexo A.

⁹ SOUZA, Marzane Pinto de. *Mãos da arte e o saber-fazer dos artesãos de Icoaraci: um estudo antropológico sobre socialidade, identidade e identificações locais*. Niterói: 2002. 118f. Dissertação apresentada e defendida no Programa de Pós-Graduação em Antropologia e Ciência Política, da Universidade Federal Fluminense (UFF).

¹⁰ “Mestre Rosemiro” é Rosemiro Pinheiro Pereira, meu principal informante em meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) no ano de 2000.

eu tinha fugido do *trabalho* e eu respondi que um cearense¹¹ não foge, principalmente de trabalho.

Durante este período pude observar o tratamento da argila passo a passo. Assim como, o movimento do “ateliê” e de sua casa. Poucos “trabalhadores”¹² estavam presentes, levando em consideração outros momentos da pesquisa em que o ateliê estava repleto de “trabalhadores”. Guilherme estava produzindo uns vasos para uma cliente, e destaco, a forma como os mesmos estavam sendo produzidos. O formato era quadrangular e não circular, quando na maioria das vezes é fabricado no “torno”¹³. Para mim, este fato foi curioso, pois Guilherme usava a técnica do “acordelamento”¹⁴ e depois moldava em formato quadrangular. Eu esperava uma produção bem mais elaborada, e não um retorno a leituras de cerâmica indígena ou de outras partes do Brasil, que produzem suas peças através desta técnica. Até mesmo porque os demais artesãos de Icoaraci produzem suas peças no “torno”.

Neste momento também, apenas observei as atividades e tentava me aproximar de todos. Quando não estava escrevendo em meu diário de campo¹⁵, ou desenvolvendo alguma atividade relativa à produção, conversava com os “trabalhadores”. Diversas vezes, um ou outro me questionava sobre o quê eu estava fazendo ali, e eu respondia que realizava uma pesquisa. Aos poucos, fui estreitando os laços, as conversas e os diálogos iniciais eram bem poucos, com o desenrolar da pesquisa e me fazendo presente no ateliê, fui adquirindo a confiança de todos. Recordo que no primeiro mês, tudo parecia parado e quieto, depois, percebi que minha presença causava essa quietude. Nos períodos em que me afastava, todos me perguntavam o que tinha acontecido, e eu prontamente lhes dava explicações. Em momentos de descontração, as conversas eram em torno das “encarnações”¹⁶ entre eles

¹¹ Neste momento descobri que sua esposa Marly também é cearense e diversas vezes conversei tanto com Guilherme quanto com ela sobre o Ceará.

¹² Utilizo o termo trabalhadores a todos os envolvidos na produção ceramista no contexto do ateliê. Bem como o termo trabalho é designado para o desenvolvimento de qualquer atividade. Não está ligado a qualquer categoria teórica e sim a uma denominação dos informantes. Sobretudo de Guilherme, que os chama desta maneira.

¹³ Equipamento em estrutura de madeira com dois discos, um superior e outro inferior. É movido por tração humana. É utilizado pelo oleiro. Serve para confeccionar as peças cerâmicas. Constatei em Icoaraci três tipos: o torno-de-pé que é o acima descrito; o torno-improvisado, o qual sua estrutura é em madeira, possuindo um motor que geralmente é de máquina de lavar e o torno-elétrico, que é todo em aço. Podendo ser chamado também de roda do oleiro. Este último o Liceu Mestre Raimundo Cardoso e a Casa do Artesão possuem. Entre os artesãos, somente “Mestre Rosemiro” possui. Agiliza bastante a produção, mas seu valor é bem elevado.

¹⁴ Esta técnica também é chamada de pavio ou acordelado, consiste em rolar a argila na mão até fazer os pavios ou roletes para então ir dando formas às peças. No período da pesquisa e em visita a outras olarias, não presenciei esta técnica sendo realizada na localidade. Todas as peças são confeccionadas no torno.

¹⁵ Como ressaltou Malinowski (1976) o diário etnográfico tão importante na pesquisa etnográfica, onde eu registrava todos os dias, não apenas o andamento da pesquisa, mas também fatos que estavam além dos meus objetivos nos espaços pesquisados.

¹⁶ Para Souza “este termo refere-se às brincadeiras sobre as ações e características de uma pessoa. Geralmente, os artesãos contam piadas sobre o modo de saber-fazer de alguém ou sobre sua auto-identificação.” (2002: 104)

mesmos ou de alguém conhecido, as encarnações ocorriam geralmente, na segunda-feira, quando algum deles havia feito algo engraçado no final de semana.

Com o convívio diário conversávamos bastante, sendo convidado a passeios e aos pagodes programados pela “caixinha” que Guilherme e sua esposa organizam durante o ano todo. Saliento três momentos de minha interação¹⁷ com os “trabalhadores”: o 1º: a maníobra em um domingo num bar próximo, o 2º o carnaval em fevereiro de 2006 e o 3º um passeio à ilha de Outeiro. Em todos estes momentos Guilherme me dizia “quero que vejas como o pessoal da cerâmica se diverte”. Estas ocasiões para mim eram descontraídas e me divertia bastante. Sobretudo no carnaval, quando eu pensava que iriam me respeitar pelo fato de eu está ali como pesquisador e não como um deles, porém em uma expressão da esposa de Guilherme “me tiraram pra pagode” e bastou um de fora do espaço do ateliê me jogar maizena que todos me sujaram¹⁸.

Meu contato inicial com o “ateliê” foi interrompido por um curso preparado pelo SEBRAE/PA na “Casa do Artesão”. A parte teórica foi realizada no local citado anteriormente e a parte prática, ou seja, da produção das peças aconteceu na olaria de Guilherme. Visto que na “Casa do Artesão” não havia condições para a confecção das peças. O curso durou duas semanas e Guilherme teve que pedir autorização para que eu pudesse participar junto ao SEBRAE/PA. Houve a possibilidade de adquirir o certificado, mas preferi apenas acompanhar as atividades nos dois espaços.

Logo após o término do curso Guilherme recebeu uma grande encomenda de conjuntos de xícaras e neste momento ocorreu a minha inserção¹⁹ na produção do ateliê. No decurso de um mês pude acompanhar o processo produtivo das xícaras, conhecer os novos “trabalhadores”, estreitar novos laços e desenvolver algumas atividades na oficina. As

¹⁷ Como Malinowski (1976) ressaltou é de fundamental importância que o etnógrafo “deixe de lado máquina, lápis e caneta, e participe pessoalmente do que está acontecendo” (1976: 35). Sempre que possível participei das programações realizadas por todos.

¹⁸ “Quem sambou, com a cara toda branca, óculos sujos e a camisa toda esbranquiçada de maizena? Era eu, o antropólogo, que estava querendo saber demais e que tinha pedido para participar das comemorações do carnaval do pessoal da cerâmica em Icoaraci.” Brincadeiras a parte, esta frase entre aspas é uma adaptação minha dos muitos questionamentos do Prof. McKim Marriot, que se encontra na obra “O Processo Ritual Estrutura e Antiestrutura” de Victor W. Turner (1974). Minha experiência é o que Turner (1974) denomina de *ritos de inversão de status*, e assim “a liminaridade encontrada com frequência no ritual cíclico e ligado ao calendário (carnaval), em geral de tipo coletivo, no qual, em determinados pontos culturalmente definidos do ciclo das estações, grupos ou categorias de pessoas que habitualmente ocupam baixas posições na estrutura social, são positivamente obrigadas a exercer uma autoridade ritual sobre seus superiores, devendo estes, por sua vez, aceitar de boa vontade a degradação ritual (como por exemplo: que os outros possam pulverizá-lo/sujá-lo de maizena).” (1974: 202).

¹⁹ Com a minha inserção na produção pude perceber a importância da pesquisa etnográfica, tal qual recomendada por Malinowski (1976) no que se refere aos *atos imponderáveis da vida real*, pois foi através do contato com os trabalhadores que coletei observações detalhadas e minuciosas, que eram registradas em meu diário etnográfico.

atividades realizadas por mim eram as mais simples, até mesmo porque a maioria das peças não estava queimada, o que dificulta e muito o manuseio, podendo haver a quebra das peças. Como o “ateliê” tinha um horário e uma rotina, optei por me adequar a esta lógica, entrava as 08h00min e saía as 12h00min para o almoço. Retornava as 14h00min e encerrava as atividades as 18h00min.

Posteriormente, me afastei de Icoaraci, mas sempre que podia ligava. Em seguida, a partir de fevereiro de 2006 me reaproximei a fim de encerrar a pesquisa. Nesta fase, os “trabalhadores” que estreitei relações me perguntavam o que tinha feito durante o tempo em que estive afastado, me diziam que eu perdi a festa de confraternização de fim de ano. Novamente, acompanhei as atividades de mais uma grande encomenda, da produção de ovos de páscoa. Guilherme me pediu para que eu fizesse um registro fotográfico de todas as etapas desta produção e depois lhe dei um Cd-Rom com todas as fotografias. E mais uma vez desenvolvi atividades na oficina. Na época faltavam dois meses para a páscoa, contudo era uma encomenda que deveria ser entregue bem antes da data prevista. Dessa produção pude observar todas as etapas, inclusive os dois processos de embalagem e o carregamento das peças na Kombi de um amigo de Guilherme.

Nesta fase da pesquisa já me sentia bem mais a vontade com todos e apliquei um questionário²⁰ elaborado por mim, contendo perguntas pertinentes às atividades que cada trabalhador desempenhava, assim como o grau de instrução. Igualmente, para o meu convívio com a família de Guilherme, quando certa vez cheguei e Marly me disse “vou te contar algo, pois já és da família” e me relatou o ocorrido. Com os “trabalhadores”, não era diferente, pois, muitos já me pediam informações, conselhos sobre as mais variadas situações. E um me ofereceu por diversas vezes a sua casa para eu ficar quando de alguma festa acontecer e eu não pudesse voltar para Belém.

Encerrei a pesquisa em abril de 2006, quando do término da encomenda dos ovos de páscoa e realizei as últimas entrevistas gravadas com Guilherme. As perguntas eram em torno de sua história de vida através da cerâmica, os altos e baixos nos seus 30 anos trabalhando com as peças cerâmicas.

²⁰ Anexo B.

1.2 Espaços da produção: o ateliê, a casa e a loja

Como em todas as olarias de Icoaraci o “ateliê”, a casa²¹ e a loja se interpenetram. Na maioria das vezes é na “olaria” ou “oficina” que as peças são produzidas, “pintadas”²² e “acabadas”²³. A casa é o ambiente da família, entretanto serve também para atividades da olaria, como se fosse à extensão da mesma. Outro espaço é a loja que desempenha papel importante no processo de produção da cerâmica. É na loja que diversas peças são “pintadas”, “engobadas”²⁴ e “acabadas”. Em muitas lojas as peças são vendidas pelas mulheres. É possível ver nas entradas de diversas lojas inúmeras mulheres “pintando”, “encerando”²⁵, “brunindo”²⁶, “embalando”²⁷ e “vendendo”²⁸ as peças, digo isto, pois presenciei muitas vezes estes momentos.

Nos espaços da produção de Guilherme esta assertiva é a mesma. Sendo que as peças em sua grande maioria são acabadas no “ateliê”. Entretanto, pude perceber Marly na loja, não apenas vendendo como também finalizando o processo produtivo. Durante toda a pesquisa estes espaços foram se alterando, a loja²⁹ que no início abria quase todos os dias, teve que ser utilizada como depósito de peças e caixas. A casa foi acrescida com mais um cômodo em sua parte superior. O “ateliê” foi o espaço que mais se alterou; o muro foi aumentado e era de madeira sendo substituído por um de tijolos e sem espaços, fazendo com que este espaço ficasse um tanto quanto escuro. Fato este, que fez com que algumas telhas fossem trocadas

²¹ Para Roberto DaMatta (1997) a casa e a rua são duas “categorias sociológicas” fundamentais para a compreensão da sociedade brasileira. A importância está não apenas no espaço físico, mas na dimensão simbólica que representam. A casa e a rua são acima de tudo entidades morais, esferas da ação social e dos domínios culturais institucionalizados e que por isso são capazes de despertar emoções e reações (DaMatta: 1997). Nestes termos, a casa e o ateliê são espaços que se superpõem, um e outro se caracterizam pelas relações sociais, local de aprendizagem e das relações íntimas da família. O contato ou a relação com a rua ocorre pela loja, onde as peças são comercializadas. E que também se constitui enquanto espaço mais público da casa, sendo na loja aonde são recebidos os clientes, os amigos e os vizinhos.

²² A pintura pode ocorrer a qualquer momento no processo de feitura das peças, é feita com um pincel e tinta de diversas cores. No caso da produção de Guilherme as peças podem ser pintadas antes de ir ao forno. Esta etapa é executada pelo pintor ou pintora.

²³ O acabamento consiste em dar os retoques finais na peça, dependendo da peça pode ser pintada ou desenhada.

²⁴ O engobo é uma cobertura aplicada sobre as peças antes da queima, ou seja, é colocada uma fina camada de argila dissolvida em água, sobre toda ou parte da superfície da peça. Tal atividade é executada pelo engobador.

²⁵ O enceramento ocorre quando é utilizada cera sobre a peça para dar brilho. A peça pode ser encerada após a queima ou também quando do acabamento. Podendo ser realizado por homens ou mulheres.

²⁶ Brunir significa a retirada das asperezas da peça utilizando um pano umedecido com água. Quem executa esta atividade é o brunidor ou burnidor. Nesta etapa a peça pode ser também lixada ou escovada.

²⁷ A embalagem é a última etapa do processo produtivo da cerâmica. A peça pode ser embalada com jornal ou em sacos plásticos, dependendo do cliente. Ou até mesmo em caixas resistentes para viagem. Quem executa no geral esta atividade são as mulheres. No caso, das embalagens para viagem a atividade fica a cargo dos homens.

²⁸ A venda é responsabilidade das mulheres, no contato com os clientes. Entretanto, os homens também vendem.

²⁹ A última informação que obtive sobre este espaço foi que havia sido demolido, pois como sua estrutura é toda em madeira ficou comprometida pelas constantes chuvas. Informação em Setembro/2006.

por transparentes, para uma melhor iluminação. O “forno”³⁰ foi modificado duas vezes para atender a grande demanda de encomendas. E por fim, Guilherme comprou o quintal ao lado e começou a utilizá-lo como depósito de peças e local de acabamento.

O “ateliê”, a loja e a casa de Guilherme localizam-se na travessa Soledade, entre a quinta e a sexta rua, no bairro do Paracuri. A fachada de sua casa é composta por duas entradas, a primeira é um portão de madeira em um pequeno muro de tijolo e concreto, a segunda é de sua loja, a qual é toda em madeira, conforme fotografia³¹ abaixo:



Foto 01: Fachada da casa de Guilherme. Acervo Leandro Pinto Xavier.

Como em todas as casas dos artesãos de Icoaraci na frente de sua casa há uma pequena loja, onde vende suas peças. Digo pequena, pois sua loja mede 2,00 metros quadrados. Pelas paredes muitas estantes de madeira e nelas os objetos cerâmicos expostos à venda. No centro

³⁰ O forno é um equipamento bem rudimentar, sua estrutura é de argila e madeira. Este equipamento é utilizado para a queima das peças. Esta atividade é desenvolvida pelo forneiro, que no geral é um homem. Existe também forno elétrico, o qual é utilizado com energia e o forno a gás, que é utilizado com o auxílio de um botijão de gás. Durante a pesquisa, presenciei apenas Guilherme usando forno conhecido como caieira e a gás. No que se refere ao forno elétrico, somente o Liceu Raimundo Cardoso possui. Este equipamento deve ser bem construído, para evitar acidentes e prejuízos.

³¹ A fotografia está sendo utilizada não apenas para demonstrar os espaços da produção pesquisada, mas também como meio de apreender o processo produtivo da cerâmica. Através das imagens fotografadas foi possível uma descrição completa e precisa das atividades desenvolvidas. Nas etapas da produção tentei seguir o “Esquema de observação” de John Collier Jr. (1973) quando o mesmo aborda a utilização da fotografia como método de pesquisa, no livro “Antropologia Visual: A fotografia como método de pesquisa”. Digo, tentei, pois algumas etapas não foram cumpridas, como por exemplo, demonstrar todas as ferramentas sendo utilizadas pelos trabalhadores. Entretanto, o esquema não se compromete levando em consideração que o registro fotográfico foi realizado. A fotografia também serviu como interação entre os informantes, visto que muitos me pediam algumas, após a revelação. Utilizei três tipos de máquina: uma manual, uma manual profissional com dispositivo eletrônico e uma digital. As primeiras fotografias foram registradas desfocadas. Com o desenvolvimento da pesquisa e o manuseio constante aprendi a lidar com o equipamento de forma adequada. Das três máquinas utilizadas a que mais fez o registro de maneira a ser aproveitado foi a digital, até mesmo porque a sua utilização é bem mais fácil e se adequa a qualquer ambiente, incluindo os mais escuros.

da loja fixada ao teto há uma luminária³² em cerâmica para iluminar o ambiente. Espalhadas pelo chão muitas peças acabadas e ainda inacabadas.

Pelas duas entradas mencionadas acima, vê-se o pequeno jardim com algumas plantas e logo atrás da loja há uma árvore grande e nela uma luminária em cerâmica. Guilherme relatou-me que a mesma serve pra iluminar o jardim quando sua família ou visitas estão conversando no período noturno. Em uma observação mais cautelosa é possível perceber no chão, todo em concreto, pequenos Muiraquitãs³³ em cerâmica. E alguns vasos, também em cerâmica que são criações de Guilherme.

Após o jardim é possível ver duas grades de ferro, a do lado direito dá acesso a casa e seus cômodos, a do lado esquerdo dá acesso a um grande corredor e ao seu final a olaria. Neste corredor inúmeras peças prontas embaladas ou não, há também vários objetos cerâmicos a serem pintados e outros objetos em cerâmica que ficam expostas ao sol perdendo a água para depois irem ao forno, na parte de cima da parede inúmeras prateleiras com peças. Este corredor sempre esteve repleto de peças e de objetos. Era também o espaço onde os trabalhadores colocavam suas bicicletas. Quando a “maromba”³⁴ foi comprada ficou neste espaço por um bom tempo.

O “ateliê” é composto por dois barracões, os dois estão separados por um portão em madeira e quando do término do encerramento das atividades é trancado com uma corrente e um cadeado. Logo no início da pesquisa Guilherme mostrou-me um “croqui” de como ficará o “ateliê” depois que ele adquirir financiamento. Utiliza-se o primeiro para “levantar”³⁵ as peças, “pintar” e/ou “desenhar”³⁶. É neste espaço que estão nas paredes laterais estantes com inúmeros objetos sejam prontos ou ainda a serem acabados. A parede do lado direito é de tijolos e da esquerda em madeira, na verdade uma espécie de cerca também de madeira. Ao adentrar no “ateliê” observa-se um tanque, onde se lava roupas e em outros momentos serve

³² Esta luminária tem grafismos e desenhos das culturas pré-históricas da Amazônia.

³³ Para Walcyr Monteiro é o nome que os índios davam a pequenos objetos, geralmente representada por uma rã, trabalhados em pedra de cor verde, jadeíta ou nefrita, podendo existir em outros minerais e de outras cores. Conhecidos desde os tempos da descoberta, foi entre os séculos XVII e XIX que se tornaram mais procurados, sendo atribuídas qualidades de amuleto ou talismã e ainda virtudes terapêuticas. O muiraquitã atraía sorte para os seus possuidores e também curava quase todas as doenças. Hoje vários artesãos de Icoaraci os confeccionam e comercializam em formato de cordão.

³⁴ Equipamento utilizado no beneficiamento da argila, todo em aço. Guilherme a comprou para ajudar ainda mais no processo de tratamento da argila.

³⁵ O levantamento da peça ocorre no torno, pelo oleiro. É o ato de confeccionar a cerâmica no torno.

³⁶ O desenho é feito à mão, com o auxílio de uma ferramenta confeccionada pelos artesãos. Dependendo do tamanho da peça e do desenho, o desenhista pode usar um pequeno disco de madeira, sempre girando para dar forma ao desenho desejado. Ou pode colocar a peça em suas mãos, com muito cuidado para não quebrá-la. Guilherme por excelência é desenhista, seus familiares seguem esta mesma atividade. Pude constatar ele, seu filho Herico, seu sobrinho Gil e sua irmã Rosa. No geral, em Icoaraci os bons desenhistas são homens.

para lavar as peças que precisam ser envelhecidas. Também estão os “tornos-de-pé”, em números de dois. E ao centro têm-se duas grandes mesas em madeiras. As bolas de “argila”³⁷ ficam armazenadas neste espaço.

No segundo barracão há o “forno”³⁸ para a “queima”³⁹ das peças, pedaços de madeira para auxiliar a “queima”, uma mesa grande em madeira e uma estante para colocar peças que não foram “queimadas” devidamente ou que “queimaram” demais. Algumas peças voltarão para o “forno” e outras serão feitas “chamote”⁴⁰.

No período em que estive no “ateliê” de Guilherme tudo que se refere à “argila”, ou a cerâmica propriamente dita foi reaproveitado. Uma peça em “argila” que cai e quebra é novamente conduzida para ser “pilada” e assim produzir outros objetos. Outro exemplo é quando uma peça quebra ou se parte dentro do “forno”, a mesma será transformada em “chamote” ou se o dano não for muito grande seu formato mudará e assim terá uma outra forma. Sobre este último caso de reaproveitamento Guilherme me disse “é um defeito que vira efeito” e a peça estará pronta pra ser vendida.

O ateliê funciona de segunda a sábado. Sendo que de segunda a sexta o horário de funcionamento é de 08h00min as 12h00min e 14h00min às 18h00min. Aos sábados de 08h00min as 12h00min, é também neste dia que Guilherme paga os “trabalhadores”. Pode ocorrer trabalho aos domingos e após estes horários. Isto acontece quando a encomenda é muito grande, ultrapassando o limite de produção diária. Entretanto, as segundas-feiras como na maioria das “olarias” do bairro, não há serviços. E as sextas-feiras Guilherme encerra seu expediente mais cedo, pois, é o dia de seu lazer semanal “bater uma bola” junto com seus amigos e outros artesãos.

A loja de Guilherme não tem dia e hora para abrir. Ao conversar com sua esposa Marly relatou-me que as vendas são escassas e que no período de dez dias apurou em torno de R\$70,00. Este valor se comparado às demais lojas é muito baixo, sobretudo pelo tempo que o estabelecimento permaneceu aberto (dez dias). Enquanto que outras lojas apuram diariamente um valor bem mais elevado, podendo chegar a duas ou três vezes maior do que este valor.

³⁷ As bolas de argila ou de barro têm formato retangular, medindo 20 a 30 cm de comprimento e 10 a 15 de largura, o peso varia entre cinco e sete kg. São formadas no beneficiamento da argila.

³⁸ Quando iniciei a pesquisa em janeiro/2005, existia um forno pequeno, apenas para peças menores. Com o aumento das encomendas o mesmo foi aumentado para atender parte da demanda para peças também menores. As peças maiores são e estão sendo queimadas em uma olaria defronte a sua casa.

³⁹ Processo no qual a argila é transformada em cerâmica. Requer habilidade e conhecimento do forneiro, que é o responsável pela queima.

⁴⁰ O chamote é o resultado da cerâmica pilada transformada em pó. Serve para dar consistência na argila ou para pintar algumas peças antes de serem queimadas.

Muitas vezes, abrem a loja para adquirirem um valor a ser complementado nas despesas domésticas⁴¹.

Todos esses espaços da atual produção de Guilherme estão em constantes mudanças, sempre se adequando às atividades desenvolvidas no processo produtivo da cerâmica. Certo dia, ao conversarmos sobre seus futuros projetos de reformas desses espaços, relatou-me que tudo será mudado para que ele possa produzir mais, contratar novos “trabalhadores” e fazer uma nova loja, bem maior para expor e vender suas criações.

1.3 A produção da cerâmica

A cerâmica produzida por Guilherme Santana é singular, possuindo uma grande variedade de formatos e desenhos. Sua produção compõe-se em uma atividade cuidadosa e de extrema precisão acompanhada sob sua supervisão e de sua esposa. Todas as etapas da produção têm uma seqüência detalhada que vai passando por diversos trabalhadores até ficar pronta.

Com o intuito de registrar o detalhamento do processo produtivo⁴² da cerâmica pesquisada, eu selecionei um objeto cerâmico que mostrasse e evidenciasse as etapas da produção e também que destacasse todos os trabalhadores. Assim como, cada atividade desenvolvida e sua respectiva definição. Minha intenção era verificar como as etapas ocorriam e, de que maneira elas se diferenciavam. Além disso, tencionava observar quais eram as etapas mais elaboradas deste processo.

Observando as atividades da produção, foi possível constatar seis etapas básicas: 1) aquisição da matéria-prima, 2) beneficiamento e tratamento da argila, 3) manufatura do objeto cerâmico e secagem, 4) queima, 5) acabamento final e 6) embalagem. Em cada uma destas etapas, sucedem outras mais específicas. Sobretudo no acabamento final em que percebi a

⁴¹ Nos momentos em que não havia encomenda a quantidade de funcionários reduzia consideravelmente, de dez ou mais trabalhadores baixava para três ou quatro. Nestas ocasiões Guilherme realizava encomendas para clientes antigos e para pequenas lojas que conhecem seu trabalho, o que complementava ainda mais a renda. Como o valor das grandes encomendas era elevado, ficava tranquilo e podia se manter por um ou dois meses.

⁴² O detalhamento na descrição do processo produtivo tem respaldo no “Manual de Etnografia” de Marcel Mauss (1967) e no “Guia Prático de Antropologia” da Comissão do Real Instituto de Antropologia da Grã-Bretanha e da Irlanda (1971). Ambos os livros preconizam a descrição das etapas da feitura dos artefatos ou objetos em conformidade com a totalidade da organização social, mostrando todos os envolvidos, no caso em questão os trabalhadores responsáveis pela produção ceramista. Bem como, demonstrar passo a passo a modelagem, a queima, a fabricação, dentre outros.

“pintura” e “nicagem”⁴³. Em minhas observações, pude verificar que muitas etapas eram desempenhadas por diversos trabalhadores ao mesmo tempo, ou seja, um mesmo indivíduo executava a etapa 3, 4, 5 e até mesmo a 6.

Antes do detalhamento de cada etapa do processo produtivo, ressalto dois tipos de olaria, que constam no trabalho de Souza (2002): a *olaria familiar* e a *olaria microempresa*.
A *olaria familiar*:

“... caracteriza-se pela maneira informal da organização do saber-fazer artesanal. Nela as pessoas executam mais de uma atividade e a base da produção é o trabalho familiar. Os artesãos destas olarias conhecem e sabem fazer todas as etapas de produção da cerâmica.” (2002: 28)

E a *olaria microempresa*:

“Esta olaria surgiu no final da década de 70 que coincidiu com o auge da cerâmica, momento de produção de muitas réplicas que imitavam o estilo de peças catalogadas no Museu Paraense Emilio Goeldi. Neste contexto, surgiram as primeiras divisões na produção, de tal maneira que uma mesma peça que antes era produzida apenas por um artesão ou artesã, passa a ser produzida por vários, cada um executando apenas uma atividade. Por exemplo: um modela a peça, outro a engoba, outro pinta, outro desenha e assim em diante...” (2002: 32)

Ambos os conceitos estão diretamente ligados não apenas as etapas da produção, mas também na forma de organização do trabalho no “ateliê” de meu informante. Ora seu espaço físico e simbólico está na categoria família, ora está na categoria microempresa. Algumas vezes a organização do trabalho se próxima de uma categoria, outras vezes se distancia e muito. Em determinadas ocasiões me parece que é *olaria tipo familiar* e ao mesmo tempo *olaria microempresa*. Porém, me parece que não é uma *olaria familiar*, onde todos participam, mas galga para uma *olaria microempresa*. De certa maneira, posso afirmar que seu “ateliê” está em uma etapa de transição entre a tradicionalidade no fabrico da cerâmica e a modernização da produção.

A descrição a seguir é de um par de xícaras e pires (Foto 02) que estão expostos no site www.grupoeco.org.br. Acredito ser significativo demonstrar o processo produtivo, pois, a maioria da produção cerâmica de Guilherme é sob encomenda para “empresas corporativas” que vendem suas peças como brindes em encontros e congressos nacionais ou internacionais.

⁴³ Ato de retirar o excesso de argila do desenho.

Este tipo de encomenda é feito pra outros artesãos de Icoaraci. Entretanto, Guilherme dedica seu “ateliê” e produção a este tipo de encomenda. Neste sentido, a confecção dessas peças demanda um cuidado e atenção redobrada. Há também o comprometimento de meu informante com a qualidade e a entrega em tempo hábil. O mesmo utiliza todos os ensinamentos que obteve em contato com inúmeras instituições e em suas visitas a outros estados brasileiros. Igualmente, sua produção ceramista é voltada para grandes empresas e ao invés de seus objetos ficarem expostos em estantes de lojas e vitrines de magazines, estão em um site de uma empresa que os comercializa.



Foto 02: Conjunto de xícaras. Capturada em 20/09/2005.

1.3.1 Aquisição da matéria-prima

Guilherme adquire sua “argila” em municípios próximos, como por exemplo: São Miguel do Guamá, Muaná e Outeiro⁴⁴. Ao ser questionado sobre este fato me disse que é por estar sempre querendo usar novas “massas”⁴⁵ advindas de outros lugares que não do próprio Distrito. Mas o que tudo indica no município em questão deve ser os “barreirenses”⁴⁶ que fazem a “extração”, o “beneficiamento” e a “distribuição do barro”⁴⁷. No decorrer da pesquisa em momento algum Guilherme utilizou argila de outras localidades. Para meu informante o tratamento da “argila” deve ser sustentável, em suas palavras “tratando tanto que ao ponto de ter argila pra trabalhar e sobrar pra vender e com essa venda pra eu poder pagar os funcionários.”

⁴⁴ Quando de nossa ida a ilha de Mosqueiro, em um domingo de lazer, Guilherme e eu coletamos pedaços de argila endurecida, para serem transformados em engobe de várias cores.

⁴⁵ Outro termo referente à argila.

⁴⁶ Os barreirenses são os responsáveis pela extração, o beneficiamento e a distribuição da argila.

⁴⁷ Para um detalhamento desses três processos consultar o subitem 1.2 Os barreirenses e a produção de cerâmica. In: Mãos da arte e o saber-fazer dos artesãos de Icoaraci: um estudo antropológico sobre sociabilidade, identidades e identificações locais. Marzane Pinto de Souza. Niterói: UFF, 2002.



Foto 03: Bolas de argila. Acervo Leandro Pinto Xavier.

1.3.2 Beneficiamento e tratamento da argila

Quando as bolas de “argila” chegam ao “ateliê” de Guilherme passam por um novo processo de “beneficiamento”. Assim o “boleiro”⁴⁸ passa um arame em sentido horizontal e vai cortando a “argila” em finos pedaços e colocando dentro de uma bandeja em madeira. Em seguida, esses finos pedaços ficarão expostos ao sol por alguns dias até estiverem secos. Depois serão “pilados” em um “pilão” de ferro e “peneirados”. Se existirem pedras ou raízes serão “piladas” ou a “peneira” as retém. Este processo representa uma nova limpeza na “argila”. As fotografias a seguir demonstram esta fase, na primeira a “argila” está sendo “pilada” e na segunda é “peneirada”. No detalhe os pedaços de “argila” expostos ao sol:



Foto 04: Pilando a argila. Acervo Leandro Pinto Xavier.



Foto 05: Peneirando a argila. Acervo Leandro Pinto Xavier.

⁴⁸ O boleiro é o responsável pela limpeza das bolas de argila. Auxilia o oleiro quando da preparação das peças. Pode ser chamado também de amassador.

O resultado deste processo é um pó que é colocado em vasilhas plásticas de 5 lt. Posteriormente, este pó é levado para uma caixa d'água de amianto, da marca Brasilit e misturado aos poucos com água e “chamote”, em movimentos circulares para que se torne uma “massa homogênea e pastosa”. Esta “massa” fica em repouso por uma semana. Veja fotografia abaixo, observem que em cima da pia, há uma bacia com roupas, assim os dois espaços – a casa e o “ateliê” se confundem:



Foto 06: Argila repousando. Acervo Leandro Pinto Xavier.

Depois de uma semana, quando a “argila” está bem molhada, o “boleiro” estira-a na parede para secar, ou seja, para que saia um pouco de água. Depois, são feitas as “bolas” e são “ensacadas” para que em contato com o ar não sequem. E assim a “argila” está pronta para ser utilizada:



Foto 07: Argila secando. Acervo Leandro Pinto Xavier.

Este primeiro processo é realizado em toda a “argila” que chega. No entanto, não é feito quando a encomenda é muito grande e Guilherme compra “argila” de Icoaraci. Pelo processo ser demorado e ocupar “mão-de-obra”, não é realizado. No período da pesquisa

observei uma única vez este processo sendo realizado. O “tratamento da argila” é importante, levando em consideração que se as “bolas” conterem raízes e pedras, as peças podem quebrar dentro do “forno” ou até mesmo saem com defeitos. Muitos artesãos usam o gesso para não mostrarem os buracos na cerâmica. Implica também na reposição das peças quebradas, o que demanda a produção de novas peças. Por estes motivos que Guilherme trata a “argila”, para não haver perdas na produção.

1.3.3 Manufatura do objeto cerâmico e secagem

A produção dos objetos começa com o “boleiro”. Este “trabalhador” prepara a argila, isto é, amassa-a com as mãos para torná-la homogênea, e assim eliminar as bolhas de ar, as quais muitas vezes podem provocar a quebra ou rachaduras nas peças quando estão no “forno” “queimando”. Em seguida faz pequenas “bolas de argila” para que o “oleiro” faça a xícara ou pires. As fotografias abaixo demonstram este momento



Foto 08: Retirando raízes e pedras. Acervo do autor.



Foto 09: Fazendo bolas da argila. Acervo Leandro Pinto Xavier.

Depois as “bolas” vão para a “bancada”⁴⁹ do oleiro”⁵⁰ no “torno-de-pé”. No caso específico de Guilherme, seu “torno” para a confecção dessas peças é movido à eletricidade. Este equipado foi criado por ele e Ledes⁵¹, os quais improvisaram um motor de máquina de lavar roupas ao “torno-de-pé”. Tal equipamento foi construído com o intuito de agilizar o

⁴⁹ Outro termo relacionado ao torno-de-pé, é a parte superior onde as pequenas bolas são colocadas.

⁵⁰ O oleiro é também conhecido como levantador de peças, é aquele que levanta as peças no torno. Em muitas olarias o oleiro desempenha a atividade de boleiro. No Distrito de Icoaraci são os homens que desempenham esta atividade. Porém, na obra “Oleira Ciumenta” (1985) Lévi-Strauss ao analisar os mitos referentes à origem do barro, em diferentes povos do continente americano percebeu que a olaria é uma arte de incumbência feminina.

⁵¹ Ledes é o principal oleiro que trabalha com Guilherme. Principal, pois durante a pesquisa meu informante contratou mais dois, e conforme as encomendas iam acabando, Ledes foi o único que resta. E é o primeiro que Guilherme convoca para trabalhar quando há encomendas.

serviço do “oleiro”. Se um “oleiro”, em um dia produz no “torno-de-pé” cem peças, o “torno-improvisado” irá produzir cento e cinquenta ou mais. Neste sentido, a quantidade de dias trabalhados por este “trabalhador” será reduzida. Guilherme paga o “oleiro” por peça ou por semana. Sendo assim, o valor a ser pago também diminuirá. Isto implica no processo de mecanização, onde a tradição e o lugar do artesão são reduzidos, e enquanto especialista (trabalhador especializado) ele perde espaço.

O “oleiro” contratado por Guilherme, apenas “levanta” as peças, por exemplo: confecciona as xícaras, pires e faz as alças para as xícaras. Seu horário de trabalho é de segunda a sábado, mas pode acabar antes do fim de semana em decorrência do “torno-improvisado”. Dependendo das encomendas seu horário pode adentrar pela noite, muitos “oleiros” trabalham em várias olarias. Em um ano de pesquisa foram contratados três “oleiros”, manteve contato apenas com dois. Em alguns momentos, sobretudo quando há uma grande encomenda um “oleiro” produzia as peças no “ateliê” de Guilherme e o outro na “olaria” de “Dona Lina”⁵². Tendo em vista que o espaço físico do “ateliê” não comportava e nem comporta dois “oleiros”.

Na fotografia abaixo se vê o momento em que as “bolas” são colocadas na “bancada” e o “oleiro” dá forma à pequena xícara:



Foto 10: Produzindo as xícaras. Acervo Leandro Pinto Xavier.

O “oleiro” ao ligar o disjuntor os eixos do “torno-de-pé” começam a girar, e com o pé esquerdo controla a velocidade da máquina em um pedal de madeira. Se desejar velocidade alta não pisa no pedal, mas ao pressioná-lo a velocidade diminui e vai dando forma ao objeto

⁵² Olaria e Loja de Dona Lina localizam-se defronte a casa de Guilherme. É neste espaço que são queimadas as peças maiores. Pude observar no período da produção dos avos de páscoa que muitas atividades foram desempenhas neste espaço. Tendo em vista que o espaço do ateliê de Guilherme não comporta uma encomenda muito grande. Quando as peças estão prontas para serem queimadas são transportadas em um carrinho de mão.

desejado. Assim, centraliza a “bola” no eixo superior e vai pisando lentamente no pedal obtendo com a ajuda de uma espátula o formato da xícara ou pires. Se a “bola” estiver dura, molha com água e vai ganhando a forma da peça.

1.3.3.1 Secagem

Na secagem os objetos ficam em repouso por 24 horas, geralmente à sombra para secar, perdendo um pouco da água e no dia seguinte será dado o seguimento ao processo produtivo. Esta etapa depende muito do tamanho da peça, se o objeto for grande pode ficar exposto direto ao sol. Vários foram os locais usados para que os artefatos secassem: prateleiras, mesas e quase na altura do teto em estantes improvisadas. Nunca espalhadas ou próximas do chão, devido à umidade da região, e ficam sempre em cima de pedaços de madeira. Esta fase também ocorre até as peças irem ao “forno”. No início de 2006, época chuvosa do ano observei que Guilherme estava “secando” as peças em uma “estufa improvisada” com diversas lâmpadas. O armário utilizado para este tipo de “secagem” é o mesmo onde são guardadas algumas peças prontas, amostras, revistas e mostruários. Explicou-me que era em decorrência das chuvas e que tinha urgência em entregar a encomenda, as fotografias abaixo são o registro desta etapa:



Foto 11: Estufa improvisada para a secagem das peças. Foto 12: Peças secando ao ar livre. Acervo Leandro Pinto Xavier.

Após esta “secagem” inicial a peça será aranhada⁵³. Este efeito é realizado quando a peça volta pro “torno-de-pé” e é colocada sobre o eixo superior, e com o pé direito no eixo inferior, o “oleiro” ou outro “trabalhador” movimentando o mesmo e passa no objeto a serra de ferro. Observei vários “trabalhadores” fazendo este serviço, segue fotografia deste processo:



Foto 13: Arranhando as xícaras. Acervo Leandro Pinto Xavier.

Depois deste processo, a peça passa por mais um período de “secagem” e é a vez do “agregador”⁵⁴ executar sua tarefa. No caso da produção de Guilherme, este “trabalhador” foi contratado para “ajuntar” as alças nas xícaras. Entretanto, para que as alças sejam colocadas na xícara é necessário que o “oleiro” as faça. Elas são produzidas a partir de “bolas de argila”, as quais são colocadas no centro do eixo superior do “torno-improvisado” e ganha o formato de um vaso tubular com altura de 20 cm. Com um “esteque”⁵⁵ é retirada da borda do vaso uma pequena “tira” e posteriormente são cortadas as alças.

Estando as alças prontas o “agregador” prega a alça na xícara, molhando suas mãos com água. Durante o período em que estive no ateliê, dois “trabalhadores” (um homem e uma mulher) fizeram este serviço, os quais foram contratados por semana para fazê-lo. Novamente a peça é “aranhada” próxima ao lugar onde as alças foram acopladas. São vários os “trabalhadores” que “aranham” neste momento da produção. Mais uma vez a peça passará pela “secagem”, e assim perder água novamente.

⁵³ Este termo é usado quando o trabalhador passa uma serra de ferro na parte exterior do objeto, dando textura de linhas, umas sobre as outras.

⁵⁴ É o responsável por agregar ou juntar acessórios para completar uma peça, como por exemplo: alças, patas, orelhas, dentre outros.

⁵⁵ Objeto cortante criado pelos artesãos, a partir de uma caneta Bic, na ponta é colocado um prego.

Após, realiza-se o ato de “abrir janelas”⁵⁶, o qual consiste em fazer aberturas na parte externa da xícara. Faz-se um círculo, com um compasso ou com uma tampa plástica. Em seguida raspa-se este círculo com um outro tipo de “esteque”, o qual em sua ponta há um ferro em formato retangular.

Depois disso, é passado “chamote” dentro do círculo com um pincel. Esta atividade é realizada por muitos “trabalhadores”. E também foi a atividade que Guilherme decidiu que eu executasse. Esta ocupação não requer especialização por parte de quem a executa, requer apenas cuidado no momento de aplicar o produto, para que não ultrapasse do círculo.

1.3.4 Queima

O próximo passo é levar as xícaras para o “forno”. Antes de fazer o fogo as peças são “enfornadas”, ou seja, são colocadas cuidadosamente no “forno” e “arrumadas” com muito cuidado para que não quebrem, quando o fogo entrar em contato com as mesmas. Geralmente quem executa esta atividade é Guilherme, entretanto em algumas ocasiões observei outros “trabalhadores” a executando. As fotografias a seguir mostram Guilherme arrumando as peças e depois todas arrumadas.



Foto 14: Colocando as xícaras no forno. Acervo do autor.



Foto 15: Xícaras dentro do forno. Acervo Leandro Pinto Xavier.

Estando as peças no “forno” é colocado sobre elas, grandes pedaços de cerâmica para conter o fogo. Ocasião em que entra em ação um “trabalhador” para fazer o fogo, conforme fotografia abaixo. Faz-se o fogo com lenha, álcool e jornal. Quando o fogo estiver pronto é

⁵⁶ Termo usado para realizar aberturas na parte exterior das peças, no local aonde foi arranhado.

acrescido pouco a pouco mais lenha para aumentá-lo e assim transformar o objeto de “argila” em cerâmica.

Quando a encomenda foi reduzida Guilherme “queima” as peças no “forno” de seu “ateliê”. Mas quando a encomenda é maior do que a capacidade de seu “forno” ele utiliza o “forno” da olaria de “Dona Lina”. No caso específico das xícaras e pires, parte da produção foi realizada em seu “ateliê” e parte na “olaria” de “Dona Lina”. No final da pesquisa quando da produção dos ovos de páscoa ocorreu à mesma situação, sendo que Guilherme “queimava” em seu “forno” apenas as tampas e as partes maiores foram todas “queimadas” no “forno” da “olaria” acima citada.

Na fotografia abaixo o momento da feitura do fogo:



Foto 16: Preparando a queima. Acervo Leandro Pinto Xavier.

A “queima” é um processo que requer muita atenção, pois se o “forno” for aquecido de forma acelerada, as peças “estouram” (quebram). O tempo de “queima” varia de 8 a 12 horas, dependendo da quantidade de peças a serem “queimadas”. O “forneiro” como é chamado deve permanecer durante este tempo acompanhando a “queima”. As peças de Guilherme “queimam” em média por seis ou sete horas, devido o tamanho ser pequeno e também pelo “tratamento da argila”.

No decorrer da pesquisa presenciei vários “trabalhadores” realizando esta tarefa, não apenas fazendo o fogo como também passando horas próximas ao “forno” colocando lenha. Em outras “olarias” de Icoaraci esta etapa é desempenhada apenas pelo “forneiro” e por mais ninguém. No “ateliê” de Guilherme isto não ocorre, quando indagado sobre este fato, me respondeu que ensina para os trabalhadores todas as etapas do processo produtivo. Aqui seu espaço de produção se aproxima da *olaria familiar*. Para Souza (2002) nestas “olarias” os artesãos conhecem e sabem fazer todas as etapas da produção da cerâmica.

Guilherme durante o período que permaneci em seu “ateliê”, sempre fazia experiências, e no que se refere a “queima” das peças não foi diferente. Registrei mais um momento de seus experimentos, quando improvisou um “forno” a gás, fotografia abaixo:



Foto 17: Queima improvisada a gás. Acervo Leandro Pinto Xavier.

1.3.5 Acabamento final

O passo seguinte é o “acabamento final”, nesta etapa os objetos são finalizados e prontos pra “embalagem”. Esta fase ocorre depois da “queima” e há um intervalo mínimo de oito horas, devendo as peças estarem esfriando no “forno” com o fogo já completamente apagado.

“Desenformadas” as peças começa o processo de “pintura”, fazendo-se um desenho no círculo da peça, no local onde foi “arranhado”. É utilizada apenas uma parte de um desenho “Marajoara”⁵⁷. Esta atividade é desenvolvida pelas mulheres, geralmente sua esposa Marly e sua filha Maynara (quando não está estudando). Houve um período em que a encomenda foi muito grande e outra mulher foi contratada. Alguns “trabalhadores” também fazem este serviço, quando estão com pouco trabalho ou acabam suas atividades.

O desenho é feito artesanalmente, Guilherme improvisou com câmaras de bicicletas vários moldes do desenho desejado. O molde é posto sobre o círculo e tinta vermelha é passada sobre o mesmo, com o auxílio de um pincel. Deste desenho para o próximo passo a peça fica “secando” algumas horas. Este desenho também pode ser feito à mão livre, geralmente que faz é Guilherme ou seu filho. Entretanto, como tinham que entregar o mais

⁵⁷ Esta cerâmica tem como berço a Ilha do Marajó. É considerada como a cerâmica de maior desenvolvimento, onde encontramos as mais belas decoradas. É policrômica, destacando-se sempre as cores preta e vermelha sobre a branca. Existe uma variedade de peças, como por exemplo: zoomorfos, antropomorfos e antropozoomorfos, para sepultamentos secundários; içaçabas, para guardar alimentos e água; tangas; peças ritualísticas e estatuetas.

rápido possível não os fizeram. Quando a encomenda é muito grande Guilherme “chama” uma irmã sua e um sobrinho (desenhando geralmente no período noturno, pois durante o dia trabalha em outro local, também com cerâmica), os quais são eximis “desenhistas”⁵⁸.

No que se refere aos desenhos das inúmeras culturas amazônicas (Marajoara, Tapajônica⁵⁹ e Maracá⁶⁰) a produção em questão os utiliza em menor escala, o que depende muito do cliente. No período da confecção dos ovos de Páscoa, os grafismos e desenhos eram criações do cliente e de Guilherme. Há um concordo em que o “designer”⁶¹ faz o desenho de toda a peça, Guilherme verifica se pode ser produzida e analisa a complexidade da e na produção, informando ao cliente. Se houver a necessidade de mudanças, a peça é redesenhada e assim começa a produção. Novamente as atividades no “ateliê” sugerem uma transição entre a tradição e a modernização das etapas da produção. Posto que, utiliza na produção as gravuras e grafismos já existentes e os desenhos dos clientes.

Em seguida, o desenho é sombreado com tinta nanquim preta. Presenciei esta atividade sendo realizada no período noturno, após as 19h00min, quem executava era um sobrinho de Guilherme. Executava a noite, pois, durante o dia trabalhava em outra “olaria”. As mulheres também executam este serviço.

Posteriormente, para que a peça tenha um aspecto de “envelhecida” o “lixador”⁶² utiliza uma fina lixa. A qual é passada no objeto com muito cuidado, para que o mesmo não seja quebrado ou o desenho não saia demais. Este serviço, no geral, é executado pelos

⁵⁸ No que se refere a uma especialização por parte da família de Guilherme, percebi que predominam os desenhistas, contabilizei quatro.

⁵⁹ Cultura Tapajônica ou Santarém: este nome faz referência a uma sociedade indígena denominada de tapajó, os tapajós habitavam a foz do rio tapajós até meados do século XVII. Para Vera Guapindaia (1999) a cerâmica praticada por este povo é uma das mais belas e famosas da região amazônica. Esta cerâmica apresenta-se com uma variedade de formas, os artefatos mais conhecidos são os vasos de Cariátides, os vasos de gargalo, os vasos de gargalo antropomorfos (com forma humana) e zoomorfos (com forma animal) e as estatuetas podendo se com formas humanas e animais, mas há a predominância das formas humanas. As peças adquiridas pelas expedições arqueológicas expressam uma tecnologia muito desenvolvida, tanto nos aspectos estilísticos quanto em sua técnica de confecção. Muitos exemplares podem ser encontrados em museus nacionais e internacionais.

⁶⁰ Esta cerâmica foi encontrada no rio Maracá, o qual é um pequeno afluente da margem esquerda do rio Amazonas, situado na região sudoeste do estado do Amapá. Nas imediações do rio Maracá foram achadas urnas funerárias antropomorfas e antropozoomorfos (com forma humana e animal). Segundo Guapindaia (1999) em 1896 foi realizado o maior levantamento da área, e foram localizados três sítios arqueológicos em grutas, as quais continham urnas funerárias e foram denominadas de “necrotérios de indígenas”. Em uma das urnas havia uma pulseira de contas de vidro brancas e azuis, este material encontrado evidencia que a sociedade indígena Maracá teve contato com os colonizadores europeus, por volta do século XVI. Em relação às urnas cerâmicas citadas acima, serviram para enterramento secundário, as quais são três tipos: as antropomorfas, antropozoomorfos e as tubulares. Algumas peças apresentam pinturas e decorações.

⁶¹ “É o profissional que elabora o design de um produto”. O design é “a melhoria dos aspectos funcionais, ergonômicos e visuais dos produtos, de modo a atender às necessidades do consumidor, melhorando o conforto, a segurança e a satisfação dos usuários”. Definição retirada do livro “A importância do design para a sua empresa” (1998)

⁶² O lixador é o trabalhador que passa a lixa nas peças para retirar as asperezas ou envelhecer a cerâmica.

homens, mas as mulheres também o fazem. No último passo de produção da xícara, Guilherme passa uma espécie de óleo, chamado de “jutaicica”⁶³, que serve como impermeabilizador, pois as xícaras muitas vezes são utilizadas por aqueles que as compram.

O processo de produção dos pires é quase o mesmo. Sendo que, as “bolas” são menores e o pires primeiramente é feito em formato circular e depois é feito como em forma de triângulo. Antes de se tornar triangular volta pro “torno” e é “aranhado”. Depois disto, com o auxílio de um “esteque” é feita uma abertura em uma das extremidades do triângulo. Nesta parte, passa-se o “chamote” e vai pro “forno”. Ao sair do “forno”, é “desenhado” e em seguida é sombreado pelo nanquim, depois envelhecido. Estando pronto pra ser embalado.

A encomenda das xícaras e pires por diversas vezes foi cancelada, ou até mesmo sua quantidade alterada. Como os pires foram produzidos na “Olaria de Dona Lina” e Guilherme tinha se comprometido em pagá-los sobrou bastante destas peças, as mesmas foram guardadas pra uma nova encomenda do cliente.

1.3.6 Embalagem

A “embalagem” é importante à medida que o cliente exija, todas as peças saem embaladas. Umas bem mais reforçadas, outras nem tanto. Irá depender do objeto e do cliente. Especificamente, a encomenda das xícaras e dos pires foi forrada com jornal, colocadas em uma caixa e enviada de avião para São Paulo. As despesas de transporte são pagas pela empresa que realizou a encomenda.

Embora, as xícaras e os pires não tenham passado por uma etapa de “embalagem” como outros objetos cerâmicos passaram, ou seja, uma “embalagem” reforçada com sacos plásticos e jornal. Penso ser relevante descrever o “empacotamento” dos ovos de páscoa, levando em consideração a complexidade desta fase e a conseqüente importância.

Estando o ovo de páscoa pronto é necessário fixar sua tampa ao corpo do mesmo com um pequeno pedaço de durex. Em seguida, é aberto um saco plástico transparente e dá-se um nó na parte superior do saco. Após esta fase várias folhas de jornais são estendidas e colocadas umas sobre as outras, a peça é ensacada e colocada sobre uma folha e cuidadosamente é “embrulhada”. Depois são arrumadas umas sobre as outras em caixas de

⁶³ Este produto chega à olaria como um tipo de pedra. É pilado, peneirado e acrescido álcool. Através das pesquisas arqueológicas descobriu-se que era utilizado nas peças.

papelão. O saco plástico Guilherme compra em lojas especializadas, as caixas são adquiridas através de supermercados e os jornais velhos são comprados.

Esta etapa em sua maioria é realizada por mulheres. Entretanto, homens também a fazem. Pude observar no dia da entrega da encomenda dos ovos todos os funcionários realizando esta atividade. Inclusive eu a realizei para que a encomenda fosse entregue a tempo.

A seguir fotografias desta etapa:



Foto 18: Ensacando os ovos cerâmicos. Acervo do autor. Foto 19: Encerrando o ensacamento. Acervo Leandro Pinto Xavier.



Foto 20: Abrindo o jornal. Acervo Leandro Pinto Xavier. Foto 21: Embalando no jornal. Acervo Leandro Pinto Xavier.



Foto 22: Encaixotando as peças. Acervo do autor. Foto 23: Peças encaixotadas. Acervo Leandro Pinto Xavier.

A encomenda dos ovos foi solicitada por um cliente de Belém, houve uma remessa devolvida, pois, o tamanho não se adequava ao combinado entre Guilherme e a empresa. Ao serem devolvidos Guilherme relatou-me que iria guardá-los ou transformá-los em “chamote”.

Especialmente, a encomenda da páscoa também pode acompanhar todo o processo produtivo e se encerrou em minhas observações no momento do transporte. No instante mesmo em que a Kombi de um amigo de Guilherme chegou e as caixas foram colocadas dentro do transporte. Guilherme me explicou que a empresa não paga o transporte, ele quem paga. Como o veículo é de um amigo, apenas paga o combustível. A fotografia abaixo destaca este instante:



Foto 24: Transportando as caixas com os objetos cerâmicos. Acervo Leandro Pinto Xavier.

1.4 Os trabalhadores

Diferente de muitas olarias de Icoaraci, os “trabalhadores” da produção de Guilherme em sua grande maioria são jovens que varia entre os 14 e os 25 anos de idade. Na época da aplicação do questionário o “ateliê” estava com “dez trabalhadores”, sendo três mulheres e sete homens. Dos dez “trabalhadores” entrevistados oito têm ensino fundamental, e estão afastados da escola, dadas às circunstâncias de que dependem deles mesmos pra sobreviverem, e os outros dois, já terminaram o ensino médio.

De certa maneira, a sua produção se iguala⁶⁴ a de muitas olarias, pois a base é familiar, tendo 08 indivíduos um parentesco direto, ou seja, esposa, filhos, irmã e sobrinhos. Dos quatro filhos que tem, um não tem ocupação voltada para a produção cerâmica, os outros três realizam as mais diversas atividades no “ateliê”. A única mulher Maynara está no ensino fundamental e ajuda apenas quando não está estudando. Layo o terceiro filho sempre o vi no “ateliê”, executando tarefas relacionadas à produção. Herico um dos mais velhos, que é

⁶⁴ Ao mesmo tempo em que se iguala na categoria olaria familiar, se diferencia também, aproximando-se da olaria microempresa. Para Souza (2002) na olaria microempresa há “uma sistematização de objetos e equipamentos que estão dispostos de maneira setorizada, isto é, setor de pintura, de acabamento, de produção, embalagem.” (2002: 33) Assim, definitivamente seu ateliê está em uma transição entre a categoria olaria familiar e olaria microempresa.

gêmeo, é o que de fato está envolvido em quase todas as fases da confecção da cerâmica. Este último só não domina o “torno”. Certa vez me disse que já tentou aprender, mas requer muita prática e habilidade.

Marly a esposa de Guilherme, ocupa um lugar de importância em todo o processo de produção da cerâmica, é responsável pelo “Controle de qualidade” das peças. Verifica se as peças estão bem produzidas, se a tonalidade está certa, se estão bem “pintadas”. É ela também que vende as peças quando a loja está aberta. Outrossim, a percebi preparando uma tinta que deveria ter uma cor específica e realizando outras tarefas quando Guilherme está sem encomendas, tarefas essas que no geral são desempenhadas pelos homens. Marly exerce uma dupla jornada entre a casa, a loja e o “ateliê, visto que é ela quem executa os afazeres domésticos. E para ter uma renda a mais, ela é “Consultora da Natura”⁶⁵, o que é independente de suas atividades na produção ceramista.

Marly não é a única que tem uma atividade fora da produção ceramista, ao entrevistar os demais “trabalhadores” pude verificar que 80% tinha uma segunda atividade. E que a desempenhava quando não havia produção, ou a exercia concomitantemente. Os ofícios foram os mais variados: “cesteiro”, “servente”, “vendedor ambulante”, “pedreiro”, “manicure” e “pedicure” e “consultora da Natura”.

Um outro ponto da pesquisa foi referente ao tempo de aprendizado na cerâmica e quanto tempo está executando atividades no “ateliê”. O primeiro questionamento e que para mim é relevante, posto que revela os anos de aprendizado no ofício realizado. Mostrou-me que 20% dos indivíduos têm entre quatro e três meses trabalhando com cerâmica. O restante 80% tem acima de dois e abaixo de vinte e cinco anos com a produção ceramista. Esta estatística demonstra que a maioria dos “trabalhadores” já tem o domínio da técnica da atividade desenvolvida. Quando realizei minha primeira pesquisa⁶⁶ no ano de 2000, na “olaria” e loja de “Mestre Rosemiro”⁶⁷ este dado era bem diferente. Tendo em vista que a faixa etária dos “trabalhadores” era entre 25 e 32 anos. O tempo de aprendizado era acima de quinze anos, o que significa dizer que estes “trabalhadores” iniciaram o processo de aprendizado bem cedo, provavelmente na infância ou adolescência.

⁶⁵ Grande empresa multinacional na linha de cosméticos.

⁶⁶ XAVIER, Leandro Pinto. “Fazendo Arte: a relação entre o valor simbólico e o valor utilitário da cerâmica no Distrito de Icoaraci/PA” Belém: 2000. 73f. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado na Universidade da Amazônia (UNAMA).

⁶⁷ “Mestre Rosemiro” é Rosemiro Pinheiro Pereira, nasceu em 16/12/1936, na cidade de Vigia, estado do Pará. Foi meu principal informante no ano de 2000.

O segundo questionamento foi a fim de descobrir quanto tempo os indivíduos estavam na produção específica de Guilherme, o que representa um comprometimento maior com a feitura das peças, dada a qualidade exigida pelos clientes. Pude constatar que 40% dos “trabalhadores” tinham entre quatro e cinco meses, e 60% variavam entre um ano e meio e quatro anos. Na “olaria” de “Mestre Rosemiro” todos os “trabalhadores” estavam e exerciam suas atividades há mais de dez anos. Portanto, tinham um bom domínio da atividade.

Com estes dois questionamentos, elucidado que há diferenças consideráveis entre a “olaria” de “Mestre Rosemiro” e o “ateliê” de Guilherme. Penso ser importante mostrar estas nuances entre o tempo de aprendizado nos dois espaços de produção. Contudo, considero que a olaria do primeiro é “tradicional” e que o mesmo é tido como “Mestre”⁶⁸, enquanto Guilherme não é reconhecido como um. Quiçá, por este fato, meu informante tente se diferenciar e distinguir sua produção.

Outro dado, que para mim, se mostrou necessário, foi averiguar com quem o “trabalhador” tinha aprendido seu ofício. Uma vez que percebi que o “ateliê” de Guilherme era considerado como uma escola para alguns. Os dados mostraram que 60% aprenderam lá mesmo, 20% aprendeu olhando em outro local e os 20% restante aprendeu com alguém de sua própria família.

E por fim, questioneei acerca de sua denominação ou de como nomeava a atividade desempenhada no “ateliê”. Neste sentido as respostas foram as mais variadas possíveis e reproduzo agora: “caliçador”⁶⁹, “oleiro”, “boleiro”, “lixador”, “forneiro”, “pintor”, “engobador”, “nicador”⁷⁰, “encerador”⁷¹, “embalador”, “embaladora” e “controle de qualidade”. Obtive duas respostas do mesmo “trabalhador” que disse fazer “serviços gerais” ou “faz tudo”, ou seja, exerce a maioria das atividades. Ou pelo menos aquelas que podem ser executadas por vários “trabalhadores” em momentos distintos da produção, que são: “caliçador”, “embalador”, “pintor”, “lixador”, “engobador”, dentre outras. Embora, apenas um “trabalhador” tenha dado esta resposta, percebi que a grande maioria executava funções

⁶⁸ No presente estudo não problematizo a categoria Mestre. Mesmo porque meu informante não é um, ou não é reconhecido como tal. Em Icoaraci esta categoria está ligada ao fato do indivíduo ser oleiro, ou seja, trabalhar no torno, levantar peças, porém nem todos os atuais oleiros são “Mestres”. No contexto da cerâmica do Distrito, pude perceber três mestres: “Mestre Cabeleira”, “Mestre Cardoso” e “Mestre Rosemiro”.

⁶⁹ O caliçador dá polimento nas peças antes de irem ao forno. Este polimento é um tipo de acabamento brilhante. No ateliê esta atividade é realizada com o auxílio de um pequeno cano de PVC, de forma bem rudimentar. Lalada Dalglish (1996) afirma que serve também para impermeabilizar as peças e era feito com sementes de inajá, uma planta da região.

⁷⁰ Trabalhador responsável pela retirada dos excessos de argila, depois da peça desenhada.

⁷¹ Trabalhador responsável por passar cera em determinadas peças, dando um polimento brilhante.

diversas ao longo da feitura dos objetos. Situação esta que ocorreu durante todo o período da pesquisa.

II

OS PRODUTORES DA CULTURA: O MPEG, SEBRAE/PA E OS ARTESÃOS

2.1 Porque a produção ceramista de Guilherme está sendo problematizada

A produção cerâmica de Guilherme foi escolhida por ser um caso exemplar de ações de vários atores sociais. Ao ter contato com suas peças cerâmicas, muitos fatos me intrigavam. Ora, meu principal informante havia adquirido diversos conhecimentos até montar seu ateliê e sua forma de confecção da cerâmica. E mais, a maneira como sua produção se diferenciava das demais da localidade.

Entretanto, era necessário descobrir quais os caminhos trilhados por ele até aquele momento. Realizando a pesquisa, pude constatar que todos os dados convergiam para uma tríade, em que eu visualizava três atores sociais MPEG, o SEBRAE/PA e os artesãos de Icoaraci, em especial meu informante chave - Guilherme. Desta maneira, tendo este panorama, a cerâmica do distrito, para mim, já não era a mesma, tanto do início do século XX, quanto do ano de 2000 quando a escolhi para ser meu objeto de estudo. Naquela época apesar de ter abordado a importância do MPEG, o SEBRAE/PA não aparecia nos meus questionamentos.

Tendo esta tríade e com ela uma nova forma de se fazer cerâmica, pude perceber que havia uma mistura, uma mescla de todos esses atores na constituição da produção cerâmica do Distrito como um todo. Então era necessário selecionar um exemplo e dividi-lo, para posteriormente examinar suas partes uma a uma.

Néstor García Canclini (2003) com o conceito de *Culturas híbridas* ilustra bem o atual contexto da produção ceramista de Icoaraci. Um bom exemplo para o entendimento da proposta do autor é o *spanglish*, o qual nasceu nas comunidades latinas dos Estados Unidos e propagadas pela *internet* por vários países. A expressão é uma mistura de dois idiomas, por um lado o espanhol e por outro o inglês. Ao mesmo tempo os dois idiomas têm suas origens no latim, no árabe e nas línguas pré-colombianas. Assim o *spanglish* não é uma palavra “pura” ou homogênea, ela é antes de tudo uma combinação, um resultado da hibridação.

Não obstante, o estudo das culturas híbridas vai além das combinações e misturas de línguas e idiomas. Canclini (2003) dá pistas à compreensão de como as representações simbólicas são construídas dando uma sustentação a conceitos tais como: nacionalidade,

identidade nacional ou cultura brasileira. O autor ao examinar o processo de ritualização da cultura mexicana no Museu Nacional de Antropologia, verifica como os objetos são escolhidos e como o Museu busca representar uma unificação cultural, através do discurso do “patrimônio cultural”. Assim Canclini (1997) Apud Leite (2003):

“Se considerarmos os usos do patrimônio a partir dos estudos sobre reprodução cultural e desigualdade social, vemos que os bens reunidos na história por cada sociedade não pertencem realmente a todos, mesmo que formalmente pareçam ser de todos e estejam disponíveis para que todos os unem.” (Canclini, 1997: 194 Apud Leite 2003)

Nesta perspectiva, o que percebo nos eventos que findaram em novos objetos é esta seleção do “patrimônio cultural”, práticas e saberes tradicionais e de instituições para caracterizar ou representar o artesanato de Icoaraci, sob uma nova roupagem, ou seja, esta combinação legítima o “verdadeiro” artesanato da cultura paraense.

Uma vez que havia uma mistura ou no dizer de Canclini (2003) uma *hibridação* das práticas desses atores sociais se fez relevante estudar os processos de hibridação. Para o autor a hibridação “são processos socioculturais nos quais estruturas e práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (2003: 19). Sendo assim, as informações obtidas apontavam que àquela produção era fruto das práticas dos atores sociais envolvidos, os quais em um momento anterior estavam dissociados e se juntaram para formar novas experiências.

Dado o conceito de hibridação, então o que vem a ser os processos de hibridação e como opera em sua dinâmica no universo ceramista de Icoaraci? Canclini (2003) afirma que “o objeto de estudo não é a hibridez, mas sim os processos de hibridação” Ou seja, a hibridez não é o foco da análise e continua:

“A análise empírica desses processos, articulados com estratégias de *reconversão*, demonstra que a hibridação interessa tanto aos setores hegemônicos como aos populares que querem apropriar-se dos benefícios da modernidade.” (2003: 22) [Grifo meu]

A reconversão abordada por Canclini (2003) é aquela que faz com que os migrantes camponeses adaptem seus saberes para trabalharem e consumirem em cidades ou até mesmo quando vinculam seus artesanatos para usos modernos para interessarem compradores urbanos. No âmbito da pesquisa foi perceber com meu principal informante reconverteu seus

saberes e práticas e assim poder comercializar sua produção ceramista. A minha intenção é a de mostrar como Guilherme utilizou sua capacidade criativa através dos ensinamentos aprendidos nos cursos que participou, cursos esses que foram ministrados pelo MPEG e SEBRAE/PA. Na realidade o que está evidente é que a partir de novos saberes e práticas, é instituída uma nova produção e com ela novos conceitos.

É importante lembrar que os setores hegemônicos influenciam e muitas vezes determinam os saberes e práticas culturais. No que se refere ao MPEG, os artefatos lá armazenados influenciaram e influenciam cada vez a cerâmica de Icoaraci, desde os idos da década de 1960, e o SEBRAE/PA cada vez mais determina a produção sob a égide do mercado consumidor, novas tecnologias, dentre outros. E o artesão neste processo se insere, mesmo quando sua capacidade não comporta uma confecção em grande escala e os seus meios de produção são escassos.

A partir de agora, penso ser necessário quebrar uma peça cerâmica e juntar os cacos para desvendar as suas partes. É unindo os pedaços que evidencio de onde ela veio, quem amassou a argila e quem a produziu. Em primeiro lugar abro as portas do MPEG, em seguida caminho pelo SEBRAE/PA e por fim, me encontro com Guilherme que é mais um produtor da cultura. E pronto a cerâmica está acabada.

2.2 O Museu Paraense Emílio Goeldi

Um movimento atual ou que parece ser dos últimos 10 ou 20 anos é a busca de objetos de estudos nos museus, centros tecnológicos ou reservas técnicas. Os estudos de Maria do Socorro Reis Lima (2003) e Rita de Cássia Domingues-Lopes (2003), por exemplo, têm este propósito. As autoras iniciaram suas análises pelas coleções etnográficas dos Timbira (Lima, 2003) e dos Xikrin do Cateté (Domingues-Lopes, 2003) que estão armazenadas no MPEG e a Reserva Técnica do Laboratório de Antropologia Arthur Napoleão Figueiredo (LAANF) na Universidade Federal do Pará (UFPA), para depois estarem nas aldeias com seus informantes. Não apenas os museus estão se constituindo enquanto objeto de estudos como também as coleções etnográficas.

No caso específico da dissertação que ora desenvolvo o foco é similar, sendo que os objetos produzidos em Icoaraci são cópias, réplicas, reproduções, criações ou recriações das peças que estão no MPEG, e mais que fazem parte de coleções arqueológicas. Estudar a

produção ceramista de Icoaraci é se remeter aos museus e centro tecnológicos e, sobretudo abordar o papel que os mesmos ocupam na atualidade.

A interação entre o MPEG e os artesãos da localidade vem de longa data, desde a década de 1960. A partir de então pode-se perceber peças cerâmicas produzidas com os desenhos e grafismos das culturas Marajoara, Tapajônica e Maracá. Em um primeiro momento esta relação se deu através do livro “*Na Planície Amazônica*”⁷², quando “Mestre Cabeludo” ao folhear o mesmo decidiu reproduzir as peças ali existentes, que peças seriam essas? Achados arqueológicos das culturas Maracá e Marajoara da região amazônica. A partir desta ocasião à cerâmica da localidade que estava comprometida com a produção de objetos utilitários passa a reproduzir os objetos arqueológicos encontrados pelo MPEG e registrados na obra de Raymundo Morais. E com isso, nas peças lisas foram inseridos os desenhos e grafismos provenientes das culturas pré-históricas da Amazônia.

Num segundo momento a relação ocorreu quando “Mestre Cardoso”⁷³ nos idos da mesma década de 1960, foi até a instituição, Daniel F. Lopes (1996) revela que:

“sua ida ao Museu tinha exatamente o objetivo de tentar obter o apoio necessário para realizar a sua idéia, uma vez que o Museu Goeldi era, na época, a única instituição na Amazônia que desenvolvia pesquisa arqueológica e que possui o maior acervo arqueológico da região. Levava consigo uma amostra do seu trabalho: a réplica de uma peça de cerâmica marajoara”⁷⁴

Segundo o mesmo Lopes (1996) em suas constantes visitas ao MPEG “Mestre Cardoso” adquiriu apoio, não só de Mário F. Simões e Eduardo Galvão, mas também dos responsáveis pela área de arqueologia, passando a ter acesso às coleções arqueológicas. Neste período, “Mestre Cardoso” obteve esclarecimentos científicos acerca dos artefatos e dedicou-se a leitura de livros de arqueologia para ampliar seus conhecimentos sobre a temática. Pouco tempo depois a instituição liberaria a reprodução de 50 peças do acervo arqueológico para que o artesão as confeccionassem.

A reprodução em massa deste acervo deve-se a “Mestre Cardoso”. A qualidade de suas peças e o reconhecimento pelo seu trabalho, no dizer de Marisa Mokarzel (2000) “O reconhecimento de uma produção de qualidade por parte da equipe técnica do Museu Goeldi,

⁷² Julguei ser necessário colocar como anexo a capa deste livro. Levando em consideração que as grandes mudanças na cerâmica da localidade ocorreram quando dois artesãos tiveram contato com livros que abordam a região e os artefatos arqueológicos (Anexo C).

⁷³ “Mestre Cardoso” é Raimundo da Silva Cardoso, natural da cidade de Vigia - Pa. É reconhecido como o grande divulgador das peças arqueológicas.

⁷⁴ Palavras do Técnico Senior do Museu Emílio Goeldi, Daniel F. Lopes na obra Mestre Cardoso “*A Arte da Cerâmica Amazônica*” de Lalada Dalglish.

vem através do certificado de autenticidade que atesta o valor das peças” (2000). Após “Mestre Cardoso”, uma escola foi criada e muitos artesãos começaram a reproduzir os artefatos cerâmicos do MPEG. O que era um privilégio de poucos, ou seja, apenas “Mestre Cardoso” todos começaram a produzir. Desta maneira, Icoaraci ficou mundialmente conhecida como o local de produção e comercialização da cerâmica arqueológica da Amazônia.

Sendo assim, como compreender o papel do MPEG e, sobretudo as atribuições dos museus na atualidade? Quando se percebe os museus cada vez mais interagindo com outras instituições e seguimentos da sociedade envolvente. Abordo esta assertiva, pois, o que se verificou na pesquisa, é que havia um novo contato entre o MPEG e os artesãos que foi mediado pelo SEBRAE/PA. Dito isto, levo em consideração a presença do MPEG nos eventos organizados pelo SEBRAE/PA, tanto no curso “Culturas Pré-históricas da Amazônia” como no “Pará Design’98”⁷⁵ e, a partir de então a cerâmica do Distrito de Icoaraci adquiriu novos formatos com os conhecimentos advindos do “design”, e dos desenhos, grafismos e gravuras adquiridas não somente das culturas marajoara, tapajônica e maracá, mas também da “Arte Rupestre”⁷⁶.

Mas como se deu a “parceria” entre as duas instituições e os artesãos. Entre o SEBRAE/PA e o MPEG foi possível “com a criação e implementação do Programa de Artesanato do Pará, o SEBRAE/PA busca através da cooperação institucional, promover o desenvolvimento do Estado a partir do estímulo, apoio e promoção da produção artesanal. Este programa, de caráter mobilizador, busca atingir seus objetivos por meio de projetos e atividades desenvolvidas por instituições parceiras.” (1999: 7). Neste sentido, o Museu como instituição parceira seria de fundamental importância. Uma vez que lá se encontram os estudiosos das culturas do passado da região amazônica, ou seja, o Museu é um renomado centro de pesquisa. No que se refere aos artesãos foram contratados pelo SEBRAE/PA para participarem do curso, nas palavras de Guilherme “nós (artesãos) fomos contratados pelo SEBRAE/PA e o Museu fez uma parceria com o SEBRAE/PA”.

No curso “Culturas Pré-históricas da Amazônia” que se realizou nas instalações do MPEG, no período de 05 a 30/10/98, com uma carga horária total de 152 horas/aulas. Os participantes foram os seguintes artesãos de Icoaraci: Guilherme da Silva Santana, Inês de Lima Cardoso, José Levy de Lima Cardoso, Sinéia Pereira Hosana, Osvaldo Luiz Gaia, e

⁷⁵ Em Anexo D o folder deste evento.

⁷⁶ No dizer de Edithe Pereira “Arte rupestre é a denominação genérica dada aos desenhos elaborados na superfície das rochas através das técnicas de pintura ou gravação”

Raimundo Ademar Zaranza Dias. O curso foi dividido em duas partes: o conteúdo teórico (05 a 09/10/98) e o conteúdo prático (13 a 30/10/98).

A parte teórica foi ministrada por três especialistas em Arqueologia do MPEG, a saber: a Dra. Edithe Silva Pereira, que abordou os temas “Sítio Arqueológico e o Trabalho do Arqueólogo” e “Pinturas e Gravuras Rupestres”; a Dra. Vera Lúcia Calandrini Guapindaia analisou “A Cultura Santarém” e “A Cultura Maracá: Arqueologia do Amapá” e, por fim, a Dra. Denise Pahl Schaan abordou “A Linguagem Simbólica da Arte Pré-histórica” e “A Cultura Marajoara: Arqueologia da Ilha do Marajó”.

Ao ter acesso as “apostilas”⁷⁷ utilizadas nesta parte do curso verifiquei os conteúdos acima descritos e também outros pontos, como: Faces da cerâmica indígena, várias ilustrações de objetos arqueológicos, inúmeros artigos arqueológicos em francês, espanhol, inglês e português, e por fim algumas páginas da “Coletânea da Legislação de Proteção ao Patrimônio Cultural”⁷⁸.

Reunindo estas informações pude perceber que o aspecto teórico do curso estava além do que eu imaginava. Isto é, apenas um repasse de dados sobre as culturas já existentes. E o caráter inovador do curso foi as noções não apenas da “Arte rupestre” como também de “patrimônio cultural”. O que demonstra novos conhecimentos acerca do passado histórico da região e idéias de conservação deste como patrimônio seja cultura ou material.

Sobre o quê de novo o curso tinha trazido, no que se refere às culturas da região Guilherme me disse que:

“Apenas a arte rupestre, e na verdade foi um embasamento do que a gente já sabia que antes de ir pra lá eu já pesquisava através da escola. Eu trabalhava na escola, e eu já pesquisava muito a questão da cerâmica marajoara, mas ai foi um embasamento legal feito com técnicos de lá, com pessoas que tem um conhecimento melhor e ai foi muito legal, a parte teórica foi muito interessante.”⁷⁹

Guilherme confirma a assertiva sobre a “Arte Rupestre” e do quanto o curso foi proveitoso para adquirir mais conhecimentos da cerâmica arqueológica, em especial com especialistas nos conteúdos. Entretanto, como as arqueólogas receberam os artesãos e de que maneira ministraram o curso? Neste momento, procurei dialogar com uma das pesquisadoras

⁷⁷ Guilherme Santana meu principal se refere ao material didático como apostilas.

⁷⁸ Esta coletânea faz parte das “Atas do simpósio sobre política nacional do meio ambiente e patrimônio cultural”, Repercussões dos Dez Anos da Resolução CONAMA n°. 001/86 sobre a Pesquisa e a Gestão dos Recursos Culturais no Brasil. Evento realizado em Goiânia, 09 a 12/12/1996.

⁷⁹ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

envolvidas para saber os principais questionamentos dos participantes, segue relato da arqueóloga Denise Pahl Schaan:

“Daí o que eu procurei fazer foi o seguinte: falar sobre o quê que a gente sabia da arqueologia da Ilha do Marajó, né, o que era na verdade que a gente tinha de conhecimento científico. Por que existe uma preocupação de entender essas coisas pra poder passar pras outras pessoas. Quando eles fazem à cerâmica, e eles vendem, geralmente eles (compradores) querem saber”⁸⁰

Por outro lado, os artesãos envolvidos já tinham informações acerca do conhecimento científico sobre as culturas. Até mesmo na fala acima de Guilherme ele fala sobre o seu interesse e pesquisa da cultura marajoara. No entanto, Denise revela um pouco mais da curiosidade dos artesãos:

“(…) eles tinham informações também pra passar adiante e a própria curiosidade deles. Por que eles liam, né, pessoas que tinham interesse, que faziam leituras e tal, mas eram muitas coisas embaralhadas na cabeça deles. Por que eles liam qualquer tipo de coisa, tanto artigos científicos quanto artigos muito antigos que já estavam devasados e às vezes matérias em jornais e revistas que saem deturpadas. Então, tudo isso é difícil pra pessoa fazer um filtro, né, e chegar naquilo que é ou não o antes”⁸¹

E mais:

“Então passar pra eles (...) as coisas que eu tinha descoberto as hipóteses que eu tinha levantado. Até que ponto podia se interpretar algumas coisas ou não, que tipo de significado a gente podia tirar do objeto, dos desenhos. A função mesmo de alguns objetos, de algumas vasilhas, eu me lembro que a gente discutiu coisas em relação à decoração, técnicas decorativas, que eu passei pra eles o que eu sabia sobre os artefatos arqueológicos e aí eles se interessaram por comparar com as técnicas que eles usavam coisas que eles não sabiam. Por exemplo, que, às vezes, algumas cerâmicas tinham dois engobos, e eles não sabiam. Coisa assim de análise mesmo arqueológica que eles só de ver a peça de longe, eles vêm a peça no catálogo não sabiam.”⁸²

E finaliza expondo a sua experiência com os artesãos:

“A gente conversou sobre técnicas mesmo de fabricação também, eu acho que todos eles têm mais ou menos na memória isso de que foi uma experiência boa, e eu acho que foi pros dois lados, né, um aprendizado pra eles e pra gente também.”⁸³

⁸⁰ Entrevista gravada em dezesseis de novembro de 2005.

⁸¹ Entrevista gravada em dezesseis de novembro de 2005.

⁸² Entrevista gravada em dezesseis de novembro de 2005.

⁸³ Entrevista gravada em dezesseis de novembro de 2005.

Com o relato de Schaan percebo a preocupação em repassar o conhecimento científico sobre os artefatos arqueológicos e as culturas existentes. Dados estes tão importantes para os artesãos quando se trata em comercializar suas peças, pois os compradores, no geral, questionam acerca da história do objeto cerâmico.

Quiçá, o papel do MPEG em todo esse processo seja o de legitimar ou “simular que há uma origem, uma substância fundadora”⁸⁴, no que se refere aos artefatos. E indica que é no MPEG onde o “tempo passado” está e que ainda deve ser comemorado como um “passado legítimo”. Para Canclini (2001) seria uma estratégia em que há “a ritualização histórica e antropológica” colocando em cena o patrimônio cultural através dos museus. Podendo prevalecer à valorização do conhecimento científico sobre as práticas e saberes dos artesãos da localidade.

De certa maneira, estas informações me remetem ao que o mesmo autor afirma sobre os museus “é a sede cerimonial do patrimônio, o lugar em que é guardado e celebrado, onde se reproduz o regime semiótico, com que os grupos hegemônicos o organizam”. Ou seja, como moeda de negociação entre ambas as partes era necessário um retorno ao MPEG, levando em consideração que é lá onde se encontram os artefatos, o conhecimento científico, a “tradição” dos objetos arqueológicos das culturas da região.

E os artesãos de que forma perceberam o conteúdo do curso? Guilherme ao ser questionado sobre o curso disse que “elas (arqueólogas) se prenderam mais na parte da Iconografia, a história em si, a representação da iconografia, mais ou menos nessa direção que elas foram”.

A parte prática deu-se com a reprodução de 50 peças do acervo arqueológico do MPEG, pelos artesãos. As peças reproduzidas fizeram parte da exposição “Arte da terra, tempo da cerâmica”, realizada na Fundação Cultural do Pará Tancredo Neves (CENTUR) e aberta ao público. Em visita ao SEBRAE/PA pude ver algumas dessas peças espalhadas em locais de destaque, como por exemplo: corredores e entradas de várias salas.

Pouco tempo depois houve a publicação do livro “*Arte da Terra Resgate da Cultura Material e Iconográfica do Pará*”⁸⁵, o qual continha os conteúdos ministrados no curso, com exceção do material sobre patrimônio cultural. O livro é bastante ilustrativo e expõe as

⁸⁴ Conf. Néstor García Canclini (2001: 162).

⁸⁵ Guilherme e os artesãos que participaram dos eventos receberam exemplares deste livro. Contudo, quando pedi pra vê-lo, Guilherme contou-me que tinha emprestado e não foi devolvido. Posteriormente, vi a necessidade da compra, não apenas para a construção do presente capítulo, mas também como fonte de conhecimento das culturas da região, sobretudo a Arte Rupestre, que foi o tema mais abordado nos eventos.

culturas amazônicas. Pahl Schaan conta um pouco mais a respeito da preparação do livro e seus propósitos:

“O que eles pediram pro livro foram ilustrações, que era o quê a gente tinha na época. Inclusive o meu capítulo eu dei desenhos que eu tinha e dei fotos que eu tinha. Não sei se chegou a fazer algumas fotos especial. Talvez tenham pego fotos que a gente tinha aqui já no Museu. Inclusive o meu capítulo no livro ele fala sobre a história, né, da cultura marajoara (...) praticamente não tem legendas nas figuras, quer dizer as figuras usadas mais como ilustrações, que eu acho que era uma preocupação de ter também várias figuras publicadas porque depois podiam ser usadas pro artesanato como inspiração pra copiarem coisas”⁸⁶

A fala da arqueóloga remete ao livro com ênfase para os desenhos e grafismos das culturas já existentes. O mesmo fato ocorreu com as gravuras dos vestígios rupestres. Pois, na obra existem inúmeras fotos e ilustrações da “Arte Rupestre”, com destaque para muitos desenhos que puderam ser aplicados sobre a cerâmica de Icoaraci. Daí, a característica marcante dos novos objetos produzidos pelos artesãos, quando percebo que os desenhos aplicados são apenas “representativos”, no sentido de não serem mais toda a gravura ou figura.

Desta forma, como compreender a utilização de pequenos desenhos na cerâmica da localidade? A introdução do referido livro feita por Danilo Olivo Carlotto Remor, na época Presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE/PA dá algumas pistas, assim:

“É precisamente dentre um conjunto de projetos fundamentais que se buscou revelar, através de uma pesquisa conduzida pelo Museu Paraense Emílio Goeldi, os principais elementos das culturas Marajoara, Maracá e Tapajônica, originárias dos atuais contornos geo-políticos do Estado do Pará. Conhecer os elementos referenciais mais importantes destas três culturas é a base para o desenvolvimento e construção de uma produção artesanal ou industrial com capacidade de competir em qualquer mercado, tendo como diferencial o nosso maior patrimônio: a singularidade e riqueza de nossa cultura.”⁸⁷ (1999: 7)

A busca desses elementos das culturas pesquisadas vai além da mera exposição do que vem a ser tais culturas e no dizer de Danilo O. C. Remor:

“Conhecer os elementos referenciais mais importantes destas três culturas é a base para o desenvolvimento e construção de uma produção artesanal ou industrial com capacidade de competir em qualquer mercado, tendo como diferencial o nosso maior patrimônio: a singularidade e riqueza de nossa cultura.”⁸⁸ (1999: 7)

⁸⁶ Entrevista gravada em dezesseis de novembro de 2005.

⁸⁷ Trecho retirado do livro “Arte da Terra Resgate da Cultura Material e Iconográfica do Pará”.

⁸⁸ Trecho retirado do livro “Arte da Terra Resgate da Cultura Material e Iconográfica do Pará”.

Desta forma, percebo que o curso em torno das culturas, teria outras finalidades, quais sejam: o reforço para as peças ditas tradicionais ou para a “tradição inventada”⁸⁹ em um momento que a cerâmica demonstra estar se distanciando dos desenhos e grafismos originais. E também apresentou aos artesãos a “Arte Rupestre” que foi utilizada em uma ocasião específica.

O reforço da “tradição inventada” se dá quando essas várias culturas estão condensadas em uma única peça cerâmica. Um exemplo elucidativo é o artigo de Yoshiaki Furuya (2003) “*Negotiating Tradition and Modernity in Amazonian Pottery*” ao abordar a cerâmica “Tapajoara”, que significa uma mistura de Tapajônica e Marajoara e o quanto a mesma tem sofrido críticas. Sobre esta cerâmica Guilherme me disse:

“O cara começa a misturar culturas diferentes e tal. Não demora e o negócio fica... É como fizeram que misturaram marajoara e tapajônica e maracá. Pega uma peça maracá, mete uma marajoara, pega uma peça tapajônica no meio. O pessoal faz uma salada e isso pra desfazer tá dando um certo trabalho.”⁹⁰

Sendo assim, há uma preocupação dos artesãos em não misturar as culturas. Entretanto, em algumas lojas da localidade pude perceber ainda várias dessas peças, quando questionados a respeito de tal mistura alguns vendedores disseram “é que sai muito, não posso deixar de vender”. Por outro lado, os próprios artesãos em vários momentos disseram-se “não vou dizer que não misturo, misturo sim, mas não gosto muito”. Como entender estas afirmativas, o mercado consumidor muitas vezes influencia e muito na produção dos artesãos.

Furuya (2003) aborda não apenas o curso, mas também as ações do Programa de Artesanato do Pará como “mudanças significativas que podem influenciar o futuro da cerâmica amazônica” e de fato transformações ocorreram na produção, a partir de tais eventos, para o autor:

“Among those changes is a government-sponsored project of ‘modernizing’ ceramic industry in order to create a new source of income and employment for the region. At the same time, it intends to make effective use of folk culture to promote a distinct regional. The project called Programa de Artesanato do Pará (Program of Crafts of Pará) started in 1998 as a joint venture of the public and private sectors and is coordinated by SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará). The program includes a wide range of new strategies: marketing, research, technical and financial assistance to potters, workshops for potters, sales promotion, and so forth. Archaeologists from the Museum are also involved in the Program,

⁸⁹ Utilizo a expressão “tradição inventada” baseada na concepção de Eric Hobsbawm e Terence Ranger (1984).

⁹⁰ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

giving lectures about the archaeological ceramics. They expect the potters, in turn, to transmit this information to a wide public.” (2003: 8)

Neste sentido, o autor associa todos os acontecimentos até aqui descritos, como uma relação entre o passado pré-histórico amazônico e a modernidade amazônica, a qual está sendo negociada continuamente. Portanto, o papel do SEBRAE/PA foi de fundamental importância, uma vez que ao perceber essa mistura de culturas promoveu o curso para que os artesãos entendessem melhor as diferenças entre cada cultura. Por outro lado, há outros interesses nos eventos, que devem ser levados em consideração, a produção ceramista local e o mercado de trabalho. Os investimentos realizados estão atrelados a uma produção de melhor qualidade e para um mercado de trabalho específico. Sobretudo, este último ligado a um plano de desenvolvimento para a “melhoria de vida” de todos os artesãos envolvidos.

Entretanto, como atentar para os acontecimentos que mobilizam tanto instituições, quanto indivíduos? No caso em questão SEBRAE/PA, Museu e os artesãos. Ora, se parcerias foram realizadas, é preciso inseri-las em seu contexto. Destacando de que maneira as ações ocorreram, começo pela relação do MPEG com os artesãos da localidade.

Cabe antes pensar em um conceito de museu e seu envolvimento com a Antropologia. Pois, a cada novo contexto histórico os objetos eram “guardados” conforme sua função, área cultural, dentre outros. Conforme José Reginaldo Santos Gonçalves (1999):

“Na antropologia evolucionista, os objetos aparecem como ilustrações de “estágios” de um processo evolucionário universal; na antropologia difusionista, como ilustrações de processos de origem e difusão de “traços” a caracterizar determinadas “áreas culturais”” (1999: 21)

Outrossim, pois o desenvolvimento da disciplina está de certa maneira ligado aos museus e ao ato de colecionar objetos. Neste sentido Berta Ribeiro e Lucia H. van Velthem (1992) afirmam:

“O ato de recolher objetos e materiais diversos pode ser compreendido como uma necessidade de classificação do mundo exterior, visando nele inserir-se mediante sua compreensão e domínio. Uma coleção retrata, por isso, a história de uma parte do mundo e, concomitantemente, a história e a realidade do colecionador e da sociedade que a formou.” (1992: 103)

Mas o papel desempenhado pelo Museu Paraense Emílio Goeldi se remete a um momento específico e com características próprias, o qual alude ao Museu como guardião das

culturas pré-históricas e dos artefatos arqueológicos lá armazenados. Ao entrevistar Denise Pahl Schaan e indaga-la sobre o papel do Museu nos acontecimentos, me disse que:

“O Museu tem no geral, dois papéis, um é de pesquisa, o outro é de difusão do conhecimento (...) Então, alguns museus investem mais ou menos nesses dois aspectos. Também o aspecto de preservação (...) preservação, pesquisa e difusão (...) O Museu tem vários departamentos, eu especificamente, trabalho no departamento, que é um departamento de pesquisa. Então, eu não sou obrigatoriamente ligada à questão de difusão, claro que o meu conhecimento, o conhecimento que eu produzo, eu publico ele em termo de artigos, capítulos, livros, dou entrevistas, uma série de coisas que vão levar a uma difusão. Mas eu não estou voltada no meu trabalho pra difusão mais é pra pesquisa. Então, por exemplo, o departamento de Museologia, de Comunicação Social são voltados pra difusão e fazem a ponte. Nesses eventos de difusão, o que eu acho que é mais o caso que aconteceu nesse curso a gente é chamada pra participar.”⁹¹

Sendo assim, a arqueóloga aponta três papéis cumpridos pelo MPEG em âmbito geral, mas que podem ser estendidos para o curso “Culturas Pré-históricas da Amazônia”.

O primeiro o de preservação, por parte do Museu para com os artefatos arqueológicos e também de resguardar junto com os artesãos de Icoaraci o patrimônio cultural expressos nos objetos cerâmicos da localidade, os quais fazem referência às culturas pré-históricas amazônicas.

O segundo o de pesquisa, o qual faz parte de seu *métier* e de seu departamento, diz respeito às descobertas e as hipóteses levantadas por ela acerca dos resquícios arqueológicos deixados por sociedades pretéritas. Este, para os artesãos é de fundamental importância, tendo em vista que utilizam o conhecimento científico para venderem sua produção, informando aos compradores as informações sobre a história da peça.

O terceiro o de difusão, penso estar ligado diretamente ao de pesquisa, pois como a arqueóloga mesma expõe os resultados de suas descobertas quando publicados levam a uma difusão. E os artesãos também fazem parte divulgando o conhecimento adquirido nos cursos.

Há também que se refletir a função educativa dos museus, que para Ernesto Veiga de Oliveira (1971) se apresenta sob dois aspectos:

“Por um lado referida ao grande público – portanto de divulgação de cultura geral elementar, condicionada por considerações quantitativas (o que não significa sem dúvida que não tenha de se procurar resolvê-lo com finalidade qualitativa e de autentica promoção social) (...); outra, referida a um publico limitado e especializado – não uma elite de privilegiados, naturalmente, mas especialistas que se interessam e que da frequência do museu extraem um ensinamento vivo.” (1971: 16)

⁹¹ Entrevista gravada em dezesseis de novembro de 2005.

Embora o autor se refira ao segundo aspecto voltado para um complemento “da escola na formação e treino de antropólogos, como instrumento de pesquisa, ou, na frase de Lévi-Strauss, como ‘prolongamento do terreno’ (1971: 16), os artesãos de Icoaraci fazem uso, através de visitas ou eventos programados por instituições (SEBRAE/PA) uma fonte de grande riqueza a serem empregados na sua produção cerâmica.

2.3 O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará e os artesãos

Apresento neste tópico o “Pará Design’98” e as novas idéias que vieram com este evento. Com destaque para o “design”, não apenas como a mera mudança das formas dos objetos cerâmicos de Icoaraci, mas como um processo que envolve “designer” e artesão. Para tanto, foi importante ouvir os artesãos e um profissional na área – o “designer” e verificar as diferentes interpretações que fazem acerca do assunto. Trata-se, então de perceber como o “design” é planejado teoricamente, e de como os artesãos utilizam este conceito.

A primeira vez que indaguei Guilherme sobre a importância do “Pará Design’98” para os artesãos de Icoaraci me respondeu:

“O que de mais importante trouxe de maneira prática foi esse novo tipo de cerâmica que tá sendo feito ai. Onde as pessoas tão procurando valorizar mais a forma que até então na cerâmica tradicional o que mais se valoriza é o desenho, grafismo e tal. Eles usam e tal esse grafismo e tal, pintura pra dar beleza à peça. E nesse tipo de trabalho o cara começou a valorizar mais a forma, valorizar mais o acabamento, e isso puxa pra questão da qualidade.”⁹²

Em outro momento de sua fala relata também sobre o “design” das peças:

“(…) começou a puxar assim, mais uma cultura de qualidade maior, acho que de mais importante que teve foi, é o uso do design na cerâmica. Porque até então havia uma resistência muito grande de se criar novas formas.”⁹³

Em seu relato o artesão expôs que o “design” foi o que de mais importante aconteceu no “Pará Design’98”, e confirma isso no depoimento a seguir:

“Esporadicamente, algum ou outro artesão assim, ia e fazia uma coisa nova, mas no geral. E aquele tipo de peça que era feito há 25, 30 anos, jogo de feijoada, eu desenhava jogo de feijoada aqui em 1975, eu já desenhava esse mesmíssimo jogo de feijoada que tá aí. E a

⁹² Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

⁹³ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

questão de prato de parede, caneca isso era só um tipo de peça que era fechado. E as peças arqueológicas... e a partir do Pará Design'98 não tu já vêes outras formas.”⁹⁴

Quando inquiri Guilherme no que se refere aos desenhos e grafismos aplicados sobre os novos objetos, afirma que:

“Na verdade por se tratar de uma coisa nova, a maioria das peças, elas saíram com motivos rupestres, porque era uma novidade e tal, foi escolhida assim umas coisas assim, se tu ver o catálogo...”⁹⁵

Guilherme ao falar da “Arte Rupestre” demonstra o que foi apontando anteriormente, ou seja, aquilo que se pode dizer um conhecimento novo apresentado aos artesãos no curso “Culturas Pré-históricas da Amazônia”, estava sendo aplicado sobre as peças cerâmicas reproduzidas a partir do “Pará Design'98”. Ou aquelas peças produzidas no mesmo evento.

Entretanto, quais outros elementos ou idéias apreendidas no evento e utilizado em sua produção cerâmica? No evento, vários artesãos participaram. Destaco os artesãos que utilizam a madeira e o miriti, pois tais materiais serviram como um elemento que fosse agregado a cerâmica, no dizer de Guilherme:

“O que se tinha além da cerâmica eram agregados à cerâmica. A embalagem era feita de madeira, miriti, nas peças algumas peças tinham detalhes de semente, fibra de borda, mas era um acessório da cerâmica. Todas as peças da coleção foram desenvolvidas em cerâmica (...) a madeira que se pensou foi que primeiramente a embalagem pra colocar as peças, e as sementes, as fibras, mas tudo pra ser usado na cerâmica.”⁹⁶

Desta maneira, o evento atinge todas as formas de cultura material existentes no estado. Daí, hoje muitos artesãos inovarem em sua produção. Ao visitar as inúmeras lojas de Icoaraci consigo perceber a amplitude do “Pará Design'98”, verifico sementes, fibras, madeiras, novas formas e desenhos nas peças cerâmicas.

Tendo todas essas informações fui para Icoaraci para verificar a utilização por parte dos artesãos de todas ou quase todas as inovações adquiridas no curso e no “Pará Design'98”. Com duas semanas de pesquisa no ateliê Guilherme convidou-me para participar de uma oficina que foi realizada pelo SEBRAE/PA, na “Casa do Artesão” em Icoaraci. Aceitei o convite de imediato.

⁹⁴ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

⁹⁵ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

⁹⁶ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

O evento denominado de “Oficina de Artesanato”⁹⁷ durou duas semanas, no período de 08/08/2005 a 19/08/2005, e foi ministrado pela arquiteta e “designer” Ninon Rose Jardim, contratada pelo SEBRAE/PA. A princípio me senti *deslocado*, pelo fato de conhecer apenas Guilherme, mas com o passar dos dias e as constantes *brincadeiras* de Luiz Otávio me fez sentir integrado ao grupo. Entretanto, novos desafios viriam como, por exemplo: minha opinião sobre a confecção de uma peça, qual a forma que uma peça deveria ter. Em alguns momentos me peguei dando opiniões sobre um objeto, em outros dizia apenas um *pode ficar legal assim*.

Quando todos estavam à procura de novos objetos e formatos diferentes em revistas para posterior confecção em um momento determinado do curso, me vi mostrando diversas fotografias para os artesãos. Em alguns instantes me flagrei *interferindo* ou *exprimindo* minha opinião no que se refere à produção de peças. Sugerindo inclusive a produção de um conjunto de pratos de parede em formato de rosa, tal qual visto em uma revista. Izaias que produz objetos provenientes de cuias me disse “uma cliente me mandou esta mesma figura para eu fazer em cuia”. De imediato, refiz minha sugestão⁹⁸, perguntando a todos o que *achavam* do conjunto.

Enfim, algumas questões que o campo me colocava e eu naquela ocasião tinha que exprimir uma opinião ou dizer algo. No entanto, procurei sempre que possível não expressar meu ponto de vista, por mais que parecesse impossível. Tentei não interferir nas criações e idéias acerca dos novos conhecimentos ali adquiridos pelos artesãos participantes. Mesmo porque o curso foi ministrado por alguém especialista naquela área do conhecimento – o “design”.

A abertura foi realizada por Maria Alice Gomes Cunha, que é juntamente com Antonio Tadeu Campos, responsável pelo “Programa de Artesanato do Pará”, do SEBRAE/PA. Apresentou o conteúdo do curso e passou a palavra pra Ninon. A “designer”

⁹⁷ A oficina iniciou com a participação de Luiz Otávio, Carlos Gonçalves, Doca Leite e seu filho Bruno, Izaias, Ademar Zaranza, Dina Paiva, Guilherme e seu filho Herico e eu. Ao término só restavam Luiz Otávio, Seu Carlos Gonçalves, Guilherme, Herico, Izaias, eu e a Ninon. Como houve problemas nas instalações elétricas da “Casa do Artesão”, o final do curso ocorreu no ateliê de Guilherme, mesmo porque lá teriam todos os instrumentos para a realização da produção dos novos produtos. Em Anexo E a apostila da oficina.

⁹⁸ Ao reformular a questão, minha intenção era fazer com que os participantes se pronunciassem a respeito do conjunto de pratos. Expressassem suas opiniões, suas dúvidas e sobre a maneira como o objeto poderia ser produzido. Os incentivei para uma reflexão e que utilizassem as suas capacidades criativas, e que não aceitassem algo pronto, como se fosse uma imposição de alguém de fora do convívio. Foi antes de tudo um ato de educação, para que eles pudessem mudar seus pensamentos. Para Rosiska Darcy de Oliveira e Miguel Darcy de Oliveira (1999) “... A realidade deve ser decifrada e reinventada a cada momento. Neste sentido, a verdadeira educação é um ato dinâmico e permanente de conhecimento centrado na descoberta, análise e transformação da realidade pelos que a vivem.” (1999: 19)

começou sua fala perguntando a todos os presentes: *o que é “design?”*, ou o quê os artesãos entendem por “design”. Tudo o que falaram foi anotado em um grande painel *flip-chart* por Ninon e que apresento a seguir:

O que é design para os artesãos?
Forma
Desenho
Conforto
Beleza
Conforto
Funcionalidade
Beleza
Segurança
Contemporâneo

Quadro 01: O que é design para os artesãos. Leandro Pinto Xavier .

De repente Guilherme disse que o “design” era um *processo* e a partir daí a Ninon começou a explicar o que é o “design”⁹⁹:

“É a melhoria dos aspectos ergonômicos e visuais dos produtos, de modo a atender as necessidades do consumidor, melhorando o conforto, a segurança e a satisfação do usuário.”

Partindo desse conceito Ninon disse então que o “design” é um processo em que tudo o que eles haviam falado anteriormente estavam inseridos. Em seguida foi questionada sobre o que é *Ergonomia* e explicou “é a relação entre o homem e os produtos”. Após apontou um outro conceito sobre “Análise da tarefa”, o qual analisa o produto para quem vai usar, tanto para o consumidor quanto para o próprio artesão.

Neste sentido, lançou alguns questionamentos:

Para onde eu vou mandar meu produto?

Quem serão meus clientes?

Quais as necessidades dos clientes?

Neste momento, para melhor perceber os conceitos do “design”, entrevistei Ninon. Nosso diálogo girou em torno do curso que participei e que a teve como ministrante. O

⁹⁹ Conceito retirado do livro “A Importância do Design para sua empresa”. Elaborado por CNI, COMPI, SENAI/DR-RJ, Carlos Bahiana. Brasília- DF: CNI, 1998.

primeiro questionamento foi definição de “design” e de que maneira foi realizado o planejamento do curso, que respondeu:

A idéia daquela oficina era tentar desenvolver uma linha de produtos diferenciado do que eles já faziam. Então como eu organizei isso, eu trabalhei primeiro alguns conceitos básicos do design, bem básico mesmo. O quê que é o design mesmo, como é que ele funciona, quais são os componentes dele. E depois a gente partiu pra uma parte que é fundamental dentro do design que é a questão da pesquisa das necessidades, das satisfações das necessidades (...) então a idéia foi de início, foi essa de mostrar os elementos, principais do design e colocar isso na prática, fazer com que eles desenvolvessem peças não pra eles.”¹⁰⁰

Diante da fala de Ninon me indaguei de que forma o artesão percebe tais conceitos, sobretudo a respeito de “design” e “necessidades”. Guilherme certa vez comentou sobre o assunto expressando:

“E eu acho que assim que qualquer tipo de coisa que queira vender tu primeiro tem que criar aquela necessidade, né. Criar necessidade, por quê que tem esse produto? Porque tem necessidade de se ter. Não só uma necessidade emocional, uma necessidade pessoal mesmo do cara comprar por impulso, mas tem que ter a necessidade, se não tiver a necessidade o cara não compra.”¹⁰¹

Ao expressar acerca da “necessidade” dos produtos, o artesão afirma que em seu processo de criação dos objetos cerâmicos, sua produção é baseada em uma necessidade. O que significa dizer que seus objetos cerâmicos são confeccionados, a partir de necessidades, que podem ser emocional, pessoal, dentre outras.

Marshall Sahlins (2003) em seu livro “*Cultura e Razão Prática*” ao discutir a Antropologia e os dois marxismos aborda que “O sistema de necessidades deve ser relativo, não avaliável como tal pela necessidade e, em consequência, simbólico por definição.” (2003: 151). Desta maneira, o autor defende que a análise de uma produção deva ser estudada em uma perspectiva da ordem simbólica, ou seja, dentro de uma cultura. E é dentro da cultura que as utilidades são simbólicas. Portanto, neste contexto deve-se incluir uma representação por meio “das propriedades concretas do objeto, das relações diferenciais entre pessoas”. Assim, as necessidades não são apenas utilitárias, elas são simbólicas. Neste sentido, a produção atual de Icoaraci tem vários significados, não sendo meramente utilitário, mas também simbólico.

Retornando ao curso Ninon apresentou os tipos de “necessidades”, os quais são divididos em Necessidades Humanas e Necessidades dos Clientes. As Necessidades Humanas

¹⁰⁰ Entrevista gravada em quatorze de novembro de 2005.

¹⁰¹ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

são em número de cinco: Fisiológicas, Segurança, Sociais, Estima e Auto-realização, estas necessidades são baseadas na Teoria da hierarquia das Necessidades (Maslow, 1970).

No entanto, o curso abordou com mais ênfase as Necessidades dos Clientes, que são: Manifestadas, quando o cliente quer comprar um produto e não está preocupado com o benefício do mesmo; Reais, cliente preocupado com o benefício do produto; Latentes, a necessidade existe, mas não sabemos que ela existe; Culturais, mostra as características culturais do lugar ou consumidor; Relativas à Satisfação do Cliente, quando o cliente quer adquirir um produto com as características que ele deseja e precisa; e as Atribuíveis a Usos Inesperados, que é a necessidade para que o produto servirá.

Ora se tais necessidades existem para os clientes dos artesãos, então quais seriam de fato apresentadas pelos mais interessados, os artesãos? Ninon pediu para que todos os participantes¹⁰² apresentassem as necessidades dos compradores de cerâmica. Segue a lista das necessidades:

Necessidades dos clientes/Consumidores
Histórico das peças
Peças padronizadas
Origem da matéria-prima e qualidade
Pagamento parcelado
Embalagens
Responsabilidade social
Formação acadêmica
Valor social
Valor ambiental
Preço
Funcionalidade
Transporte eficiente
Design

Quadro 02: Necessidades dos clientes/Consumidores. Leandro Pinto Xavier.

Muito embora se saiba que os produtores destas idéias são agentes econômicos que dentro de uma lógica capitalista moderna, se mostram reflexíveis aos gostos, preferências ou o lugar em que o indivíduo ocupa na classificação das classes sociais. No mercado de bens simbólicos (Bourdieu) ou na cultura prática (Sahlins) há assim um produto a ser consumido, neste caso – a cerâmica, para venda, troca, permuta. Vale o uso deste linguajar que não faz parte do universo ceramista. O que se visa aqui é exclusivamente um produto (a cerâmica)

¹⁰² Como era o primeiro dia do curso, apenas observei as atividades. Guilherme já havia falado para Ninon que eu estava fazendo um trabalho sobre a cerâmica.

que segundo eles (SEBRAE/PA e MPEG) irá melhor proporcionar o esperado pelos consumidores, e não pelos produtores – os artesãos.

Mas, e as necessidades dos artesãos, tendo em vista que agora a produção será baseada no gosto de todo tipo de cliente? O artesão em todo esse processo, é um cliente também, aqui entram em cena três novos tipos de cliente: o cliente interno, o externo e o intermediário. O primeiro é o artesão, o segundo o consumidor e o terceiro é aquele indivíduo que vende que transporta os produtos.

Nesta ocasião, pude perceber o quanto o curso estava sendo importante para meu trabalho de campo, pois, o evento se parecia bastante com o “Pará Design’98”. No âmbito da pesquisa era a possibilidade de encontrar recorrências nos dois acontecimentos. Uma vez que os conteúdos do “Pará Design’98” foram: a) Importância do design para o artesanato, b) Imagem do Pará e c) Resgate da cultura e tendências do artesanato do Pará.

Para mim, estavam evidentes as relações entre os dois eventos, cumprido o conteúdo inicial, o de apresentar o “design” para os artesãos, restavam ainda os outros dois. Antes de abordar os outros pontos, algo que me chamou atenção e que mais uma vez me reportava ao “Pará Design’98” foi a questão dos “Temas Geradores”¹⁰³, ou seja, os desenhos e objetos feitos teriam uma especificidade. Logo, os temas do curso foram seis: Objetos utilitários, quarto (criança/ casal), sala estar/ jantar, copa-cozinha, escritório e banheiro.

Sendo assim, os objetos produzidos pelo curso seriam utilizados nestes espaços acima. Qual a relação com o “Pará Design’98”? Ao iniciar a pesquisa obtive informações de que os objetos desenhados e produzidos foram divididos em três linhas de divulgação, a saber: “Tokstock”, “Arte Nativa” e “Museu”. O gráfico a seguir mostra tais linhas de divulgação, local de comercialização e qual a funcionalidade dos objetos produzidos:

Linha de divulgação	Local a ser comercializado	Funcionalidade dos objetos
Tokstock	Loja Tokstock	Utilitários e funcionais
Arte Nativa	Loja Arte Nativa	Decoração de interiores
Museu	Lojas localizadas em museus	Decoração de interiores

Quadro 03: Linhas de divulgação. Leandro Pinto Xavier.

Ao dialogar com Guilherme a respeito das linhas de divulgação afirmou:

¹⁰³ São temas que influenciam a produção dos objetos.

“Essas linhas que tu estás falando são as peças que foram feitas lá no Pará Design’98, eles dividiram mais ou menos assim. Eles dividiram os grupos, foram quatro grupos que ficaram divididos. Ai um grupo ficou de desenhar uma coleção que fosse pra vender na Tokstock, *digamos assim olha até seria legal vender lá dentro da loja Tokstock*, outra era Arte Nativa, outra grande loja de São Paulo e dois grupos trabalhando com peças pra vender em loja de museu. E o meu grupo era um desses. (...) não seriam peças arqueológicas, seriam peças assim digamos tu tens um... o museu tem uma lojinha de cerâmica, seriam peças que pudessem ser vendidas dentro dessa loja. Não necessariamente arqueologia.¹⁰⁴(Grifo meu)

A exposição de Guilherme confirma a assertiva de que as peças seriam vendidas em grandes lojas do eixo Centro-Sul brasileiro. No entanto, como demonstro no grifo foi apenas uma sugestão, e as peças de fato não foram comercializadas nos estabelecimentos sugeridos. Contudo, ao verificar o catálogo lançado pelo SEBRAE/PA após o “Pará Design’98” os produtos foram apresentados em três categorias:

“1. Réplicas de peças arqueológicas do acervo do Museu Paraense Emílio Goeldi, feitas com o mesmo material e os mesmos produtos de produção. 2. Novas linhas de produto que foram obtidos a partir de um trabalho desenvolvido por designers, artistas e artesãos de reconhecida capacidade. 3. Produtos cerâmicos do artesanato tradicional.”¹⁰⁵

Destaco ainda uma segunda divisão no catálogo – a Tipologia, a saber: Cerâmica Utilitária, Cerâmica Decorativa e Cerâmica Arqueológica (réplica). Estas tipologias representam dizer que teriam um público alvo e funções específicas. E o próprio artesão confirma, ao expor que as peças iriam ser vendidas em grandes lojas do ramo de objetos. No gráfico abaixo cada tipologia e suas categorias para serem difundidas:

	Tipologia	Categoria
1	Cerâmica utilitária	Novas linhas de produto que foram obtidos a partir de um trabalho desenvolvido por designers, artistas e artesãos de reconhecida capacidade.
2	Cerâmica decorativa	Produtos cerâmicos do artesanato tradicional.
3	Cerâmica Arqueológica	Réplicas de peças arqueológicas do acervo do MPEG, feitas com o mesmo material e os mesmos produtos de produção.

Quadro 04: Tipologias e categorias. Leandro Pinto Xavier.

¹⁰⁴ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

¹⁰⁵ Trecho retirado do “Catálogo de Produtos” do SEBRAE/PA. Belém: Edição SEBRAE, 1999.

Retornando ao curso o qual participei Ninon após solicitar aos artesãos as necessidades dos clientes sugeriu para que os mesmos fizessem desenhos¹⁰⁶ de novas peças com base nos conhecimentos até ali vistos, quais sejam: “design”, “necessidades” e “temas geradores”. Em uma verdadeira “lição de escrita”¹⁰⁷ os artesãos fizeram os desenhos. Sobre este momento Ninon relata:

“Então a idéia foi de início, foi de mostrar os elementos, né, principais do design e colocar isso na prática, fazer com que eles desenvolvessem peças não pra eles (...) então, normalmente nesse tipo de oficina a gente trabalha assim, trabalha os conceitos e tenta fazer os produtos baseados naqueles conceitos que foram vistos (...) era pra gente fazer, fazer uma avaliação do que foi produzido, cada produto a gente iria avaliar e ver de que maneira aquilo tava se encaixando com aquele início, aquele levantamento de necessidades que todo grupo fez, quais eram os pontos importantes pra desenvolver aquele produto.”¹⁰⁸

Desta maneira, Guilherme expôs que este mesmo processo ocorreu no “Pará Design’98”, após os conteúdos ministrados, os artesãos participantes foram divididos em grupos e desenhos foram feitos para em seguida as peças serem produzidas. Como no curso, nem todas as peças desenhadas foram confeccionadas por causa da complexidade.

Em seguida Ninon entregou aos artesãos diversas revistas¹⁰⁹, para que pudessem observar objetos que tivessem desenhos e formas com base no “design”. Sobre as revistas a Ninon informou que fazem parte de um processo criativo:

“E depois disso você começa a trabalhar o que a gente chama de processo criativo, que aí entra a parte, aí pode ser feitas de várias maneiras. Vai depender do que for. Lá no caso (curso), a gente usou as revistas. Mas isso a gente pode fazer de várias maneiras. A gente pode fazer visitas, a gente pode pegar produtos concorrentes. Então existem vários tipos de você desenvolver essa parte da criatividade.”¹¹⁰

Sendo assim, pude perceber que o curso partiu de noções até chegar àquilo que seria concreto, ou seja, o artefato pronto, mas nesse percurso surge um novo elemento para o

¹⁰⁶ Seleccionei três destes desenhos e constam no Anexo F.

¹⁰⁷ Faço referência à obra de Lévi-Strauss (1996) “Tristes Trópicos”, quando o autor distribuiu folhas de papel e lápis para os Nambiquara, e os mesmos não sabiam “escrever”, mas tentavam traçando linhas horizontais onduladas. Entretanto, alguns desistiam logo em seguida, e apenas o chefe prosseguiu no empreendimento, fazendo com que aquelas linhas fizessem sentido. Da mesma forma, ocorreu no curso, alguns artesãos rabiscavam um objeto e não desenhavam mais, Guilherme e outros que sabiam de fato desenhar um objeto de acordo com a “receita de bolo” continuavam até o final. Quiçá, os que desistiram não soubessem de fato o verdadeiro sentido daquela “escrita”. Menos porque não soubessem desenhar, mas porque não estão habituados no dia-a-dia a primeiro desenhar e depois ver o objeto materializado.

¹⁰⁸ Entrevista gravada em quatorze de novembro de 2005.

¹⁰⁹ As revistas foram: Casa Claudia, Casa Decoração, Viver Bem, Casa Vogue e Espaço D.

¹¹⁰ Entrevista gravada em quatorze de novembro de 2005.

artesão, como conjugar todas essas informações em um único desenho? Em diálogo com Ninon afirma que:

“Entre esse processo do desenho e a peça, a gente poderia ter colocado uma outra etapa que seria a elaboração de um modelo. Como é que funciona o processo do design em si. Depois que você levanta todas as informações importantes pra desenvolver aquele produto, você cria o que a gente pode chamar de uma receita, que a gente pode chama de brive. Então, nessa receita, tem todas as informações que você precisa pra fazer, pra desenvolver fisicamente aquele produto, tudo desde custo, preço estimado, matéria-prima, elementos físicos, elementos estéticos tudo o que o produto vai ter.”¹¹¹

Desta maneira, o artesão faz uso da criatividade e de conceitos adquiridos através dos eventos de inúmeras instituições para inovar sua produção cerâmica. No dizer de Guilherme “o problema não é o cara fazer, é o cara criar”¹¹². Neste sentido, a criatividade é o diferencial da produção do artesão, o que a meu ver o torna um caso exemplar da cerâmica que hoje é produzida em Icoaraci. Em determinada ocasião ao questioná-lo acerca dos conhecimentos dos cursos e eventos que participou disse que:

“Tem que ser uma peça com um diferencial assim enorme, é ela tem que ter o quê? Tem que ter uma aparência moderna, ela tem que ter um acabamento muito bom e ela têm que ter a característica daqui, ou seja, o grafismo daqui, colocado assim de uma maneira bem criativa, digamos assim.”¹¹³

Isto posto e partindo da fala de Guilherme, quando expõe sobre o “grafismo daqui”, retomo os dois pontos abordados anteriormente no “Pará Design’98”, o primeiro a Imagem do Pará e o segundo o Resgate da cultura e tendências do artesanato do Pará. Estes tópicos refletem um discurso criado em nome do patrimônio cultural e de uma valorização da cultura local (do Pará), que obviamente não vem do nada, há uma intencionalidade: a cultura *impressa* nos produtos para atender a um mercado, a uma lógica capitalista e um processo de desenvolvimento regional.

Então como traçar um paralelo entre o curso em Icoaraci e o “Pará Design’98”, através destes dois pontos? Observando que sempre estão presentes os desenhos e grafismos das culturas amazônicas, sendo que antes dos eventos as figuras eram desenhadas inteiras e atualmente são ilustradas por apenas um único desenho. Nas fotografias a seguir nota-se a

¹¹¹ Entrevista gravada em quatorze de novembro de 2005.

¹¹² Por mais que se aborde o “criar” como um diferencial dos demais artesãos, noto que no curso realizado na “Casa do Artesão” houve consultas às revistas. Muitos desenhos foram tidos como protótipos e acrescidos os grafismos das culturais regionais, ganhando assim uma configuração de novo e moderno.

¹¹³ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

diferença, a da esquerda mostra a nova cerâmica, a da direita uma cerâmica que ainda está sendo produzida:



Foto 25: Vaso Solitário Linha Museu Catálogo SEBRAE/PA. Foto 26: Vaso Cano Longo Jacaré. Catálogo SEBRAE/PA

Em colóquio com Ninon obtive informações acerca desta nova configuração de desenhos, figuras e gravuras, e transcrevo a seguir:

“Eu vou até te responder com uma frase que a gente tava fazendo um curso do SEBRAE/PA e teve um professor Nemer, professor de história, ele é artista plástico, mas ele tem um pé na Antropologia. E ele tava falando pra gente sobre a história do objeto, de onde surgiu, quando foi que o homem começou a criar e tal, e ele falou que é exatamente que o design deve fazer dentro do artesanato é se aprofundar na tradição e transpirar contemporaneidade. Então é exatamente isso que faz com que a peça seja mais limpa visualmente. Então você mergulha você tem que conhecer a fundo a tradição (...) A gente (designers) antes de chegar lá no artesão, a gente deveria fazer uma pesquisa, conhecer mesmo aquilo a fundo pra você chegar e tirar da tradição e transformar em um objeto contemporâneo.”¹¹⁴

E continua seu depoimento mencionando a produção cerâmica de Guilherme e de que maneira é utilizado os desenhos:

“Então é muito do que o Guilherme faz, ele tem aquele elemento que ele coloca na peça dele, não tá de qualquer maneira lá, ele conhece a história, ele sabe o porquê, aquilo significa alguma coisa (...) você tem que ter esse cuidado. Eu vou colocar um elemento aqui porque é bonitinho, porque é interessante, porque a forma dele é boa, vende tá na moda, é a tendência.

¹¹⁴ Entrevista gravada em quatorze de novembro de 2005.

Mas você tem que ter essa sensibilidade de poder ver que você tá mexendo com alguma coisa que é tradição.”¹¹⁵

Sendo assim, no início do capítulo abordei que o MPEG¹¹⁶ também participou do “Pará Design’98”. Ora, por quê a instituição participou do evento? Como já havia acontecido o curso no MPEG e no qual o SEBRAE/PA incumbiu pesquisa para revelar os principais elementos das culturas Marajoara, Maracá e Tapajônica. A instituição teve sua participação marcada por ser “guardiã” de tais culturas, é ela que legitima e preserva o patrimônio que o SEBRAE/PA se refere.

Enfim, e voltando para o *fio da meada* deste tópico, o curso que participei em Icoaraci. Logo após os artesãos pegarem nas revistas, não folhearam muito, encostaram de um lado e foram amassar a argila e preparar suas peças. Alguns objetos idealizados pelos artesãos começaram a ser produzidos; outros não, dada à complexidade da empreitada. Ninon ainda teve que (re)fazer alguns ajustes em determinados desenhos, pois sua prática profissional exige que faça um “croqui” dos artefatos, antes mesmo de serem confeccionados. Nesses “croquis” ela põe todas as medidas, cores que o objeto levará, o desenho do objeto em várias posições. Para facilitar a visualização da peça no momento de produção. Sobre esta fase Ninon diz:

“O desenho ele fica aí no meio, como um elemento de agregação de informações. Então no desenho vão ter todos os elementos, tudo que tava naquela receita de bolo, que eu chamo de receita de bolo, que é o brive, ele tem que tá contemplado no desenho. Por isso que é importante, principalmente essa fase inicial que é de levantamento de informações, é a fase mais importante que é a partir dela que a gente vai chegar no desenho, que a gente vai conseguir fazer essa ponte de tirar da idéia e passar pro papel.”¹¹⁷

Levando em consideração essa “receita de bolo” me questiono de que maneira o artesão de Icoaraci percebe tudo isso. Ou até mesmo se usa esse modelo de produção, em que vai em busca das necessidades dos clientes e suas também. Talvez, eu possa afirmar que sim, haja vista que Guilherme emprega tudo o que aprende na sua oficina. Um exemplo elucidativo é quando expõe sobre os desenhos que findam em protótipos, alguns ele mesmo faz, outros seus clientes que fazem. E somente ele deve fazer os protótipos, na medida em que para se estabelecer no universo ceramista precisou criar “um diferencial”:

¹¹⁵ Entrevista gravada em quatorze de novembro de 2005.

¹¹⁶ A instituição foi representada pela arqueóloga Edithe Silva Pereira, que ministrou palestra sobre os artefatos arqueológicos e o mesmo conteúdo do curso “Culturas Pré-históricas da Amazônia”.

¹¹⁷ Entrevista gravada em quatorze de novembro de 2005.

“Eu não crio peças pra ele, ele tem um camarada que cria a peça, traz aqui, eu faço o protótipo, eles aprovam e a gente começa a fazer. Foi assim com essa bonboniere, foi assim com esse vazinho que eu fazia pra ele. Foi assim com esses ovos de páscoa, tudo foi assim dessa maneira, eles criaram e eles disseram: dá pra fazer? Dá então umbora fazer. A gente cria assim só pra amostra, eu devo ter feito uns 50 pra ele, fazia 10 e, mas não tem que melhorar, e a gente foi fazendo o aprimoramento até que tá legal, então começa a fazer.”¹¹⁸

Desta maneira, o que está no âmbito do pensamento se materializa em desenhos e em seguida em “protótipos”, que podem ser produzidos ou não pelo artesão. O que não for viável para produzir é novamente reformulado e aprovado. Sendo assim, os clientes de Guilherme desempenham um importante papel neste processo em que exigem uma peça com diferenciais, quais sejam: aparência moderna, acabamento bom e a característica da cultura regional (a fórmula mágica da hibridação típica das sociedades contemporâneas).

E tais exigências Guilherme atende à medida que participa de eventos e cursos das mais variadas instituições, quanto ao papel do SEBRAE/PA em tudo isso me disse “o trabalho do SEBRAE/PA é capacitar às pessoas”. Por isso que noto a presença do artesão em todos os eventos da instituição.

E os objetos cerâmicos produzidos no curso em Icoaraci? Após toda a parte teórica repassada por Ninon, fomos pra olaria de Guilherme em um número menor de pessoas: Ninon, Guilherme, Seu Carlos, Izaias, Herico, Luiz Otávio, lá com base nos desenhos as peças foram produzidas. Uma participação que destaco foi de Izaias¹¹⁹, pois ele não produz artefatos cerâmicos e sim objetos artesanais de cuia. E alguns objetos desenhados e produzidos misturam tanto cerâmica quanto cuia. Algo que me remete novamente ao “Pará Design’98” quando utilizaram sementes e fibras como forma de complemento para a cerâmica.

Depois de todas as peças prontas houve a apresentação¹²⁰ para os artesãos e para o SEBRAE/PA. As peças serão comercializadas através de um site, organizado pela “Central de Negócios”, nas palavras de Guilherme:

¹¹⁸ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

¹¹⁹ Izaias contou-me que suas cuias estavam na cozinha da “Viúva Neuta” da novela global “América”. Senti vindo dele uma grande satisfação pelo seu produto está sendo conhecido nacionalmente.

¹²⁰ Na apresentação aconteceu algo inesperado para mim, como eu havia participado de todo o curso, e sempre estava acompanhado de minha câmera fotográfica, registrando os momentos do evento. Fui repreendido por alguém do SEBRAE/PA, pois as peças eram exclusivas. De imediato guardei a câmera e permaneci na “Casa do Artesão”. Lembro deste fato, para elucidar que muitas vezes o trabalho de campo traz situações inesperadas. Em outro momento ao gravar um diálogo com Guilherme, que falava de seus planos de novos artefatos, ele me disse: “não vais divulgar isso não?!”. Essas e outras situações vivenciei e que hoje fazem parte de meu diário de campo.

“Essa Central de negócios que a gente tá envolvido agora é justamente pra isso, pra organizar um grupo, pra que esse grupo possa se precisar comprar um material, ter um maior poder de barganha, em vez de comprar um vai comprar pra 20, vê se consegue um preço melhor, é pra vender junto porque pra eu sozinho, pra organizar um site é complicado. Montar um site, montar um catálogo, montar um CD-ROM e pra eu participar de exposições é complicado, mas se juntar um grupo...”¹²¹

Desta forma, percebo também em Icoaraci novas formas de organizações em termos de cooperativas, pois Guilherme ao se referir a “Central de negócios” expõe um grupo organizado para a comercialização e divulgação da produção de seus associados. Inclusive, esta nova de organização já tem um regimento, faltando apenas alguns artesãos se afiliarem.

Sobre as recorrências entre os dois eventos, são idéias que agem de fora pra dentro da produção dos artesãos da localidade, certa vez Guilherme relatou-me sua surpresa ao descobrir outras produções ceramistas:

“Até então a gente tem aquela idéia de que cerâmica é uma coisa exclusiva de Icoaraci. Muita gente ainda tem essa idéia. Ah porque cerâmica é aqui mesmo no Paracuri mesmo! Ai quando tu começa a perceber que existe cerâmica em todo o Brasil e quê o que é específico daqui é a *cultura marajoara*, e que existe cerâmica esmaltada, cerâmica... Enfim, uma série de diferentes cerâmicas, tu começa a perceber que a coisa não é bem assim, começa a questionar as coisas, né.”¹²²(Grifo meu)

E complementa seu depoimento abordando sobre as peças produzidas em Icoaraci:

“A questão da fragilidade das nossas peças, a questão da nossa matéria-prima que não é tratada. Ai quando tu passas a trabalhar num laboratório de escola, tu começa a ver que realmente pra se atingir uma qualidade você precisa resolver certos problemas, e os nossos principais problemas aqui até hoje não se resolveu que é a questão da matéria-prima e a questão da queima, eu falo assim os problemas em relação à produção. Porque existe um problema bem maior de tudo que é a questão do escoamento.”¹²³

Os dois depoimentos representam o momento atual na produção de Icoaraci e significam para o(s) artesão(s) um desafio antes não visto: o de se inserirem em um mercado consumidor com necessidades que vão além de suas próprias condições de produção. Neste sentido, a produção de Guilherme, como um caso exemplar de estudo se faz importante à medida que através da cultura material que ele reproduz e representa idéias e práticas apreendidas nos cursos e eventos.

¹²¹ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

¹²² Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

¹²³ Entrevista gravada em dois de agosto de 2005.

Os produtores e/ou guardiões de uma certa tradição procuram oferecer um produto legítimo, original e atual, ao mesmo tempo, ou atualizado com novas roupagens: a cerâmica. Estes produtos ofertados vão muito além da assertiva tradicional, pois os promotores das mudanças parecem saber exatamente as necessidades de um mercado específico, e para cada um tem-se um produto desejado e desejável. O artesão produz pela tradição ceramista, o MPEG e o SEBRAE/PA produzem por uma lógica classista: moderno, exótico, etc., porém efêmero. Enquanto o artesanato (o tradicional) estiver na moda são produtos, são comerciáveis. Mas afinal, o que é esta tradição ceramista?

III

A TRADIÇÃO E O MERCADO

3.1 Tradição

Ao me ver frente a *novos objetos* cerâmicos no Distrito em Icoaraci aos poucos fui compreendendo de que maneira eles surgiram e se estabeleceram. Pude perceber que os mesmos estavam atrelados ao MPEG, ao SEBRAE/PA e aos artesãos. Coube ao SEBRAE/PA a intermediação entre os artesãos e o MPEG, e também ensinar novos conceitos, como por exemplo: *mercado consumidor*, “design”, dentre outros. O papel do MPEG enquanto instituição detentora do conhecimento acerca das culturas amazônicas legitimou a nova cerâmica. E aos artesãos à produção das peças, culminando em uma divulgação, primeiramente através de um grupo denominado “Caraipe”¹²⁴ e em seguida a difusão entre os demais.

Ora se a tradição ceramista da localidade tem seu início em peças lisas e utilitárias, no começo do século passado, e depois, nos idos da década de 1960, com a inserção da cultura “Marajoara”, a tradição e a comercialização dos objetos eram denominadas então de “Marajoara”. E mais, as informações com o caminhar da pesquisa me faziam pensar que existia uma nova tradição ceramista partindo dos eventos acima descritos. Todos os questionamentos me levavam a uma *tradição inventada*, no dizer de Hobsbawm e Ranger (1984):

“um conjunto de práticas normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente; uma continuidade em relação ao passado.” (1984: 09)

Para o autor as tradições realmente inventadas sempre tentam estabelecer uma continuidade com um passado histórico apropriado. No caso dos novos objetos de Icoaraci, foi possível estabelecer e fazer referência com o passado da região. Não somente com as culturas “Marajoara”, “Tapajônica” e “Maracá”, mas também com a arte rupestre. Assim, os

¹²⁴ Caraipe antes de tudo é uma planta da região amazônica muito rica em sílica, denominada cientificamente de *Licania octandra*. Após ser queimada suas cinzas são misturadas na argila para dar consistência ao material, criando uma argila melhor.

novos objetos seriam reconhecidos pela sua procedência e origem, numa perspectiva de que o artesanato da localidade seria identificado em qualquer lugar como sendo do estado do Pará, marcando uma originalidade e/ou especificidade.

Velhos ou novos objetos a cerâmica de Icoaraci sobrevive ou sobreviveu a tudo isso. Entretanto, a nova produção revela práticas e idéias adquiridas através de inúmeras instituições, mas que continuam estabelecendo ligação com o passado em uma “repetição quase que obrigatória” (Hobsbawn e Ranger: 1984: 10). Segundo o mesmo autor, o que torna o estudo das *tradições inventadas* interessante é o “contraste entre as constantes mudanças e inovações do mundo moderno e a tentativa de estruturar de maneira imutável e invariável ao menos alguns aspectos da vida social...” (1984: 10) Na esfera da nova produção do Distrito é perceber as modificações e inovações para os artesãos, pois são eles que produzem e se organizam através das constantes mudanças.

Estas mudanças abriram caminho para a invenção de uma tradição que passou a ser conhecida como cultura “Marajoara”. Assim, antropólogos e historiadores têm tornado evidente que diversas ou algumas práticas que são consideradas tradicionais são na verdade construções/invenções recentes, as quais são utilizadas para fins políticos e ideológicos recentes. Essas construções ocorrem sob a forma de tradições de grande alcance popular (a apropriação dos símbolos das culturas pré-históricas), cujas origens são tidas como distantes no tempo. Apesar de poderem ter sido inventadas em um curto espaço de tempo. No caso de Icoaraci, os anos de 1960, pode ser este marco ou, por exemplo, em um só evento como as ações do SEBRAE/PA e o MPEG.

Sendo assim, Hobsbawn e Ranger (1984) consideram que existem *tradições inventadas* em diversas partes do mundo e que conjunturas de rápida transformação são mais propícias para a criação de novas tradições, uma vez que “velhas tradições” podem estar desaparecendo. Mas não somente novas práticas podem ser entendidas como “tradições inventadas”, mas também fenômenos sutis podem ser considerados: o uso de tradições antigas para novos propósitos ou também o re-uso de elementos antigos em novos contextos. Especialmente tradições (a cerâmica utilitária, arqueológica e outras) podem torna-se *tradições inventadas*¹²⁵ (a cerâmica “marajoara”, a cerâmica paraense).

¹²⁵ Há ainda uma discussão muito recente de como uma tradição ou tradições são usadas para legitimar o poder e sistemas de valor, bem como, reforças estruturas hierárquicas na sociedade. No presente estudo não foi possível dada a complexidade do empreendimento.

3.2 O contexto da tradição ceramista no Distrito de Icoaraci

Em busca de bibliografia acerca da produção cerâmica de Icoaraci descobri que as informações contidas eram desconhecidas e muitas vezes insuficientes para realizar um contexto histórico a partir da segunda metade do século XIX. Opto então, por um quadro que extrapole o século passado, mais precisamente os anos 1960. Contudo, não descarto a possibilidade de me referir à primeira metade do século XX. Pois, algumas revistas e periódicos fazem menção a esta época. Da mesma forma livros como “*Santa Maria de Belém do Grão Pará*”¹²⁶, de Leandro Tocantins (1987) aborda objetos cerâmicos no Ver-o-peso. A narrativa do autor me fez pensar que esses objetos poderiam ter vindo de Icoaraci ou não.

Leandro Tocantins (1987) quando se refere ao “Ver-o-peso”, versa que “E a multidão, com ar de feirante, adquire bilhas, potes, moringas, filtros, alguidares, copos, cofres em forma de bichos, modelados em barro, esculturas populares....” (1987: 330). Atualmente, pode-se perceber não somente esses mesmos objetos, como também as estilizações das culturas “Marajoara”, “Maracá” e “Tapajônica”. A produção pode ser de Icoaraci ou de municípios próximos, como Ponta de Pedras, Cachoeira do Arari, dentre outros. Sendo ou não de Icoaraci, o fato é que o autor não verificou na época artesanato cerâmico com desenhos e grafismos das culturas amazônicas¹²⁷. No entanto, havia uma produção cerâmica de peças lisas e utilitárias.

Segundo Roberto Martins Rodrigues (1982) “o artesanato da cerâmica Marajoara como indústria surgiu em 1966, quando Antonio Farias Vieira¹²⁸, residente na vila de Icoaraci, distrito de Belém, modesto pintor de letras em cartazes de publicidade, e mais conhecido por “Cabeleira”, lendo o livro intitulado “*Na Planície Amazônica*”, de autoria de Raimundo Moraes, viu fotografias e leu descrições de peças da cerâmica indígena marajoara” (1982: 429). O autor ainda complementa que “Cabeleira”¹²⁹ lembrou-se que em Icoaraci

¹²⁶ Leandro Tocantins em sua obra aborda a cidade de Belém, suas festas, sua arquitetura, dentre outros aspectos.

¹²⁷ A primeira edição do livro de Leandro Tocantins data do ano de 1963. A edição lida foi de 1987, ou seja, a 3ª edição, revista e aumentada pelo próprio autor. Julgo ser necessário este dado, pois, no Ver-o-Peso na atualidade percebo muitos artefatos derivados da localidade.

¹²⁸ Antonio Farias Vieira, mais conhecido como “Mestre Cabeludo” natural da cidade de Vigia, ao casar-se com uma descendente da Família Croelhas fixou residência em Icoaraci. Para Souza (2002) a “família Croelhas chegou em Icoaraci no início do século XX. A olaria da família é conhecida como Olaria do Seu Espanhol, uma das mais antigas do Bairro do Paracuri, é também, uma das poucas que mantém a tradição de produzir peças utilitárias lisas” (2002: 42).

¹²⁹ Rodrigues (1982) se refere a Antonio Farias Vieira como “Cabeleira”, Guimarães Júnior (1996) “Cabeludo”. No entanto, ficou conhecido como “Mestre Cabeludo”. Entre os artesãos é chamado pela mesma alcunha.

existiam oleiros que produziam potes e bilhas de barro, observou como se confeccionavam e resolveu ele mesmo fabricar as peças vistas no livro de Raimundo Morais.

Desta maneira, os artefatos relatados por Tocantins (1987) podem ser de Icoaraci, até porque percebo que muitos artesãos comercializam sua produção no Ver-o-peso. Outrossim, a manufatura da cerâmica antes de 1966, estava atrelada a peças lisas e utilitárias, tal como abordada por Martins (1982). Marzane Souza (1999) confirma nossa assertiva ao expor que “As peças utilitárias, lisas e sem pintura das primeiras décadas cederam espaço para estilos tradicionais de outras regiões como: o estilo marajoara, tapajônico e maracá” (1999: 09).

Sendo assim, a cerâmica tradicional do Distrito inicialmente é a utilitária, lisa, sem pinturas e desenhos. Tendo em vista que este tipo cerâmico é considerado por muitos artesãos como sendo o mais antigo. Souza (2002) afirma que “(...) no Paracuri, a produção mais tradicional, no sentido de ser a mais antiga, é a cerâmica utilitária, lisa e sem pintura”. A autora afirma, também, que esse tipo de cerâmica é produzido em pequena escala e que a maior parte das olarias o produz. A seguir duas fotografias de peças tradicionais lisas:

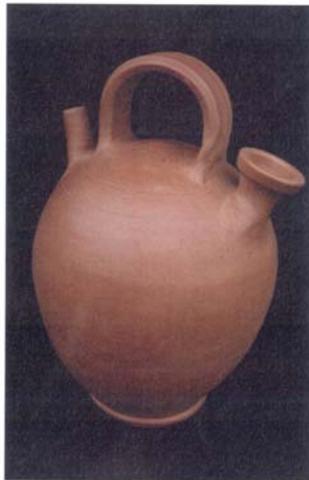


Foto 27: Moringa. Catálogo SEBRAE/PA.



Foto 28: Panela para feijoadade. Catálogo SEBRAE/PA.

Se havia uma produção cerâmica de peças lisas e utilitárias, quais os instrumentos utilizados e como era produzida? Rodrigues (1982) apenas menciona que “Mestre Cabeludo” viu os oleiros produzindo as peças. Provavelmente, a técnica¹³⁰ utilizada era a do “pavio”¹³¹

¹³⁰ Técnicas estas rudimentares e herança indígena, já ressaltadas por Dionísio João Hage (1993) “Trata-se de uma indústria utilizando técnica primária dos índios...” (1993: 102).

¹³¹ Técnica na qual se rola a argila e torce-se até fazer os pavios para então ir dando formas às peças.

ou “acordelamento” e as peças eram queimadas em “coivaras”¹³². O que significa dizer que nesta produção ainda não era utilizado o “torno-de-pé” para a confecção dos artefatos. Souza (2002) ao abordar a introdução deste instrumento afirma “que o “torno-de-pé” foi agregado à produção de cerâmica a partir de meados da década de 60, foi/é um equipamento que visa o aumento de produção. Através dele, os artesãos passaram a produzir peças em série e em grande escala” (2002: 94). Desta feita, a introdução do “torno-de-pé” culmina na mesma década apontada por Rodrigues (1982), quando ocorreu o surgimento da produção de artefatos cerâmicos da cultura “Marajoara”.

Mas, segundo Guimarães Júnior (1996) e Rodrigues (1982), o primeiro objeto reproduzido foi uma urna funerária da cultura “Maracá”. “Mestre Cabeludo” viu a peça e a reproduziu com uma riqueza de detalhes. Então, é possível afirmar que os desenhos e grafismos da cultura acima citada também foram inseridos juntamente com a cultura “Marajoara”. Porém, naquela época a cerâmica “Marajoara” ganhou maior destaque, com seus desenhos nas cores vermelho, branco e preto.

De certa maneira, a cerâmica da cultura “Marajoara” foi a primeira a ser introduzida em Icoaraci, agregando gravações e grafismos às peças utilitárias e lisas. Para Schaan (1999) esse tipo de cerâmica faz referência à “grupos horticultores estabelecidos no centro da Ilha do Marajó (PA), a oeste do lago Arari, expandindo-se cultural e demograficamente para o norte e leste da ilha.” (1999: 22). Entretanto, nas divulgações ou no imaginário referente à produção cerâmica da localidade, convencionou-se falar de um estilo “Marajoara”. Assim, para um comprador ou alguém quem não conhece os demais tipos, tudo o que se comercializa é a cerâmica “Marajoara”. Nas fotografias abaixo as peças mais divulgadas e vendidas:



Foto 29: Estatueta Antropomorfa Feminina – Marajoara. Catálogo Sebrae/Pa.

¹³² Processo em que esquentavam inicialmente encostando-se às peças pedaços de lenha em brasa e depois eram colocadas direto no fogo com lenha e tudo.



Foto 30: Urna funerária antropomorfa – Marajoara. Catálogo Sebrae/Pa.

A cerâmica da cultura “Tapajônica” é outro tipo que se tornou conhecido através de Raimundo da Silva Cardoso, o “Mestre Cardoso”. Nilzette de Mello Rodrigues (1989) afirma que o mesmo teve acesso aos desenhos e grafismos das culturas “Tapajônica” e “Marajoara”, através de sua irmã que um dia encontrou um livro¹³³ em uma lata de lixo, da norte-americana Helen C. Palmatary. Mais tarde, já residindo em Icoaraci, visitou o Museu Paraense Emílio Goeldi com seu pai, fascinou-se diante das peças arqueológicas. Passando a reproduzi-las, estudou texturas, formas e a iconografia como um todo. O reconhecimento da qualidade de seu trabalho veio por meio do certificado de autenticidade atestado às peças, pela equipe técnica do Museu. Sobre a autenticidade Rodrigues (1989) expõe que “Agora, 20 anos depois de haver-se dedicado freneticamente à produção e recuperação, o Museu presta outra homenagem a Cardoso (e sua assinatura como artesão cerâmico): vai autenticar todas as peças disponíveis, que reproduziu” (1989: 07).

Desta maneira, Icoaraci também é conhecido como pólo de reprodução cerâmica amazônica do passado. Após “Mestre Cardoso”, uma grande quantidade de peças arqueológicas foi reproduzida por diversos artesãos como sendo da localidade. Os principais artefatos são os vasos de gargalo, cariátides, pratos, cachimbos, dentre outros. As fotografias abaixo mostram dois destes artefatos:

¹³³ Mais uma vez a cerâmica de Icoaraci passaria por uma série de modificações, através do livro de Helen C. Palmatary, intitulado “The Pottery of Marajó, Brazil”, do ano de 1950. Não foi possível localizar um exemplar original da obra, mas sim uma fotocópia, em Anexo G, a capa deste livro.



Foto 31: Vaso de Cariátides. Catálogo Sebrae/Pa.



Foto 32: Vaso de gargalo. Catálogo Sebrae/Pa.

Outro tipo cerâmico reproduzido em Icoaraci é o da cultura “Maracá”. Essa cerâmica é originária do estado do Amapá. Souza (2002) afirma que é apenas em Icoaraci que este estilo se desenvolve. Provavelmente, sua inserção¹³⁴ teve início no contato dos artesãos com o MPEG. As peças mais produzidas são as urnas funerárias e os jarros. Esse tipo de cerâmico, assim como o “Marajoara” e o “Tapajônico”, é arqueológico. No que se refere à produção de peças arqueológicas, há uma especialização na produção, ou seja, não é qualquer artesão que as confecciona. Para produzi-las, os artesãos devem ter conhecimento do tipo de barro a ser utilizado, habilidade com as mãos, e conhecer a história do artefato. Sendo assim, afirmo que com a introdução desses tipos (“Marajoara”, “Tapajônico” e “Maracá”) houve uma especialização na produção das peças cerâmicas, de forma que um mesmo artesão realiza todo o processo produtivo para que a peça fique pronta. Por outro lado, com a inserção do “torno-de-pé” as peças começaram a ser produzidas em série e em grande quantidade. Abaixo duas fotografias desta cultura:



Foto 33: Urna antropomorfa feminina – Maracá. Catálogo Sebrae/Pa.

¹³⁴ Como foi citado anteriormente Rodrigues (1982) e Guimarães Júnior (1996) destacaram que a primeira peça reproduzida por “Mestre Cabeludo” foi uma urna funerária desta cultura. Ou seja, a inserção desta cerâmica data da década de 1960.



Foto 34: Urna antropozoomorfa – Maracá. Catálogo Sebrae/Pa.

Outros tipos também se destacam em Icoaraci: o “Paracuri” e o “Vereda”. A produção do primeiro surge na década de 1960, Souza¹³⁵ (2002) considera que “o estilo Paracuri surgiu paralelo à introdução do estilo marajoara, mesmo por que seus designers e grafismos recebem influências do estilo marajoara, mas apresenta especificidades em suas peças, que imprime traços constituintes da identidade do artesão que a produz” (2002: 48). Segundo a mesma autora “os principais estilos de cerâmica reproduzidos em Icoaraci são: os estilos tradicionais – “Marajoara”, “Tapajônica” e “Maracá”, e, mais recentemente, criou-se uma cerâmica desenvolvida plenamente pelos artesãos de Icoaraci, chamado de estilo Paracuri, que apresenta criações e recriações...” (2002: 43).

Entretanto, saliento que nesta cerâmica em particular, verificam-se não apenas os traços marajoaras, mas também o cotidiano através de paisagens do dia-a-dia, como por exemplo: índios caçando animais, o pôr-do-sol na região, as casas dos ribeirinhos. Essas paisagens são destacadas no centro das peças, os grafismos e desenhos da cultura “Marajoara” ficam localizados próximos à borda superior ou inferior. Observem que o exemplar abaixo, é considerado como cerâmica “Paracuri” ou “Icoaraci”, mas os desenhos são da cerâmica “Marajoara”:

¹³⁵ Souza (2002) também considera que “Segundo conversas informais com os artesãos mais antigos, esta cerâmica teve início antes da introdução do estilo marajoara, isto é, muitos artesãos desconheciam o traçado marajoara e começaram a geometrizar, depois começaram a desenhar a flora, fauna e paisagens amazônicas” (2002: 47). Levando em consideração as exposições de Rodrigues (1982) e Guimarães Júnior (1996) que apontavam uma produção voltada para potes e bilhas, acredito que a cerâmica Paracuri tem como marco a década de 1960, após a introdução da cerâmica marajoara.



Foto 35: Vaso Paracuri. Capturada do site www.icoaraci.com.br em 15/09/2006.

A cerâmica “Vereda” é bem diferente da cerâmica decorativa de Icoaraci. Com relação ao aparecimento dessa cerâmica, Souza (2002) considera que o mesmo veio do sudeste brasileiro, no final da década de 1980. Entretanto, não encontrei dados precisos para seu surgimento. Em diálogo com os artesãos, relataram-me que essa cerâmica está atrelada à novela da Rede Globo de Televisão, *Vereda Tropical*, que teve algumas de suas cenas gravadas na localidade, no início da década de 80, daí o nome Vereda dado a essa cerâmica. Esse tipo caracteriza-se pela pintura em peças lisas em diversas colorações, constituindo uma paisagem imprecisa de cores e brilho adaptados às peças lisas. De todos os tipos, a cerâmica “Vereda” é a que mais se distancia da tradição decorativa de Icoaraci. Se os demais tipos cerâmicos estão associados às culturas existentes na Amazônia, esse estilo vem de outra região e, no Distrito obteve expressão e originalidade, configurando-se como uma cerâmica do local.

Todos esses tipos cerâmicos são tidos como tradicionais de Icoaraci e estão sendo produzidos há mais de cinquenta anos. Por mais que novos tipos sejam inseridos na produção, os artesãos continuam a confeccioná-los. Mas por que, ainda perdura esta produção que é tradicional? Por quê os artesãos não deixam de produzi-la? É algo que remete a um passado histórico ou as formas tradicionais de produção? Qual o motivo da resistência aos novos tipos? Com o intuito de responder alguns destes questionamentos, faço uma breve incursão à obra “Arte Primitiva” de Franz Boas (1974), no capítulo que aborda os estilos.

Para o autor, não existe estabilidade absoluta, mas a resistência individual a mudanças bruscas, resistência devido ao apego emocional a formas habituais. O apego emocional muitas vezes dificulta as inovações, encontrando expressão na permanência da forma, que pode ser de diferentes maneiras: sentimento de inadequação de certas formas; de um valor religioso e social e medo supersticioso face à mudança. Embora Boas se refira às sociedades ditas “primitivas”, pode-se empregar tais características em qualquer sociedade. No caso da produção dos artesãos de Icoaraci, percebo que há uma certa resistência aos novos tipos

cerâmicos, que pode ser pela ruptura com o passado. Entretanto, por mais que ocorra a inovação das formas e dos estilos muitas vezes as formas antigas são preservadas. Um bom exemplo é a cerâmica “Vereda” que foi introduzida e as demais continuaram a ser produzidas.

Outro aspecto na obra de Boas (1974) que destaco é a *invenção* de novos desenhos ou formas. Ao discutir o sonho como uma categoria de *invenção* ressalta que a criação do novo se dá a partir da combinação de elementos de padrões antigos. Em Icoaraci a novidade por duas vezes esteve ligada aos livros, primeiro com “Mestre Cabeleira” e segundo com “Mestre Cardoso”, o que se constitui como uma categoria de *invenção* de novas formas e desenhos. No que se refere à criação dos novos tipos através de padrões antigos, discuto a seguir.

3.3 Contextualizando os novos objetos cerâmicos

Com a pesquisa bibliográfica acerca das tradições cerâmicas de Icoaraci, pude perceber de que maneira as mesmas surgiram e se estabeleceram. Entretanto, incomodava-me a falta de informações e documentos acerca dos novos tipos: “Caraipé”, “Novo Design” e “Arte Rupestre”, produzidos a partir do ano de 1998. E mais, quais as mudanças ocorridas na produção dos artesãos de Icoaraci? Ao iniciar a pesquisa, obtive dados que apontavam o SEBRAE-PA e o MPEG como instituições que permeiam a criação dos novos tipos, sem contar com os artesãos, posto que (re)criam e (re)produzem a cerâmica.

Na busca de dados, conversei com pessoas que pudessem me dá informações acerca dos tipos cerâmicos investigados. Entrevistei dois artesãos Guilherme Santana e Inês Cardoso, dialoguei com uma amiga Marzane Pinto de Souza, a qual já desenvolveu monografia e dissertação sobre a cerâmica de Icoaraci, e um profissional do SEBRAE/PA, o qual me disse de imediato que a nossa conversa não poderia ser gravada. Após as entrevistas pude perceber que os tipos encontrados começaram a ser produzidos a partir de eventos do SEBRAE/PA. Tais eventos findaram em parcerias com algumas instituições.

Os eventos refletiram, diretamente, na produção do Distrito de Icoaraci, revelando novos tipos cerâmicos. Se na localidade já existia uma fabricação que se pode afirmar ser “tradicional”, então quais os fatores que possibilitaram um reforço à reprodução e coesão do grupo de artesãos e, com isso, o surgimento e estabelecimento de uma nova tradição cerâmica? Na parceria com o MPEG foram acrescidas às pinturas e gravuras rupestres às peças, e na realização do “Pará Design’98” os artefatos ganharam novos formatos com o

auxílio do “design”. Os objetos seriam identificados por meio dos desenhos e grafismos das culturas da região. Produzindo assim, uma tradição ceramista genuinamente paraense de artefatos cerâmicos legitimados por instituições, mas sempre “mergulhando” na tradição como a “designer” Ninon Rose Jardim me disse em entrevista. Sendo assim, foi através da pesquisa que pude compreender os novos tipos cerâmicos de Icoaraci e quais os elementos agregados a eles. Bem como se tornaram tradicionais, em uma perspectiva que estas últimas se misturavam, perdendo a característica principal ou estavam desaparecendo.

Como foram citados anteriormente, os tipos encontrados foram: “Caraipé”, “Novo Design” e “Arte Rupestre”. Percebo que os mesmos parecem ser uma combinação de várias cerâmicas, posto que ao abordar a constituição de um tipo como “Arte Rupestre”, verifico gravuras, pinturas e novas formas advindas do “design”. No mais, existem duas instituições por trás dos mesmos, o SEBRAE/PA e o MPEG, as quais contribuíram cada uma de modo singular. Neste momento, abordo as principais características de cada tipo, de modo a revelar o que há de inovador e como os mesmos tornaram-se *atrativos* para o mercado.

A grande questão inserida a partir da criação dos novos tipos cerâmicos que tendem a ser autênticos e legítimos é a *identidade cultural* impressa na cultura material. Se a cultura é uma representação no sentido em que a Antropologia Cultural define, então os objetos são representativos de uma cultura. Os objetos representam a cultura materializada, real e concreta. E por quê não vendável e passível de interferências? Quando viajamos e compramos pequenos objetos, lembrancinhas ou os conhecidos souvenirs, adquirimos não apenas “artesanato” em palha, madeira, cerâmica, miriti, dentre outros, compramos, sobretudo cultura. Oferecemos aos nossos parentes e amigos a “marca registrada” de um grupo, de uma comunidade ou de uma sociedade. Enfim, presentamos alguém com a *identidade cultural* do local onde estivemos.

Contudo, a cultura também sofre interferências por parte das instituições, dos artesãos e por quem nela está inserida. Ora se há uma cultura “tradicional” de produção ceramista em Icoaraci, onde se encaixa o “novo” e o “moderno” neste processo de interferência? Ocorre de diferentes maneiras: idéias novas; um mercado competitivo; a valorização do patrimônio seja cultural, histórico, ambiental, social; a qualidade dos produtores a serem confeccionados, dentre outras. Neste sentido, os objetos ao serem reinventados pelos atores sociais envolvidos ganham novos nomes, nomenclaturas, denominações, mas sempre estarão ligados a identidade cultura. Ressalto que tais interferências estão atreladas aos projetos de desenvolvimento socioeconômico de uma localidade, região, estado ou país.

A cerâmica “Caraipé” tem sua denominação fazendo referência a uma planta nativa da região amazônica que, após ser queimada, suas cinzas são misturadas na argila para dar mais consistência ao material, criando uma argila melhor. Refere-se, também, a um grupo de sete artesãos que participaram de diversas atividades através do Programa de Artesanato do Pará (SEBRAE/PA), por exemplo, os dois eventos acima citados, incorporando conceitos novos à cerâmica de Icoaraci, sendo que o grupo formou-se em 1999. O grupo não mais existe, mas durante suas atividades produziram réplicas arqueológicas, peças utilitárias sob encomenda para o SEBRAE/PA, embalagens funcionais, dentre outras. Essa cerâmica tem diversos formatos com os grafismos e desenhos das cerâmicas “Marajoara”, “Tapajônica”, “Maracá” e das pinturas e gravuras rupestres. Atualmente, quem a produz é Guilherme Santana, cujo nome está ligado, diretamente, à cerâmica “Caraipé” e ao grupo, fato observado quando da coleta de dados, pois, os artesãos do Distrito informaram que quem produz é Guilherme.

Demorou um bom tempo para que eu pudesse desatrelar esta designação para as peças produzidas por Guilherme, foi somente quando o questionei que esta cerâmica estava ligada a seu nome que consegui entender melhor, nas palavras do artesão:

“teve uma época que foi muito forte e tal. A gente inclusive tratou de desmassificar isso daí, seria uma coisa que ia rotular. Ia rotular um trabalho novo, sendo que é um trabalho que começou a ser produzido por um grupo que tinha esse nome. A gente não tem um nome assim, uma nomenclatura pra esse trabalho...”¹³⁶

Guilherme considera ainda que o grupo “Caraipé” durante sua existência “serviu pelo menos pra fazer as pessoas pensarem um pouco, porque as pessoas (os outros artesãos) tinham cerâmica aqui... é... como se fosse uma coisa pronta, acabada e imutável, quando na verdade não é”. A fala de Guilherme exprime um momento importante em sua trajetória na cerâmica, sobretudo quando ele fazia parte do “Caraipé”, e também revela que até aquele instante a produção ceramista da localidade tinha certa resistência a novos elementos. A seguir o artesão aborda de que forma funcionava a produção do referido grupo:

“O Caraipé era engraçado como funcionava... Era como se fosse uma oficina de experimentos..., tanto que a gente não tinha assim uma produção que digo olha essa peça a gente vai produzir, vai vender e depois vai produzir dela de novo. A gente assim no Caraipé tinha a idéia fazia um lote de peças, vendia e daí aquela peça a gente já não fazia mais... então

¹³⁶ Entrevista gravada em cinco de outubro de 2005.

era uma dinâmica muito grande, tanto que tinha problema assim às vezes que o cara chegava ai e olha eu queria uma peça igual a que eu comprei de vocês e tal... é só tu trazer a fotografia, e tinha pior as vezes a gente fazia as peças, vendia a peça e não fotografava, não fazia nada, a gente não registrava. Era só por fotografia por que... Uma vez até uma mulher trouxe olha é igual a essa que eu quero, uma peça que a gente fez uma, ai levamos pra feira da indústria a mulher comprou e queria uma igual, daí ela trouxe a peça, olha é dessa ah tá essa peça foi feita só uma, e tinha muito disso assim, na verdade a gente experimentava muito, ninguém tinha um compromisso com padronização”¹³⁷

Guilherme por diversas vezes explanou acerca de seus experimentos, não apenas com o grupo Caraipé, mas também quando fez parte do “Liceu Mestre Cardoso”, sendo no mesmo instrutor na “Sala de Química de Esmaltação”. Em muitos momentos da pesquisa fez referência aos ministrantes dos cursos, como por exemplo, Lalada Dalglisch que é uma ceramista de renome nacional, assim como dos cursos os quais participou, um deles foi o de “Tecnologia Oleiro Cerâmico”, que aprendeu partes mais técnicas sobre a cerâmica, com ênfase pra tecnologias mais avançadas utilizadas em objetos de outros estados e países. Tudo foi um aprendizado e que complementou de forma preponderante suas atividades como artesão e ceramista.

Outro aspecto importante sobre o “Caraipé”, foi à maneira como o grupo se formou e aonde se instalou. Quando do término dos eventos planejados pelo SEBRAE/PA, Guilherme contou-me que a apresentação das novas peças foi um enorme sucesso, as pessoas começaram a procurar e não havia ninguém para produzi-las:

“Depois que teve os cursos e foi preparada a exposição lá no Centur. A partir dali deu uma parada assim meio que inexplicável porque foi um sucesso e tal, uma divulgação danada... as pessoas começaram a procurar, queriam, mas não sabiam onde conseguir, ai, não tinha realmente ninguém que fizesse ninguém fez até mesmo porque, nem o pessoal daqui de Icoaraci se interessou em fazer porque achou que era uma coisa muito simples, muito simplória, que não tinha a ver, que era besteira fazer aquilo, mas teve uma repercussão tão grande, uma procura tão grande que o SEBRAE pegou todo o pessoal que participou do Pará design e que morava em Belém e partiu pra uma reunião e propôs assim... falou que tinha um recurso guardado e que poderia ser usado, um financiamento... e nós tivemos um período de várias reuniões do SEBRAE e no final dessa reunião. A gente começou assim com parece-me com 28 pessoas por ai mais ou menos, tudo que tinha participado do Pará Design, e o Marcelo Gil que eu convidei pra ir é... ao final de todas essas reuniões, só sobrou sete, que foi o pessoal que formou o grupo Caraipé. Os outros todos foram sendo assim se afastando uns porque não podiam, o Barata o Mário Barata ele não podia porque ele era funcionário público federal e não podia ter emprego. Algumas pessoas não podiam porque eram empregadas e outras não quiseram. E foi enxugando e só sobrou o pessoal de Icoaraci.”¹³⁸

¹³⁷ Entrevista gravada em doze de abril de 2006.

¹³⁸ Entrevista gravada em doze de agosto de 2005.

No que diz respeito à instalação do grupo “Caraipé” é interessante perceber de que maneira as peças começaram a ser produzidas pelos outros artesãos. Após duas mudanças de locação, no segundo endereço nas palavras de Guilherme “todo mundo tinha acesso ao que a gente fazia, os caras começaram a copiar”. Nesta mesma época o grupo já estava fortalecido tendo um site, vendendo pela internet e tinham o domínio do nome “Caraipé”.

Dos sete restantes, apenas um não era artesão, o Marcelo Gil, que é “designer” de móveis, ficando responsável pela parte de criação das novas peças. Depois do grupo formado e as dificuldades começaram a surgir o grupo foi reduzindo até a extinção definitiva do mesmo. Sobre a nomenclatura “Caraipé” não ficou com ninguém e Guilherme preferiu “fortalecer” seu nome, até mesmo porque era de domínio do grupo.

Percebo que a cerâmica “Caraipé” foi uma grande tentativa de criar um tipo cerâmico com uma especificidade e quem sabe uma originalidade, utilizando os desenhos e grafismos das culturas já existentes, o que se aproxima daquilo que Boas (1974) salientou acerca da criação de novos padrões que muitas vezes partem da combinação de elementos de padrões antigos. No entanto novos elementos foram inseridos, por exemplo: a “Arte Rupestre” e a questão dos novos formatos para que as peças tivessem um atrativo para a comercialização.

A cerâmica “Novo Design” também surgiu após os eventos do SEBRAE/PA. Nas peças são empregados os desenhos e grafismos das culturas existentes, podendo haver as pinturas e gravuras rupestres. Os formatos são diversificados e “modernos”, retirados do “design”. Muitos artesãos produzem esta cerâmica, que teve uma aceitação muito grande no mercado, podendo ser encontrado em encontrada em diversos lugares, tanto nas lojas de artesanato cerâmico, quanto nas lojas espalhadas por Belém, que comercializam artesanato regional e até mesmo na feira do Ver-o-peso.

Comparando-a com a “Caraipé”, essa cerâmica muda apenas o nome, os dois tipos se confundem. Mas no que se refere aos artesãos produtores, são inúmeros os que confeccionam o tipo “Novo Design”. Ou seja, enquanto a “Caraipé” tem como “dono” Guilherme Santana, a “Novo Design” é “propriedade” de todos os artesãos. Fato esse observado quando ao visitar as lojas tanto da Feira do Paracuri, quanto nas lojas da travessa Soledade, no bairro do Livramento, os artesãos me informaram que “Novo Design” é a que eles produzem e “Caraipé” é a que Guilherme produz. Nas fotografias abaixo os dois tipos cerâmicos, um e o outro se confundem, podendo ser denominados tanto de “Novo Design” como “Caraipé”:



Foto 36: Cerâmica Novo Design. Moquequeira. Catálogo SEBRAE/PA.



Foto 37: Cerâmica Caraipé Travessa para peixe. Catálogo SEBRAE/PA.

Para Guilherme suas peças estão nesta denominação “o que mais se fala é “Novo Design”, não gosto muito da palavra, mas é a palavra mais usada pra esse trabalho que a gente faz não gosto muito, mas as pessoas falam tem que fazer”. Neste sentido, por mais que a cerâmica denominada “Caraipé” esteja ainda ligada ao meu principal informante, ele faz questão de reforçar que a mesma era de um grupo específico. Apesar de não gostar muito da nomenclatura “Novo Design”, faz com que seus objetos sejam iguais aos demais artesãos, seja por uma estratégia que o aproxima da produção local, o que legitima sua produção como tradicional. Ou seja, para simplesmente classificar seus artefatos.

A cerâmica “Arte Rupestre”¹³⁹ contem apenas as gravuras e pinturas rupestres. Tem riqueza de formatos, também extraídos do “design”, indo de peças pequenas e funcionais a vasos grandes e decorativos. Os desenhos representam uma expressão cultural de um povo que habitou a Amazônia e, sobretudo, com riqueza de traços, demonstrando que foi possível inserir as pinturas e gravuras nas peças cerâmicas de Icoaraci, assim, revelando uma combinação de novos elementos em artefatos cerâmicos, de forma que os mesmos pudessem

¹³⁹ Segundo Edith Pereira (1999) a arte rupestre é a designação para os desenhos produzidos em rochas por meio de pintura e gravação, que estão presentes nos cinco continentes, tendo sua origem há mais de 30.000 anos, apontando algumas conhecidas mundialmente, como as pinturas das cavernas de Altamira, na Espanha, e Lascaux, na França. Especificamente na Amazônia, esses vestígios estão presentes nos relatos dos viajantes, desde o século XVII, e foram descritos como curiosidades de viagens.

expressar a história da região. Essa cerâmica pode ser adquirida em diversas lojas de Icoaraci e Belém. São muitos artesãos que a produzem. Requer habilidade na confecção e pintura, assim como conhecimento dos desenhos rupestres. Esta cerâmica como a “Novo Design” não está ligada a nenhum artesão em especial. Abaixo dois exemplares desta cerâmica, no detalhe os grafismos rupestres:

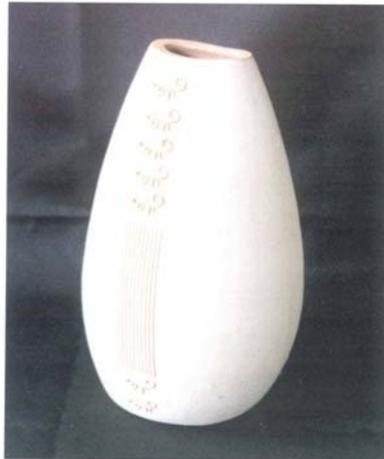


Foto 38: Vaso solitário Linha Museu. Catálogo Sebrae/Pa. Foto 39: Copos. Catálogo Sebrae/Pa.

Dito isto, acerca das tradições ceramistas em Icoaraci há ainda algumas questões acerca do conceito de *tradições inventadas* de Hobsbawn e Ranger (1984). As ações do SEBRAE/PA nada mais foram do que um processo de formalização e ritualização de uma nova tradição no contexto ceramista de Icoaraci, pois ainda se refere a um passado determinado da região através da repetição. Entretanto, no que diz respeito à aceitação de uma nova tradição, penso que as tradições velhas ainda não perderam sua força. Levando em consideração que as novas práticas encontram grande resistência por parte dos artesãos tradicionalistas, e isso fica claro nas falas de Guilherme. Muito embora os mesmos produzam os novos objetos. A que se verificar o porquê da comercialização dessa nova tradição, acredito que fatores econômicos possam responder a essa assertiva. Neste sentido, deve-se combinar a história em sua exaustão e a antropologia econômica, concomitantemente o simbólico para revelar o que vai além das *tradições inventadas*.

No tocante aos novos tipos cerâmicos abordados, ao inquirir Guilherme sobre se já podem ser considerados como tradicionais me deu a seguinte resposta:

“Dá sim, com certeza. Eu acho que seria mais ou menos de uma... uma terceira vertente de cerâmica daqui de Icoaraci porque tem a dita marajoara que essa daí é uma coisa enraizada mesmo, tudo que era produzido aqui é marajoara e não é. Tem a cerâmica que foi criada a partir da marajoara, mas que criada aqui em Icoaraci, novas formas. E tem essa terceira opção agora, que são essas peças assim que preocupo mais nem tanto com o grafismo, o grafismo é apenas um acessório da peça.”¹⁴⁰

Finalmente, pode-se entender, não apenas a afirmação de uma tradição ceramista que pretende se estabelecer em meio a tradições velhas. E que esta terceira opção de tradição está ligada diretamente a eventos e ações de instituições, as quais Guilherme adquiriu conhecimento ao longo de sua vida com a cerâmica. Outrossim, que a cerâmica atualmente produzida em Icoaraci é uma *tradição inventada* que atende a um público alvo, um mercado consumidor, que mercado é este?

3.4 O mercado

“Aqui em Icoaraci *a gente* não vende cerâmica, *a gente* vende é cultura porque se fosse pra vender cerâmica não vende. O que se vende é a cultura marajoara a questão do grafismo e tal, a tradição, enfim, aquelas coisas por que... como material em termos de qualidade é péssimo. É um material que não teria... não teria como concorrer no mercado.”¹⁴¹ (Grifo meu)

Com o intuito de mostrar não apenas a fala de Guilherme, mas também revelar os outros artesãos. Início este tópico com o relato acima. Por diversas vezes fui questionado acerca dos demais artesãos da localidade, suas falas, seus depoimentos, suas vozes, ou até mesmo onde iriam aparecer. Prefiri expor as falas dos outros através de meu informante preferencial. Em parte por ter realizado a pesquisa somente em seu ateliê e ter acompanhado toda a sua produção. E por outro lado, as entrevistas gravadas revelaram-se uma fonte muito rica em dados sobre os outros artesãos. Entretanto, mostrava aspectos da produção e direcionamento dos objetos cerâmicos de Guilherme. Por fim, o que os outros não fizeram, Guilherme decidiu fazer, como por exemplo: direcionar sua produção, se capacitar, participar de eventos e ganhar experiências e conhecimentos, estudar outras cerâmicas, dentre outros.

Foram incontáveis as vezes que meu informante falou-me sobre os cursos e o quanto foram importantes pra sua produção. Suas viagens que se tornaram um momento não só de venda da produção local, mas se constituiu em instantes de reconhecimento da cerâmica de

¹⁴⁰ Entrevista gravada em quinze de agosto de 2005.

¹⁴¹ Entrevista gravada em quinze de agosto de 2005.

outras localidades. Sua trajetória de vida através da cerâmica, relatando-me inclusive um determinado momento que preferiu se distanciar da produção, mas mesmo assim, o distanciamento era para retornar à cerâmica “eu vou me empregar, consigo um dinheiro, trabalho um tempo, consigo um dinheiro e monto uma “olaria”, um “ateliê” pra mim”. Desta maneira, foi através de seus relatos e estando presente em seu “ateliê” que pude perceber de que maneira Guilherme traçou seu caminho ao longo dos seus 43 anos de vida, dos quais 31 anos são dedicados à cerâmica.

Em seus relatos suas experiências, em dois momentos o *novo*, o *diferente* e eu percebia a sua surpresa frente à realidade de outros centros produtores de cerâmica. Assim como no “*mito da caverna*”¹⁴², sabemos que existe algo, vemos uma luz, e quando o mundo se apresenta por completo há uma contemplação ou até mesmo um desencantamento para além da escuridão. Muitas vezes basta olhar através de uma pequena fresta e perceber, nas palavras de Guilherme, “as coisas não são bem assim não” e seguir seu caminho, fazendo algo que se saiba e de maneira diferente. Embora, os “outros” não queiram fazer nada pra melhorarem ou “que mania que o cara tem de reclamar”. A trajetória de Guilherme é um exemplo de como direcionamos nossas vidas, nossas escolhas, nossos erros e acertos, é a forma como ele escolheu viver em meio aos outros artesãos. Em meu caminho rumo à construção da dissertação por duas vezes Guilherme me deu exemplos de pessoas que escolheram a cerâmica como meio de vida. Questionei-me sobre o porquê, não obtive resposta ou obtendo aquele não é/era meu caminho.

Uma escolha ou decisão de fazer o que sabe de maneira a se diferenciar dos outros artesãos Guilherme foi me dando pistas do direcionamento tomado pela sua produção. Contudo, pude verificar que o *mercado* consumidor estava por detrás de todo o processo produtivo. No âmbito da pesquisa foi visualizar uma produção inversa das outras do Distrito, digo isto, pois ao realizar a primeira pesquisa no ano de 2000, a produção estudada não estava tão comprometida com os ditames do comércio e também pelas inúmeras conversas travadas com outros artesãos, em especial Luiz Otávio e “Mestre Rosemiro”. O quadro visualizado com a atual produção, no caso em questão a de Guilherme, é de que com novas *tendências de mercado* e o aparecimento de novas peças, toda uma produção se modifica, adequando-se aos ditames do comércio. A despeito da introdução de elementos novos na cerâmica de Icoaraci, questionei-me acerca das alterações na produção dos artesãos e suas implicações no produto final.

¹⁴² Mito da Caverna, em Platão. Consultar Coleção “Os pensadores”.

No que se refere ao produto final enquanto *mercadoria* é em Karl Marx(1978) que busco um conceito “... uma coisa qualquer, necessária, útil ou agradável para a vida”, objeto de necessidades humanas, meio de vida no sentido mais amplo da palavra” (1978: 31). Para o estudo da cerâmica como produto e seus diversos valores, este conceito buscou entender de que maneira os elementos acrescidos revelam o duplo sentido em que se apresenta a *mercadoria*: o valor de uso e o valor de troca.

Por mais que a *mercadoria* para Marx (1978) tenha este duplo sentido. Sahlins (2003) afirma que o valor de troca somente terá sentido dentro de uma ordem simbólica, ou seja, dentro de uma cultura, levando em consideração que é a cultura que constitui a utilidade. Em “*Cultura e Razão Prática*” Sahlins (2003) se contrapõe a todo e qualquer tipo de pensamento em que as culturas humanas são formuladas a partir da atividade prática ou do interesse utilitário. E apresenta uma outra razão: a simbólica ou significativa. Nesta feita, a *mercadoria* não é meramente utilitária ou tem um valor de troca equivalente à subsistência da sociedade. Ela é antes de tudo simbólica para todos os envolvidos em sua produção, para Sahlins (2003):

“... uma explicação cultural da produção, é crucial que se note que o significado social de um objeto, o que o faz útil a uma certa categoria de pessoas, é menos visível por suas propriedades físicas que pelo valor que pode ter na troca. O valor de uso não é menos simbólico ou menos arbitrário que o valor-mercadoria. Porque a “utilidade” não é uma qualidade do objeto, mas uma significação das qualidades objetivas... Nenhum objeto, nenhuma coisa é ou tem movimento na sociedade humana, exceto pela significação que os homens lhe atribuem.” (2001: 170)

Maurice Godelier (1981) no artigo “*Moeda de Sal*” e *Circulação das Mercadorias entre os Baruya da Nova Guiné*” ao analisar o sal enquanto mercadoria ilustra o duplo sentido: de uso e de troca. O sal enquanto valor de uso é um objeto que tem características próprias e uma natureza particular, pois é posto na categoria de coisas “boas para comer, mas raras e essenciais” como a carne e os porcos, e também por ser consumível em determinadas situações da vida social. Porém, quando se trata do valor de troca, perde seu valor enquanto mercadoria, pois é objeto de uma troca social, sendo “sempre de dádiva e redistribuição”. Assim para o autor:

“Compreende-se então por que, em certas cabanas dos Baruya, se vêem, suspensas acima da lareira, barras de sal velhas de quase uma geração, enegrecidas pela fuligem e secas. Por “nada neste mundo” seu proprietário as trocaria ou consumiria, pois são para ele o símbolo de uma amizade desaparecida ou de um pacto com o inimigo, linguagem muda que conta em cada instante o que do passado não deve envelhecer. Já não são, portanto, próprias para serem comidas, nem para serem trocadas. Elas só são “próprias para pensar.”” (1981: 148)

Neste sentido, pude entender o valor que a cerâmica tem para Guilherme quando não é mercadoria, própria para ser comercializada. Fui seguindo pistas¹⁴³ deixadas ao longo do caminhar da pesquisa. Ou melhor, explicando, pistas que se encontram por toda parte de sua casa, ao começar quando adentrei pela primeira em seu jardim, os muiiraquitãs em cerâmica fincados no concreto, que formam uma trilha até o corredor que dá acesso ao ateliê. As luminárias do jardim, de sua pequena área e do ateliê, todas em cerâmica que alumiam os espaços. Os desenhos da porta e da janela em madeira, da entrada de sua casa são talhados com os grafismos marajoaras. Na coluna que está o portão de ferro dando acesso ao corredor há uma pequena placa em cerâmica com um desenho de uma urna funerária. Os pequenos vasos cerâmicos que ornamentam seu jardim com as plantas são criações suas. O peso que segura sua porta da sala é em cerâmica. E por fim, em sua estante da sala diversas peças cerâmicas expostas, produzidas em diversos cursos ou amostras de objetos confeccionados em seu ateliê. Sendo assim, Guilherme por “nada neste mundo” venderia estas peças, até mesmo porque muitas estão “cravadas” nos locais que se localizam, pois são para ele o símbolo de algo que não pode ser comercializado, vendido ou ofertado a alguém. Estas peças são próprias para a utilização em sua casa, loja e ateliê, portanto, “próprias para pensar”, indicando que em casa de ceramista a argila transformada em cerâmica tem usos¹⁴⁴ próprios.

Retomando Marx (1978) o valor de troca assume no mundo complexo das trocas um atributo que possibilita qualificar objetos diferentes, quantidades diferentes em igualdades homogeneizadoras de todos os produtos. Neste sentido, a troca enquanto atributo qualitativo representa abstratamente a quantidade que os inúmeros produtos podem valer em nível de proporcionalidade (tal possibilidade decorre da quantidade de tempo social necessário contido nas mercadorias que serão permutáveis entre si). Logo é o tempo socialmente necessário que possibilita “igualar” diferentes objetos em quantidades diferentes numa mesma igualdade de valor.

A despeito disso, um determinado produto que gastou horas de tempo socialmente necessário para sua fabricação pode equivaler a dois produtos de diferente qualidade que gastaram quatro horas para serem fabricados. Essa lógica possibilita no mundo das trocas estabelecer o trabalho como veículo que possibilita a equivalência nas trocas. A possibilidade do valor de troca igualar produtos heterogêneos numa mesma equivalência acaba por “diluir”

¹⁴³ No Anexo H “O local da cultura”, fotografias mostram diversos locais em que estão expostas as peças cerâmicas ou os grafismos da cultura Marajoara, tanto na casa de Guilherme como em outros lugares.

¹⁴⁴ No anexo I apresento “Os usos da cultura” em diversos contextos com utilidades e finalidades próprias para quem interessa a divulgação da cultura Marajoara. No anexo está a figura da capa da dissertação.

ou “sobrepôr-se” sobre o que há de concreto no valor de uso. Uma vez que no mundo das trocas o valor torna-se um elemento fundamental. Visto que na sociedade capitalista, cuja base de sustentação configura-se numa complexa produção de mercadorias, o valor enquanto abstração inverte a condição do valor de uso (elemento real) secundarizado tornando-se o valor de troca mais importante nas relações de troca. Nesta perspectiva considero a cerâmica uma mercadoria que atende as necessidades humanas (valor de uso) de todos aqueles consumidores que apreciam tal produto. Mas, ao inseri-se no mundo das trocas inevitavelmente secundariza-se enquanto elemento utilitário, para prevalecer o seu valor de troca na complexa rede onde se deparam as diversas mercadorias. O artesanato enquanto contemplação e produto do artista entremeia-se entre os diversos objetos para concorrer no mundo das trocas. E na medida em que as relações de trocas tornam-se mais complexas o artesanato cerâmico adequa-se a um processo de produção que o próprio mercado exige. Assim, o artesão enquanto criador incorpora-se no processo de alienação como qualquer outro produtor de mercadorias. Neste sentido questiono: o artesanato cerâmico em decorrência de estar inserida no modo de produção capitalista, pode subsistir ao fetiche mercantil que incorpora todas as produções para o mundo geral das trocas? O artesão pode “escapar” do convívio complexo de alienação do mundo das mercadorias?

Embora tal conceito seja complexo, pois requer uma análise mais apurada da categoria trabalho, preferi não abordá-lo em profundidade. Entretanto, acredito ser relevante um fato presenciado no ateliê de Guilherme. Certo dia, quando do aumento da produção observei Guilherme com um relógio em mão verificando em quanto tempo, Ledes o oleiro, produzia um objeto no torno-improvisado. Marx (1978) aborda a quantidade de trabalho socialmente empregada para analisar a mercadoria. Será que a lógica capitalista está por um triz de sua chegada ao Distrito? Resposta à parte, a produção de meu informante está bastante inserida no mundo das trocas.

Enquanto “mercadoria” a cerâmica está atendendo necessidades dos consumidores ou clientes de Guilherme, tem um público alvo e este último faz diversas exigências. Sua atual produção tem como marco sua própria história de vida quando aos trinta anos:

“Então assim quando eu... quando eu me vi no meio do caminho assim que eu tava com 30 e poucos anos assim e não tinha concluído nem o ensino fundamental e tava assim meio perdido aí eu... uma vez ... vou ficar velho sem saber fazer nada, nunca tive carteira assinada. Então não vou poder me aposentar, o quê que eu vou fazer, daí eu disse poh, mas... eu tenho que fazer o que eu sei, só que eu tenho que fazer o que eu sei de maneira diferente. Foi daí que eu resolvi estudar, resolvi... o meu conceito de cerâmica se transformou, cerâmica pra mim eu

acho é uma maneira, é uma profissão que se for bem arquitetada dá pra te viver muito bem, com respeito com dignidade.”¹⁴⁵

Ao retornar aos estudos e ter conseguido tirar seu diploma de Ensino Médio, isto significou uma grande conquista para Guilherme. Foi à possibilidade de se inserir nos eventos e ações de muitas instituições, SEBRAE/PA, MPEG, SENAI, dentre outras. Outrossim, foi o meio pelo qual fazendo pontes entre as mesmas e diversas pessoas que ele conseguiu direcionar sua produção para um único público – *grandes empresas*. Desta maneira, sua produção ceramista é o inverso das outras produções do Distrito, nas palavras de Guilherme:

“olha assim eu não identifico o trabalho que eu faço agora com a cerâmica local, com a cerâmica que a gente chama de tradicional aqui de Icoaraci, nem... apesar de eu fazer um pouco de trabalho arqueológico quando eu tenho tempo e esse trabalho eu só faço por prazer mesmo porque gosto de tá mexendo com isso. Infelizmente não tenho muito tempo é... a minha produção atual ela procura... ela se dá... tipo uma inversão da que se faz aí”¹⁴⁶

Com este relato Guilherme demonstra que é nessa inversão¹⁴⁷ da tradição local que sua produção está inserida. Enquanto todos os outros artesãos vendem para suas lojas ou até mesmo empresas, sua produção está bem distante de ser considerada pelos demais como tradicional. E realmente pude constatar este fato, levando em consideração que no período do início do ano, sua produção estava funcionando como se fosse uma época de grande demanda de peças. Pois, no primeiro semestre do ano, principalmente janeiro e fevereiro, que é a época das chuvas as outras olarias tem sua produção reduzida. O fator climático atrapalha um pouco, mas Guilherme dribla através de inovações, como foi o caso da estufa abordada no primeiro capítulo.

Outra inversa se dá através da utilização dos grafismos e desenhos das culturas da região, as olarias comercializam suas peças repletas de desenhos das culturas ditas tradicionais e sua produção se dá através de um simples desenho:

“Enquanto o pessoal... gosta de... assim muito detalhamento nas peças, muito desenho. Eu pelo contrário, eu quanto menos desenho tiver é melhor, agora eu tenho que entender o

¹⁴⁵ Entrevista gravada em quinze de abril de 2005.

¹⁴⁶ Entrevista gravada em quinze de abril de 2005.

¹⁴⁷ Pude perceber uma contradição nos discursos de meu informante. Anteriormente ele afirmou que os novos tipos produzidos se caracterizam como uma terceira opção da cerâmica local, e agora ele afirma que sua produção é o inverso da localidade. Talvez exista uma explicação para este fato, aliás, três. A primeira está ligada aos novos tipos, que pretendem ser tradicionais e que precisam se estabelecer e legitimar, pois se afirmar que não é tradicional o consumidor não compra. A segunda, sua produção propriamente dita é o inverso pelos meios empregados na confecção, o diferenciando dos demais. E a terceira, e que já foi levantado no 1º capítulo, o fato dele não ser “Mestre”, e sim mais um artesão ou ceramista entre os outros.

seguinte o que caracteriza a cerâmica daqui da região é a cultura marajoara, tapajônica. Então eu não posso abrir mão dessa... desse valor, desse valor que ela tem”¹⁴⁸

Apesar de não confeccionar seus artefatos cheios dos desenhos das culturas, ele não pode lançar mão dos mesmos. Isto se dá até mesmo porque é uma exigência de alguns dos seus clientes. Aliás, seus “consumidores” fazem questão de acertar algumas exigências, as quais devem ser cumpridas. Destaco duas: a primeira é que as peças produzidas não podem ser produzidas pra mais ninguém “isso daí tá implícito apesar da gente não ter contrato, eu tenho que ter uma fidelidade em relação ao cliente”. A segunda é que um outro cliente exige o grafismo da região “as peças geralmente levam, eles levam muito em consideração o grafismo “Marajoara” e tal, as lendas da região”.

Sobre a cerâmica tradicional de Icoaraci e sua comercialização Guilherme acredita que há mercado para todos os artesãos, levando em consideração a qualidade das peças. A noção de qualidade está atrelada a de cultura de qualidade, ou seja, uma peça deve ser produzida com uma argila beneficiada. E também quando da peça está pronta deve estar bem acabada “é assim que eu quero alguém que trabalhe assim, se ver um trabalho mal feito tem que dizer, tem que fazer de novo, exercitar essa cultura de qualidade”. Presenciei no processo de produção o extremo rigor com os artefatos, todos são medidos para que o cliente não devolva, a cor deve ser de acordo com a acertada previamente. Peças que não estão de acordo com os padrões dos clientes podem retornar, pude perceber este fato quando na confecção dos ovos de páscoa uma grande remessa voltou, pois, como as peças serviriam de embalagem para chocolates recheados de sabores regionais, não couberam em sua caixa principal.

No que concerne às peças produzidas serem embalagens, certa vez ouvi de Guilherme “Sendo que eu tenho bem idéia de que isso aí não é uma peça, é uma embalagem, é uma embalagem pra valorizar produto, já é outro perfil”. Tal informação ficou clara quando observei os objetos prontos, e meu informante me relatou que confeccionava bonbonieres para seus clientes. Por outro lado, no evento “Pará Design’98” os objetos produzidos não eram embalagens, levando em consideração que no mesmo, matérias-primas, como miriti e madeira é que seriam agregadas aos novos artefatos. Os produtos de Guilherme têm um grande alcance em termos de funcionalidades, isto observado no primeiro capítulo ao apresentar o processo produtivo das xícaras e pires. Não é a toa, que seus clientes são fornecedores de outras empresas, tais como “Natura”, “Petróleo Brasileiro S.A” (Petrobrás), “Nestlé” e utilizam a cerâmica como embalagem em brindes de fim de ano. E também, em determinados produtos

¹⁴⁸ Entrevista gravada em quatorze de agosto de 2005.

da Natura pode-se ver os perfumes dentro dos objetos cerâmicos, servindo assim como uma embalagem.

Se os outros artesãos trabalham pra suprir o estoque de suas lojas ou a venda para “atravessadores” Guilherme prefere trabalhar por encomenda, assim ele consegue planejar sua produção, fazer perspectiva do quanto irá precisar antecipadamente do cliente. Mesmo porque sua venda na loja é quase zero, servindo apenas pra algumas despesas domésticas. A seguir me deu um exemplo de como é o funcionamento das encomendas da localidade:

“Mas ai eu vou ter que terminar, vou fazer o que, vou precisar vender essas peças, é uma coisa. Tu vais ter que pegar o capital do teu pulso fazer... depois de tudo pronto vai começar a vender pra tirar, pra tirar o teu lucro.”¹⁴⁹

Por encomenda à lógica é bem diferente, pois quando fecha a encomenda Guilherme já recebe um “sinal” de 30%, que servirá como capital de produção¹⁵⁰, o qual por um período de mais ou menos dois meses será utilizado para pagar os funcionários. E quando da entrega das peças ele recebe o restante da soma acertada. Porém pode haver mudança das somas, dependendo do cliente e do tamanho da encomenda. Ou seja, alguns clientes pagam por semana ou se caso Guilherme precisar de algum extra, que é empregado para contratar mais trabalhadores. Para ele tudo é “mais fácil pra trabalhar por encomenda”. Sendo as encomendas à base de sua produção “eu estou meio que me especializando em peças pra empresas”. Fato este percebido quando da pesquisa de campo, pois vi as constantes ligações dos clientes ou pedidos pela internet.

Acerca das ações do SEBRAE/PA em eventos como o “Pará Design’98” ou o curso que participamos na “Casa do Artesão” Guilherme sempre fez referência aos mesmos. Alguns ensinamentos destes eventos são utilizados em sua produção, como por exemplo: aparência moderna, acabamento muito bom e a característica da região – os grafismos e desenhos colocados de maneira bem criativa. A despeito da introdução desses elementos novos na cerâmica de Icoaraci, questionei-me acerca das alterações na produção e conseqüentemente suas implicações no produto final. Ao fazer pesquisa de mercado e mostrar tendências atuais, o SEBRAE/PA revela que, com o aparecimento de novas peças, toda uma produção se modifica, adequando-se aos ditames do comércio.

¹⁴⁹ Entrevista gravada em quatorze de agosto de 2005.

¹⁵⁰ Reprodução na íntegra do relato: “e eu trabalhando assim por encomenda, primeiro quando tu fecha a encomenda o cara já te dá um sinal que serve como capital de produção, ou seja, se tu vender R\$10.000,00 pro cara, ele manda ai que é 30%, ai o cara te manda três mil. Esses três mil tu consegues trabalhar durante dois meses, mais ou menos assim, pagando funcionário, é um dinheiro que tu não podes mexer pra outra coisa que não seja pagar funcionário.” Entrevista gravada em quatorze de agosto de 2005.

No presente estudo, na medida em que abordei a cerâmica enquanto “mercadoria” pude perceber que existiam variantes que modificaram a produção dos artesãos, dentre outras, a inserção do tratamento da argila para uma peça de boa qualidade. Isso ocorrendo, ou a peça demora a ser produzida ou novos artesãos serão contratados. Tais alterações vistas especificamente no “ateliê” de Guilherme.

Ora, se há novos tipos cerâmicos na localidade e alterações ocorreram, minha tentativa foi a de verificar quais as mudanças na produção dos artesãos, atentando para Guilherme que participou dos cursos do SEBRAE/PA, uma vez que tanto os tipos como as mudanças são percebidas após os eventos organizados por esta instituição. Portanto, o marco, para as modificações investigadas, é a ação da instituição com seus planos e metas para o artesanato no estado do Pará. Desvendando os caminhos que propiciaram o surgimento desses novos estilos foi compreender a maneira como Guilherme organizou sua produção no contexto atual do Distrito, considerando o mercado consumidor, a criação de um artesanato “genuíno” do estado do Pará e os elementos imbricados na formação dos mesmos. Sendo assim, percebo que os eventos realizados pelo SEBRAE/PA se refletem na produção de Icoaraci. Não seria enganoso afirmar que há interferência da instituição, por mais que seja para a “melhoria” da produção e uma qualidade do artesanato. No que diz respeito à interferência meu principal informante em tempo algum se referiu às ações do SEBRAE/PA como tal, ao ser questionado sempre relatou o papel da instituição “o trabalho do SEBRAE/PA não é dá financiamento, não é dá encomenda, o trabalho do SEBRAE/PA é capacitar às pessoas”.

Neste sentido, Guilherme revela algo mais sobre os outros artesãos, afirmando ainda que muitos não se interessam pela “capacitação”, uns porque acham que já sabem tudo, outros porque não tem paciência, e que muitos querem tudo já “mastigado” ou pronto. Recordo que o curso no qual fui participante estavam inscritos 15 artesãos, dos quais doze estavam presentes no primeiro dia e ao término apenas restava Guilherme, Seu Carlos, Luiz Otávio, Tinho, Izaias e a instrutora Ninon. Questionei-me sobre este fato e não tenho intenção de respondê-lo na presente análise, mas arrisco com uma frase que ouvi de “Dona Inês Cardoso”¹⁵¹ ao procurá-la para saber sobre o “Pará Design’98” e o curso que ela participou no MPEG: “meu avô, meu bisavô, meu pai, todo mundo minha avó todo mundo trabalhou até hoje e viveu, por

¹⁵¹ Dona Inês Cardoso é viúva de “Mestre Cardoso”. Sempre está presente nos cursos e eventos promovidos pelo SEBRAE/PA e pelo MPEG. É especialista em réplicas da cultura tapajônica. Sua produção é similar a de Guilherme, ou seja, produz por encomendas. Assim como meu informante sua produção obedece a padrões e a um mercado consumidor.

que eu não vou viver agora.”¹⁵² No âmbito da pesquisa para mim significa dizer que a resistência por parte dos outros artesãos está relacionada a forma tradicional e artesanal de suas práticas e saberes.

3.4.1 O mercado e as novas formas de organização

A intenção neste tópico é mostrar a forma de organização no “ateliê” de Guilherme. Uma vez que com a inserção de novos conceitos e um direcionamento da produção as formas de “trabalho” se modificam. Assim como também o vocabulário de meu informante mudou ao longo dos anos, expressões como “tendência de mercado”, “globalização”, dentre outras, pude perceber ao longo da pesquisa.

Ao participar do curso na “Casa do artesão”, surgiram duas denominações: *artesão* e *artesão empreendedor*, as quais me intrigaram. Em um momento oportuno questionei sobre as mesmas, obtendo a seguinte resposta:

“olha... não... é assim, eu imagino que com nova tendência de mercado o camarada... todo ceramista ou todo artesão ele precisa ser *empreendedor* porque tu vê o que acontece a maior parte das pessoas que produzem cerâmica no momento no Paracuri ainda hoje vende pra atravessador, ou seja, o cara produz bem ou mal o cara produz, tem um produto, mas ele tem muita dificuldade em vender e na verdade essa também ainda é a minha dificuldade, apesar de eu achar que eu avancei muito nessa questão do escoamento da produção, eu acho que o grande gargalho mesmo do artesão ou do ceramista é essa questão, porque o camarada não tem o *perfil do empreendedor*, o camarada sabe fazer muito bem, mas aí quando ele parte pra parte do escoamento aí ele não conhece a história, ele não sabe quanto custou aquela peça, ele não faz planilha de custo, ele não procura se preparar pra gerenciar, ele não faz um caixa de reserva.”¹⁵³ (Grifo meu)

Desta maneira, o artesão ou ceramista deve ter um *perfil empreendedor*, o qual deve saber vender sua produção, dá uma direção para os produtos, ter um projeto bem fundamentado, um conhecimento de mercado e ter noções de gerenciamento. Estes conceitos

¹⁵² Entrevista gravada em quatro de março de 2004. O contexto de sua fala é específico à resistência por parte dos artesãos às mudanças implantadas pelas instituições. Percebo que para aqueles artesãos que absorveram o discurso do SEBRAE/PA, os demais artesãos pensam que a cerâmica é imutável. Justificam este discurso ressaltando que “nada na vida é imutável, com a cerâmica não pode ser diferente.”

¹⁵³ Entrevista gravada em doze de abril 2006.

Guilherme aprendeu através dos cursos de capacitação do SEBRAE/PA daí a importância que ele dá pro papel da instituição.

Neste sentido, Guilherme está na categoria artesão empreendedor (ou ter um perfil empreendedor), não apenas pelos meios empregados em sua produção e por vender por encomendas, mas por ter adquirido conhecimentos diversos através das ações do SEBRAE/PA. Os outros estão na categoria artesão (não tendo um perfil empreendedor), pois vendem em suas lojas e não por encomendas para grandes empresas que prezam a qualidade das peças cerâmicas. Mas também, porque não participam ou desistem dos cursos promovidos pelo SEBRAE/PA, o que faz com que não absorvam o discurso do novo.

Em outro momento dá exemplos de artesãos que tem esta característica, apontando que o *perfil empreendedor* os diferenciam de alguns mais:

“Eu acho que essa é a grande diferença que distingue algumas pessoas, como por exemplo: o Doca já tem mais ou menos um perfil empreendedor, o Anísio tem um perfil empreendedor, quem mais a gente poderia citar aqui o Marivaldo estes a gente sabe que tem um projeto, uma organização dentro da empresa deles e os outros não tem essa organização.”¹⁵⁴

Guilherme aborda nomes de artesãos que já tem uma produção não apenas diferenciada, mas que produzem em suas próprias olarias e suas lojas vendem a maior parte de sua produção. Ou seja, pessoas que sabem ou souberam aproveitar o conhecimento adquirido investindo na confecção dos objetos. Aponta também que outros ao não terem esse perfil¹⁵⁵, comprometem o escoamento da produção local, o que para ele dificulta e muito o trabalho de quem quer fazer um produto de qualidade. O perfil empreendedor está voltado para ações de planejamento, como por exemplo: fazer uma planilha com as datas comemorativas anuais e executar uma produção voltada para as mesmas. Desta feita, foi dessa forma que Guilherme começou a planejar e escoar sua produção fazendo “um planejamento de trabalho, que ele consiga aproveitar todas as datas que existem no decorrer do ano, ou seja,

¹⁵⁴ Entrevista gravada em doze de abril 2006.

¹⁵⁵ Na realidade, percebo que Guilherme passa por um momento ímpar em sua produção ceramista. Noto que em determinados momentos ele se aproxima de um artesão empreendedor, e em outros se distancia. Entretanto tenta se equilibrar entre as duas classificações. Quiçá, eu posso afirmar que ele está passando por uma “liminaridade”, ou seja, é e ao mesmo tempo não é. Daí também o porquê de suas contradições abordadas linhas atrás. Para Arnold Van Gennep (1977) em “*Os Ritos de Passagem*” algumas modificações de estado “não deixam de perturbar a vida social e a vida individual. Um certo número de ritos de passagem destinam-se a reduzir os efeitos nocivos de tais mudanças”.

fazer um trabalho diferenciado pra cada evento círio, natal, páscoa, dia das mães, dia dos namorados.”¹⁵⁶

No âmbito da inserção de todos esses conceitos na produção atual de Guilherme, novas identificações ou as velhas surgem sob outra roupagem. No primeiro capítulo preparei um questionário e o apliquei pra saber como os trabalhadores se denominavam, inquiri meu informante sobre este aspecto e ele me respondeu:

“Bom... é difícil, mas eu costumo me denominar assim em termos de nomenclatura, eu digo eu sou ceramista, eu sou ceramista, ou seja, sou artesão porque eu trabalho com um artesanato específico artesanato em cerâmica. Então eu sempre me denominei ceramista, inclusive em qualquer ficha que eu preencho eu coloco ceramista.”¹⁵⁷

Guilherme se considera um ceramista, levando em consideração que domina todas as etapas do processo produtivo, seu tempo disponível ele utilizou para se aperfeiçoar nas fases da produção, ou pelo menos aquelas não dominadas, como “queima”, “esmaltação” e “torno”. E é dominando as fases que vai da “extração da argila” até o produto final que Guilherme se considera “como um ceramista completo.” Por outro lado, o ceramista para ele “tem que entrar o mínimo na produção, e se ele não precisar entrar na produção melhor ainda, só delegar, organizar” estando ligado diretamente a área de organização. Isto é, o que ele e sua esposa fazem supervisionando a confecção das peças. Neste momento, os outros aparecem da seguinte maneira “é, os principais ceramistas daqui são assim, eles sabem todo o processo”. Fato este constatado por mim, pois, ao ter contato com artesãos como Luiz Otávio e Dona Inês, ambos sabem e exercitam todas as fases do processo produtivo.

Como foi abordado no primeiro capítulo mais da metade dos trabalhadores que exercem uma atividade no ateliê teve seu contato com a cerâmica muito recentemente, o que para mim representava um dado relevante. Outro dado foi que o ofício desenvolvido foi aprendido no ateliê e mais uma vez a metade prevalecia. Ora, se as peças demandavam um

¹⁵⁶ Mary Douglas e Baron Isherwood (2006) na obra “O mundo dos bens Para uma Antropologia do consumo” elucidam que o universo social precisa de uma dimensão temporal demarcada, o consumidor mesmo constrói este universo com os bens que escolhe. Assim: “O calendário deve ser subdividido em períodos anuais, semestrais, mensais, semanais, diários e outros ainda mais curtos. A passagem do tempo é então carregada de significado. O calendário estabelece um início para a rotação dos deveres, para o estabelecimento de procedência, para a revisão e a renovação. Outro ano passou, um novo começo: vinte e cinco anos, um jubileu de prata; cem anos, duzentos anos, uma celebração de centenário ou bicentenário; há um tempo de viver e um tempo de morrer, um tempo de amar. Os bens de consumo são usados para marcar esses intervalos. Sua variação de qualidade surge a partir de necessidade de estabelecer uma diferenciação entre o ano do calendário e o ciclo da vida.” (2006: 113) Esta passagem reflete de que maneira os consumidores influenciam na produção dos bens. E meu informante tenta aproveitar todas as datas, inclusive as regiões, um bom exemplo é o Círio.

¹⁵⁷ Entrevista gravada em doze de abril 2006.

cuidado durante o processo de produção, questionei-me como aqueles indivíduos adquiriram em um curto espaço de tempo a experiência necessária para a confecção dos artefatos. Guilherme me deu pistas para entender como isto acontece e também sobre a divisão do trabalho:

“Na verdade aqui onde eu trabalho, a divisão de trabalho é um pouco diferente do que nas outras olarias, pode vê que nas outras olarias é muito bem dividida. Quem desenha só desenha, quem pinta só pinta, aqui é diferente, pois quando eu resolvi me estabelecer aqui, a primeira coisa que eu procurei, eu procurei uma equipe que não tivesse contato nenhum com cerâmica, eu não procurei pessoas que já trabalhavam porque é assim... isto também já é uma idéia que a gente já trás do Caraipé que o camarada já vem com certos vícios da produção que isso daí já é uma resistência, mudança aqui, tanto que as pessoas que vieram trabalhar pra mim, eu acho que 80% trabalhavam com cerâmica, mas tavam bem começando e os outros já trabalhavam também, mas trabalhavam num trabalho assim que não tinha muita dificuldade.”¹⁵⁸

Guilherme ainda os incentiva a executarem todas as etapas do processo produtivo. Isto observado em campo estando presente no “ateliê”, até mesmo porque no período da pesquisa executei também diversas atividades. No mais, os trabalhadores para Guilherme “tem uma noção melhor do que a maioria dos artesãos em relação a texturas, cores e tal”. E finaliza revelando que as noções apreendidas pelos trabalhadores os colocam em melhor situação do que a maioria dos outros artesãos.

O espaço físico do “ateliê” sofreu diversas modificações sempre em momentos de grande produção ou até mesmo quando Guilherme decidia ampliá-lo, entretanto, atualmente não é o ideal, devendo atender a um fluxo produtivo e que seja setorizado para se adequar à demanda das encomendas, assim Guilherme idealiza seu “ateliê”:

“O ideal é que seja assim que seja setorizado, então a idéia que eu tenho aqui pra esse espaço que já tá terminado é que vá lá atrás do lado daqui que fique a parte de processamento de argila, do lado do processamento de argila vai ficar a parte de produção mesmo de confecção, a frente da confecção vem pra cá à área de desenho acabamento, pintura essas coisas toda. E aqui fique a área de forno, área de queima e tudo mais. E aqui essa área que a gente trabalha aqui, que a gente faz tudo atualmente ficaria só pra pintura, ou seja, prepara o barro, manda pra produção, pra produção vem pro acabamento, do acabamento vem pra secagem e forno, do forno vem pra área de pintura. Ai daqui já sai, já não volta pra lá, é um fluxo, a gente precisa fazer um fluxo produtivo.”¹⁵⁹

¹⁵⁸ Entrevista gravada em doze de abril 2006.

¹⁵⁹ Entrevista gravada em doze de abril 2006.

Tais aspectos de fluxo produtivo e divisão setorizada são reflexos de uma série de mudanças que estão ocorrendo no mundo em geral. Onde há necessidade de que as etapas de produção não se misturem, o que divide definitivamente a confecção de bens. Ao mesmo tempo se configura como uma imposição de mercado, uma vez que nas grandes empresas tudo é por setor.

Como na maioria das olarias da localidade a produção nas segundas-feiras, é parada, nos demais dias os horários são flexíveis, mas sempre respeitando um horário previamente acordado. Pude presenciar os horários, pois quando dava meio-dia, os trabalhadores saíam pro almoço e eu os acompanhava indo almoçar em um restaurante próximo. Guilherme certa vez relatou sobre uma norma ou regimento interno para regular os horários:

“o nosso horário...aqui de trabalho é das 08:00 as 12:00, das 14:00 as 18:00, com alguma flexibilidade em alguns momentos...na época que a gente tá com pouca produção, eu sou um pouco mais flexível em relação ao trabalho da segunda-feira, as pessoas que trabalham aqui não gostam muito de trabalhar segunda-feira, quando chega na época da produção mesmo fervendo daí eu não abro mão tem que vir na segunda-feira, e eles vem. E a gente trabalha de segunda a sábado, sábado a gente trabalha até 11:00 horas da manhã e tal, é o tempo de fazer limpeza na olaria e acaba. Algumas vezes é quando há necessidade a gente passa do horário né, mas não é sempre. Algumas vezes sai mais cedo. Quer dizer é um horário bem flexível mesmo. Até porque são trabalhadores que são informais não tem carteira assinada e essa flexibilidade de horário sendo que a gente quer... eu tô pra reunir com eles que é pra gente criar uma norma, uma espécie de regimento interno pra que possa melhorar essa questão de horário.”¹⁶⁰

Ao expor a carga horária semanal meu informante se refere as olarias de uma forma geral. Embora sua produção seja diferenciada em alguns aspectos se aproxima e muito das outras produções, quando os “trabalhadores” não exercem suas atividades na segunda-feira. Durante o período de campo, pude verificar que realmente alguns não foram trabalhar. Muitas vezes, por conta do final de semana, sobretudo do domingo, quando se divertem nos bares até tarde. No que se refere ao sábado era o dia reservado para reuniões após o meio-dia, e é também o dia do pagamento dos trabalhadores. Entretanto, quando a encomenda é muito grande podem trabalhar durante todo o final de semana.

Ao iniciar a pesquisa muitas questões foram levantadas, sobretudo se o comércio modificou a produção ceramista do Distrito de Icoaraci através de instituições e suas novas práticas. Se transformações de fato ocorreram à produção de Guilherme é um bom exemplo de todas as modificações. Por isso, acredito ter sido importante enfatizar a produção através

¹⁶⁰ Entrevista gravada em doze de agosto de 2006.

de suas características principais em consonância com as exigências do mercado consumidor. Desta maneira, foi possível atentar para as nuances existentes entre a produção de meu informante e dos demais artesãos. Pois, os outros eram recorrentes em suas falas, para mim durante um bom tempo norteou a pesquisa da seguinte forma: eu fiz o que eles não fizeram, ou eles não fizeram o que fiz ou até mesmo tentei me diferenciar de alguma forma. Em meio a tudo isso, estão os objetos cerâmicos que representam a ponta do iceberg e é por meio deles que as relações sociais, econômicas, políticas, simbólicas são travadas. No caso específico de Icoaraci o mercado consumidor começa a interferir, aos poucos novas práticas e saberes surgem, transformando o tradicional em moderno. Neste contexto, os artesãos comercializam suas peças cerâmicas sejam tradicionais ou modernos todos vendem, ou nas palavras de Guilherme “há espaço para todos” seja uma cerâmica de qualidade ou nem tanto.

Por fim, me refiro a fala de meu informante Guilherme Santana no início deste tópico “*aqui... a gente não vende cerâmica, a gente vende é cultura...*” e suas implicações no contexto da produção e comercialização das peças cerâmicas em Icoaraci. Na produção tenta-se fazer uma cerâmica de qualidade e vendê-la com seu elemento marcante que é a cultura local. No que se refere à comercialização e conseqüentemente venda, indaguei-me sobre quem se torna “vitrine” da nova tradição ceramista? As lojas que vendem artigos turísticos?! O Ver-o-peso?! A feirinha de Icoaraci com suas barracas cheias de artesanato cerâmico?! A resposta vem por partes: as lojas para turistas vendem cerâmica com uma nova roupagem, mas continuam a vender cultura; no Ver-o-peso tudo o que se compra é cultura e a feirinha de Icoaraci não se torna a vitrine da nova tradição ceramista porque lá se vende cultura, e não cerâmica, tendo em vista que os artesãos que lá expõem não absorvem o discurso do novo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

“... uma dessas coisas que eu falo e o pessoal fica invocado comigo, é que eu falei assim: aqui em Icoaraci a gente não vende cerâmica a gente vende história... e por quê ainda se vende muita cerâmica? Eu penso que é pelo fator histórico... o grande referencial da cerâmica daqui é a cultura marajoara... e outro fator que tem que ser levado em consideração é que a cerâmica além de ter essa conotação de história, ela tem que ter um valor funcional... ela tem que ter uma função...”¹⁶¹

Guilherme Santana

Ao longo deste trabalho questionei-me diversas vezes como seria comentar, depois da dissertação pronta, acerca da interferência de fatores externos ou do comércio na produção ceramista, e em consequência disso também comentar sobre a tradição da cerâmica do Distrito de Icoaraci. Essa assertiva me parecia evidente, mas antes eu tinha que descobrir como meu principal informante se pensava através de suas peças cerâmicas, ou melhor, dizendo, sua forma de pensar e ver o mundo por meio da cultura material. A produção deste estudo, durante dois anos, compreendeu conviver com pessoas que não me eram familiares, pessoas que tinham vontades e anseios próprios.

O *trabalho do antropólogo* no dizer de Roberto Cardoso de Oliveira (2000) é fundamental para a apreensão da realidade pesquisada. Desta maneira, o olhar e o ouvir os muitos atores sociais da pesquisa foi importante para a realidade expressa através da cerâmica. O escrever se fez quando da coleta e análise de dados, materializando-se em cada capítulo da presente análise. Por outro lado, poderia até mesmo comparar o trabalho do antropólogo ao do ceramista, quando este último ao olhar e ouvir por muitos anos ganha prática e habilidade, e assim aprende seu ofício. E o escrever é a materialização da peça cerâmica. O ceramista ao transformar a argila em cerâmica por meio de conhecimentos químicos e físicos dá sentido ao mundo que o rodeia. O antropólogo ao conviver com os indivíduos de suas pesquisas, quer saber de “coisas” e mais “coisas”, para poder ao final da coleta de dados dá sentido a tantas informações, conversas, gráficos, genealogias, enfim tem em posse um material rico sobre a vida “nativa” e que às vezes só terá um “norte” quando o trabalho está pronto e acabado. Assim, estando meu trabalho “concluído”, pois as informações foram coletadas e analisadas, é necessário apresentar algumas considerações finais.

A cultura material de uma determinada sociedade revela muitos aspectos socioculturais de quem a produz. Ela é apenas a ponta do iceberg, o que significa dizer que ao olhar qualquer objeto, não há como afirmar aspectos relacionados à sua produção, tecnologia,

¹⁶¹ Entrevista gravada em doze de abril 2006.

suas formas e conteúdos, aonde foi produzido ou até mesmo para que serve. Em contrapartida, o movimento atual da produção ceramista de Icoaraci se dá com o intuito de identificar os objetos cerâmicos a partir de sua procedência e origem, criando assim uma cerâmica genuinamente paraense. Entretanto, não basta as peças terem esta característica marcante, ela deve ter a fórmula mágica da hibridação, configurando-se com uma aparência moderna, um acabamento bom e que possa concorrer no mercado. E isto ficou claro quando demonstrei no primeiro capítulo o processo produtivo de meu informante, que atende todas as solicitações do cliente e/ou consumidor.

Com a criação de novos tipos cerâmicos, que tendem a ser autênticos e inovadores produtos da fórmula mágica, a questão que surge é a *identidade cultural* como uma estratégia de inserção competitiva. Neste contexto, diversas são as empresas e instituições que estão imbricadas na criação de objetos que possam ser identificados através de elementos que são representativos de uma cultura específica, neste caso: o SEBRAE/PA e o MPEG.

Neste argumento surge um questionamento, que se refere à interferência na cultura através de intermediários e ou instituições. Quiçá, o que ocorre é que as instituições de fato não conheçam a realidade da sociedade atingida por suas ações. Pois, ainda encontram uma forte resistência por parte de indivíduos e grupos organizados. A resistência pode se dar por meio da invocação de que em algum momento do passado se fazia assim e porque que “hoje eu não irei sobreviver desta forma”. Neste sentido, é necessário refazer questões e realizar novas perguntas, como por exemplo: até que ponto o trabalho desenvolvido por estas instituições são eficazes? Mas as interferências são sentidas por todos os envolvidos e os mesmos sabem o quanto os papéis desempenhados são importantes. Como tentei evidenciar no segundo capítulo, as ações do SEBRAE/PA e do MPEG de um lado, e do outro, os artesãos como compreendem e aplicam os conhecimentos adquiridos.

Em meio a tudo isso me indaguei sobre a tradição ceramista, partindo de peças lisas e utilitárias no início do século passado, e depois, nos idos da década de 1960, com a inserção da cultura marajoara, a tradição e comercialização dos objetos passou a ser denominada então de Marajoara. Ao perceber novos tipos de cerâmica, meu esforço foi de contextualizá-los através das *tradições inventadas* de Hobsbawn (1984) e assim salientar de que maneira surgiram e se estabeleceram como sendo tradicionais de Icoaraci. A “tradição inventada” a partir dos cursos e eventos, bem como a do conceito utilizado estabelece uma ligação com um passado específico em uma “repetição quase que obrigatória” (Hobsbawn, 1984: 10). Desta maneira, fica evidente que diversas práticas, que são consideradas tradicionais são na verdade construções/invenções utilizadas para fins políticos e ideológicos. Novas práticas também

podem ser chamadas de *tradições inventadas* com o uso de tradições antigas para novos propósitos ou o re-uso de elementos antigos em novos contextos. Tais aspectos foram levantados no terceiro capítulo ao discutir as tradições de Icoaraci.

Minha grande preocupação ao longo do trabalho foi evidenciar que a produção ceramista do Distrito de Icoaraci está comprometida com um mercado que dita as regras de como as peças cerâmicas devem ser produzidas. Como foi demonstrado este comprometimento se deu, pelo menos para meu principal informante, através de suas escolhas, as quais deram um direcionamento a sua própria história de vida. Mas, penso ser possível afirmar que não é apenas sua produção que está direcionada para os ditames do comércio, a dos outros artesãos também, levando em consideração que “há mercado para todos” ou o que “um produz todos produzem”. Essa afirmação é possível porque se trata de um grupo de artesãos, com uma cultura e práticas internas próprias. Muito embora, eu tenha apontado Guilherme como o representante de meus questionamentos, suas falas por diversas vezes revelam que os outros começam a ter certas preocupações com a produção ceramista, pois o mercado faz exigências e estas devem ser cumpridas. Então, suas falas estão inseridas dentro de um contexto que abarcam discursos e práticas, por um lado os artesãos (pois ele pertence ao grupo), por outro as instituições, sendo nelas que ele adquire conhecimento e desenvolve em sua produção.

Outra questão que precisa ser levantada é sobre a cerâmica enquanto mercadoria, ao visualizá-la nos termos de Marx (1978), é possível esta análise, a peça cerâmica tem essa dupla característica: valor de uso e de troca. No entanto as discussões de Godelier¹⁶² (1981) e Sahlins (2003) acerca do valor de troca se mostraram relevantes, a partir do momento em que a cerâmica perde seu valor de mercadoria e se torna um objeto de troca social, revelando novos significados por aqueles que a produz.

Como foi possível constatar através das discussões realizadas nesta dissertação sobre a cultura material e os fatores externos que influenciam na produção ceramista de um determinado grupo, a pesquisa etnográfica foi de fundamental importância para a compreensão do ponto de vista dos atores sociais envolvidos, “seu relacionamento com a vida, sua visão de mundo.” (Malinowski, 1976: 37). Mesmo assim, há ainda a necessidade de dar seguimento aos estudos de cultura material dentro de contextos etnográficos mais amplos,

¹⁶² Godelier (1981) demonstra que em um determinado momento o sal perde “sua qualidade de mercadoria, voltando a ser objetos para exibir ou dar, como o próprio sal, que, entre os Baruya, jamais é objeto de troca, mas sempre de dádiva e redistribuição, um objeto de troca social.” (1981: 148). Para Sahlins apud Laraia (2003) “o homem vive num mundo material, mas de acordo com um esquema significativo criado por si próprio. Assim, a cultura define a vida não através das pressões de ordem material, mas de acordo com um sistema simbólico definido, que nunca é o único possível. A cultura, portanto, é que constitui a utilidade.” (1999: 65)

a fim de se ter uma compreensão maior acerca da analogia dos homens com os objetos e/ou mundo material.

Para finalizar, evoco mais uma vez a fala de meu principal informante e suas afirmações sobre o que se vende em Icoaraci. A nova tradição que pretende vender cerâmica com esse fator histórico e/ou cultural, e que deve levar em consideração um valor funcional, vai além dos conceitos de design (novos formatos) e dos conhecimentos adquiridos em inúmeros eventos. Na realidade é por meio da *cultura* como um produto que atende um processo de desenvolvimento e um mercado que a nova tradição tenta se legitimar, ou melhor, explicando é a cultura que dá sentido a tudo o que se produz. Sendo assim, a frase de Guilherme Santana que dá título ao trabalho respondeu a quase todos meus questionamentos, pois tudo o que se abordou foi sobre cultura.

REFERÊNCIAS

BIBLIOGRAFIA CITADA

- AZEVEDO, Wilson. *O que é design*. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- BAHIANA, Carlos. *A importância do design para sua empresa*. Distrito Federal: CNI, 1998.
- BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 1997.
- BOAS, Franz. *A arte primitiva*. Lisboa: Edições 70, 1975.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Pesquisa participante*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas Híbridas: estratégias para sair e entrar da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- CATÁLOGO DE PRODUTOS. *Programa de Artesanato*. Serviço de Apoio às micro e pequenas empresas do Pará (SEBRAE/PA). Belém: Edição SEBRAE, 1999.
- COLLIER, John. *Antropologia Visual: a fotografia como método de pesquisa*. São Paulo: Editora pedagógica e universitária Ltda, 1973.
- CRUZ, Ernesto. *História do Pará*. 2v. Belém: Universidade Federal do Pará, 1965.
- CURSO CULTURAS PRÉ-HISTÓRICAS DA AMAZÔNIA. *Programa de Artesanato*. Belém: SEBRAE/PA, 1998.
- DALGLISH, Lalada. *Mestre Cardoso: a arte da cerâmica amazônica*. Belém: SEMEC, 1996.
- DOMINGUES-LOPES, Rita de Cássia. *Desvendando significados: contextualizando a Coleção Etnográfica Xikrín do Cateté*. Dissertação de Mestrado. Belém, 2002.
- DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- EVANS-PRITCHARD, E.E. *Os Nuer: uma descrição do modo de subsistência e das instituições políticas de um povo nilota*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1978.
- FURUYA, Yoshiaki. *Negotiating Tradition and Modernity in Amazonian Pottery*. Osaka: FIEALC XI Congress, National Museum of Ethnology & Osaka University, 2003.
- GALLO, Giovanni. “*Motivos ornamentais da cerâmica marajoara: modelos para o artesanato de hoje*”. Cachoeira do Arari: Museu do Marajó, 2005.
- GODELIER, Maurice. “*Moeda de Sal*” e *Circulação das mercadorias entre os Baruya da Nova Guiné*. In: *Godelier: Antropologia*. Org. Edgard de Assis Carvalho. São Paulo: Ática, 1981.

- GONÇALVES, José Reginaldo Santos. “*Coleções, museus e teorias antropológicas: reflexões sobre conhecimento etnográfico e visualidade*”. In: *Cadernos de Antropologia e Imagem*. Rio de Janeiro: Uerj, NAI, 1995.
- GUAPINDAIA, Vera. “Cultura Santarém História e Iconografia”. In: *Arte da Terra: Resgate da Cultura Material e Iconográfica do Pará*. Belém: SEBRAE, 1999.
- GUAPINDAIA, Vera. “Cultura Maracá História e Iconografia”. In: *Arte da Terra: Resgate da Cultura Material e Iconográfica do Pará*. Belém: SEBRAE, 1999.
- GUIA PRÁTICO DE ANTROPOLOGIA. São Paulo: Cultrix, 1971.
- GUIMARÃES, Júnior. *Icoaraci: a monografia do mega distrito*. Belém: Delta, 1996.
- HOBBSAWM, Eric & RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- LARAIA, Roque de Barros. *Cultura um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.
- LEITE, Rogério Proença. *Cultura popular e artesanato: dilemas do preservar e do consumir*. Trabalho apresentado no GT Gêneros de cultura na sociedade contemporânea, do XI Encontro de Ciências Sociais do Norte e Nordeste (CISO). São Cristovão, 2003.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Oleira ciumenta*. Lisboa: Edições 70, 1985.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Tristes trópicos*. São Paulo: Companhia das Letras: 1996.
- LIMA, Maria do Socorro Reis. *A máscara e a esteira: a sociabilidade Timbira expressa nos artefatos*. Dissertação de Mestrado. São Paulo, 2003.
- LIMA, Tânia Lima. Cerâmica indígena brasileira. In: RIBEIRO, Darci (Editor) et alli. *Suma Etnológica brasileira*. Edição atualizada do Handbook of South American Indians. Volume 2. Tecnologia indígena. Petrópolis: Vozes/FINEP, 1987.
- MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do pacífico Ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia*. São Paulo: Abril Cultural, 1984.
- MAUSS, Marcel. *Manual de etnografia*. Lisboa: Editoras Pórtico, 1972.
- MARX, Karl. “A mercadoria”. In: *Marx (Os pensadores)*. São Paulo: Abril S.A Cultural e Industrial, 1978.
- MORAES, Raymundo. *Na planície amazônica*. Rio de Janeiro: Conquista, 1960.
- MUSEU PARAENSE EMÍLIO GOELDI. *Arte da Terra: Resgate da Cultura Material e Iconográfica do Pará*. Belém: SEBRAE, 1999.

- NEWTON, Dolores. “Cultura material e História Cultural”. In: RIBEIRO, Darci (Editor) et alli. *Suma Etnológica brasileira*. Edição atualizada do Handbook of South American Indians. Volume 2. Tecnologia indígena. Petrópolis: Vozes/FINEP, 1987.
- OLIVEIRA, Ernesto Veiga de. *Apontamentos sobre museologia museus etnológicos: lições dadas no Museu de Etnologia do Ultramar*. Lisboa: Estudos de Antropologia Cultural, 1971.
- OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. *O Trabalho do Antropólogo*. São Paulo: Editora Unesp, 2000.
- PALMATARY, Helen C. *The pottery of Marajó island, Brazil*. Philadelphia: The American Philosophical society, 1950.
- PEREIRA, Edithe. “Arte Rupestre na Amazônia”. In: *Arte da Terra: Resgate da Cultura Material e Iconográfica do Pará*. Belém: SEBRAE, 1999.
- PLATÃO. Coleção *Os pensadores*. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda, 2004.
- RIBEIRO, Darci et. alli. *Suma Etnológica Brasileira*. Edição atualizada do Handbook of South American Indians. Vol. 3- Arte Índia, Petrópolis: Vozes/FINEP, 1987-b.
- RIBEIRO, Darci et. alli. *Suma Etnológica Brasileira*. Edição atualizada do Handbook of South American Indians. Vol. 2- Tecnologia indígena, Petrópolis: Vozes/FINEP, 1987-a.
- RIBEIRO, Berta G. “Os estudos de cultura material: propósito e métodos”. In: *Revista do Museu Paulista*. Nova série, Vol. XXX, n. 30, p. 13-41, 1985.
- RIBEIRO, Berta G. “A linguagem simbólica da cultura material. In: RIBEIRO, Darci (Editor) et alli. *Suma Etnológica brasileira*. Volume 3. Arte Indígena, Petrópolis: Vozes/FINEP, 1987.
- RIBEIRO, Berta G. & VELTHEM, Lúcia Hussak van. “Coleções etnográficas: documentos materiais para a história indígena e a etnologia”. In: CUNHA, Manuela (Organizadora). *História dos Índios no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras/SMC/FAPESP, 1992.
- RODRIGUES, Nilziette de Mello. *Cardoso, o vigia da cerâmica amazônica*. Belém: Arte cerâmica, 2000.
- RODRIGUES, Roberto Martins. *A Amazônia paraense*. Belém: Karton, 1982.
- SAHLINS, Marshall David. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- SILVA, Fabíola Andréa. *As tecnologias e seus significados: um estudo da cerâmica dos Asuriní do Xingu e da cestaria dos Kayapó-Xikrin sob uma perspectiva etnoarqueológica*. Tese de doutorado apresentada ao departamento de Antropologia da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2000.
- SOUZA, Marzane Pinto de. *Olarias do Paracuri: cotidiano e espaço simbólicos*. Monografia da Universidade Federal do Pará (mimeo).

SOUZA, Marzane Pinto de. *Mãos de arte e o saber-fazer dos artesãos de Icoaraci: um estudo antropológico sobre socialidade, identidade e identificações locais*. Dissertação de mestrado, UFF-RJ(mimeo)

TOCANTINS, Leandro. *Santa Maria de Belém do Grão Pará: instantes e evocações da cidade*. Belo Horizonte: Editora Itatiaia Limitada, 1987.

TURNER, Victor W. *O processo ritual: Estrutura e Antiestrutura*. Petrópolis: Editora Vozes, 1974.

VAN GENNEP, *Os ritos de passagem*. Petrópolis: Editora Vozes, 1978.

VELTHEM, Lucia Hussak van. *A Pele de Tuluperê: uma etnografia dos trançados Wayana*. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi, 1998.

VELTHEM, Lucia Hussak van. *O belo é a fera: a estética da produção e da predação entre os Wayana*. Lisboa: Museu Nacional de Etnologia e Assírio & Alvim, 2003.

WILLEY, Gordon R. Cerâmica. In: RIBEIRO, Darci (Editor) et alli. *Suma Etnológica brasileira*. Edição atualizada do Handbook of South American Indians. Volume 2. Tecnologia indígena. Petrópolis: Vozes/FINEP, 1987.

XAVIER, Leandro Pinto. *Fazendo arte: a relação entre o valor simbólico e o valor utilitário da cerâmica no Distrito de Icoaraci/Pa*. Trabalho de Conclusão de Curso: Universidade da Amazônia, 2000.

Fontes Eletrônicas

Conjunto de xícaras, disponível on line: <http://www.grupoeco.org.br>, acesso em 20/09/2005.

Cerâmica Paracuri, disponível on line: <http://www.icoaraci.com.br>, acesso em 15/09/2006.

“O sistema de objetos nas sociedades indígenas: artes e cultura material”, texto de Lux Vidal e Aracy Lopes da Silva, disponível on line: <http://www.bibvirt.futuro.usp.br/textos/humanas/educacao/tematica/cap15.html>, acesso em 15/09/2004.

O muiquitã, disponível on line: <http://www.supridados.com.br/assinantes/pirarara/40.html>, acesso em 15/09/2006.

GLOSSÁRIO

Este glossário não tem como objetivo ser complexo e cansativo, mas é fruto da observação e participação cotidiana junto aos artesãos do Distrito de Icoaraci. A linguagem também é parte integrante da cultura e está em constante modificação. Desta maneira, penso ser importante destacar as palavras ou expressões usadas pelos informantes em suas atividades.

Abrir janela: expressão usada para a abertura na parte exterior das peças, utilizando compasso ou uma pequena tampa plástica.

Acordelamento: técnica na qual a peça é produzida a partir de roletes de argila.

Agregador: é o trabalhador responsável por agregar ou juntar acessórios para completar uma peça, como por exemplo: alças, patas, orelhas, dentre outros.

Amassador: trabalhador responsável pela extração e tratamento da argila.

Antropomorfas: desenhos ou peças cerâmicas com formas humanas.

Antropozoomorfas: desenhos ou peças com formas humanas e animais.

Aranhado: diz-se do efeito de aranhar a peça.

Aranhar: palavra usada para designar o ato de fazer linhas umas sobre as outras nas peças, formando assim uma textura horizontal.

Argila: matéria-prima para a produção das peças cerâmicas.

Bancada do oleiro: outro termo relacionado ao torno-de-pé, é a parte superior do torno, onde as pequenas bolas de argila são colocadas para posteriormente serem trabalhadas.

Barreirense: trabalhador responsável pela extração, beneficiamento e distribuição do barro.

Barro: o mesmo que argila, matéria-prima para a confecção das peças em cerâmica.

Bolas de argila: as bolas de argila ou de barro têm formato retangular, medindo 20 a 30 cm de comprimento e 10 a 15 de largura, o peso varia entre cinco e sete kg. São formadas no beneficiamento da argila.

Boleiro: trabalhador responsável pela limpeza das bolas de argila. Também auxilia o oleiro quando da preparação das peças, o mesmo que amassador.

Brunição: diz-se do ato de retirar as asperezas da peça, eliminando sua porosidade. Este polimento é feito com sementes de tucumã ou anajás, com lixa ou com um pano umedecido.

Brunidor: trabalhador responsável em passar um pano umedecido com água na peça, depois escová-la ou lixá-la, para retirar as asperezas.

Burnidor: o mesmo que brunidor.

Calijador: trabalhador responsável pelo polimento das peças antes de irem ao forno, dando um tipo de acabamento brilhante.

Caraipé: árvore rica em sílica, denominada cientificamente de *Licania octandra*, abundante na região amazônica que, após ser queimada, suas cinzas são misturadas na argila para dar mais consistência ao material, criando uma argila melhor. Faz referência também, a um grupo que se formou após os eventos do SEBRAE/PA.

Chamote: é o resultado da cerâmica pilada, quando transformado em pó é misturado na argila para dar consistência. É utilizado também para pintar algumas peças antes de irem para o forno.

Coivaras: processo em que esquentavam inicialmente encostando nas peças pedaços de lenha em brasa e depois eram colocadas direto no fogo com lenha e tudo.

Cordelamento: o mesmo que acordelamento

Desenforar: ato de retirar as peças do forno depois da queima.

Desenhista: trabalhador que faz os desenhos nas peças.

Design: entre os artesãos o design é apenas novos formatos das peças.

Designer: o profissional do design.

Embalador: trabalhador responsável pela abertura dos jornais para a embalagem das peças, embala também as mesmas em caixas ou caixotes de madeira.

Encarnações: termo referente às brincadeiras sobre as ações e características de uma pessoa. Geralmente, os artesãos fazem piadas acerca de situações engraçadas vivenciadas por alguém.

Encerador: trabalhador responsável por passar cera em determinadas peças, dando um acabamento brilhante.

Enfornamento: atividade que consiste em colocar as peças no forno antes da queima.

Enfornar: o mesmo que enfornamento.

Engobador: trabalhador responsável pelo engobamento das peças, isto é, antes da queima, passa-se argila líquida na cor branca ou vermelha.

Engobamento: consiste no revestimento com uma fina camada de argila diluída na água, aplicado nas paredes das peças.

Engobo: argila diluída na água, é usada para o engobamento das peças.

Esteque: ferramenta mais utilizada por muitos artesãos, pode ser industrializada em madeira e ferro, ou rudimentar feito com uma caneta bic, sua ponta é queimada e acoplado um clips ou um pedaço de metal.

Forneação: etapa que consiste na transformação da argila em cerâmica, o mesmo que queima.

Forneador: trabalhador responsável pelo forneamento das peças, o mesmo que forneiro.

Forneamento: o mesmo que enforamento.

Forneiro: trabalhador que arruma as peças no forno. Também controla a temperatura e retira as peças do forno.

Forno: equipamento usado para queimar as peças, no geral sua estrutura é em argila e madeira.

Forno-a-gás: equipamento para queimar as peças com o auxílio de um botijão de gás.

Forno-elétrico: equipamento utilizado para a queima das peças, com auxílio de energia elétrica.

Gravador: trabalhador responsável pela gravação dos desenhos, é uma atividade executada antes da queima.

Iconografia: descrição e conhecimento de imagens, retratos, quadros ou monumentos antigos.

Levantar: é o ato do confeccionar a peça no torno, pelo oleiro.

Lixador: trabalhador responsável por passar uma lixa nas peças para retirar as asperezas ou envelhecer a cerâmica.

Maromba: equipamento utilizado no beneficiamento da argila, todo em aço. Podendo também ser metade em madeira, metade em aço.

Massa de argila: outro termo utilizado para designar a argila. Geralmente já tratada.

Nicador: este trabalhador retira o excesso dos desenhos.

Nicagem: ato de retirar o excesso de argila do desenho.

Oleiro: é quem levanta as peças, aquele que faz as peças no torno. Às vezes, desempenha a atividade de boleiro.

Pavio: técnica na qual se rola a argila na mão e torce-se até fazer os pavios para ir dando formas às peças.

Pintor: trabalhador responsável pela pintura das peças.

Queima: processo no qual a argila é transformada em cerâmica.

Réplica: peça cerâmica que imita uma original.

Rolete: a argila em forma de rolos.

Policrômica: peça com várias cores.

Roda-do-oleiro: o mesmo que torno ou torno-de-pé.

Torno: equipamento utilizado para levantar as peças em argilas pelo oleiro.

Torno-de-pé: Equipamento em estrutura de madeira com dois discos, um superior e outro inferior. É movido por tração humana. Serve para confeccionar as peças cerâmicas. Podendo ser chamado também de roda do oleiro.

Torno-elétrico: equipamento utilizado para levantar as peças, todo em aço e movido por energia elétrica.

Torno-improvisado: tem a mesma estrutura do torno-de-pé, toda em madeira, possuindo um motor que geralmente é de máquina de lavar, movido a energia elétrica.

Zooformas: diz-se de desenhos ou peças que tenham formas de animais.

ANEXOS

Anexo A - Cartão de visitas Caraipe



Anexo B – Questionário

Questionário

Nome: _____

Apelido: _____

Sexo: F () M ()

Escolaridade: _____

Idade: _____

Grau de parentesco com Guilherme: _____

Qual ou quais atividades desenvolvidas:

Aprendeu o ofício com quem?

Desempenha alguma atividade fora daqui? Qual?

Quanto tempo está trabalhando aqui?

Há quanto tempo trabalha com cerâmica?

Anexo C - Capa do livro “*Na Planície Amazônica*” de Raymundo Moraes



Anexo E – Apostila da “Oficina de artesanato”

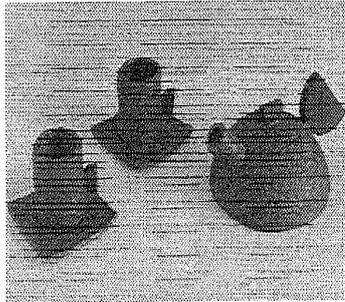
**O
F
I
C
I
N
A
D
E
A
R
T
E
S
A
N
A
T
O**



ASSOCIAÇÃO TÉCNICA EM ECOLOGIA AQUÁTICA, PESCA E AQUICULTURA

FACILITADORA: NINON ROSE JARDIM

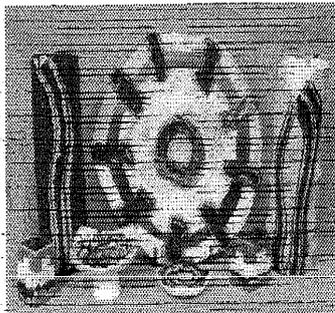
TENDÊNCIAS DE MERCADO



Miguel Gonçalves Oliveira

Materiais principais: grés, porcelana, engobos e vidrados.

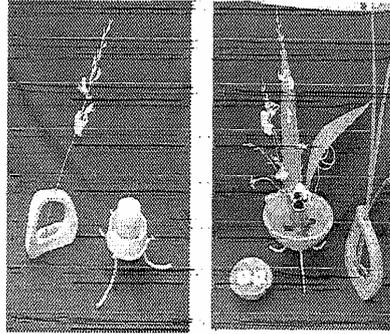
TENDÊNCIAS DE MERCADO



Carla Adélia Magalhães Mota

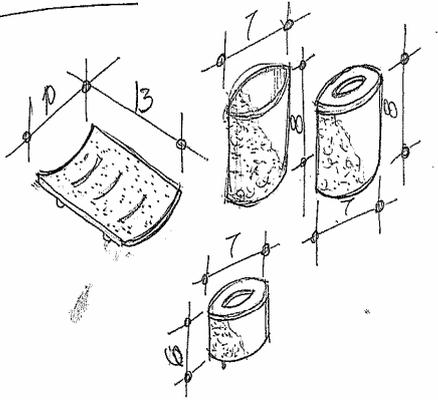
Materiais: pasta de grés, fainça e vidrados.

TENDÊNCIAS DE MERCADO

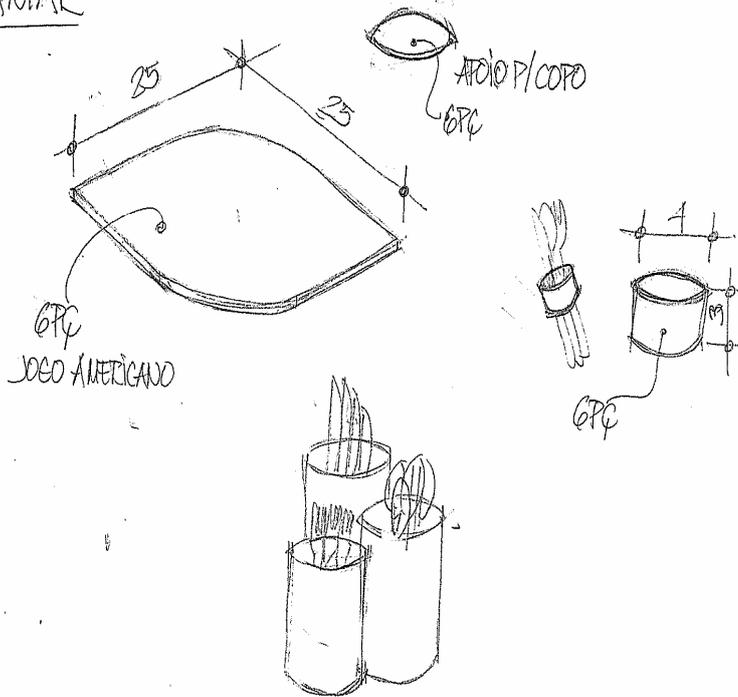


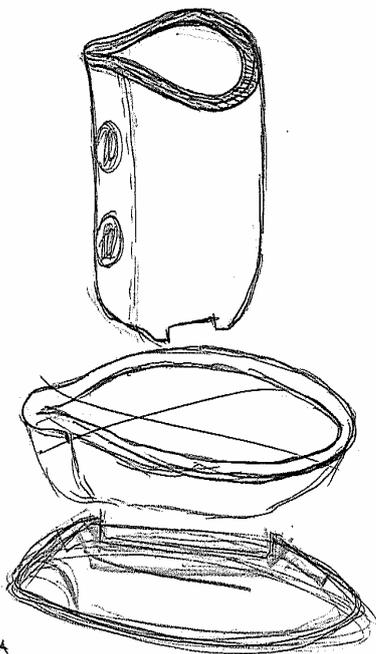
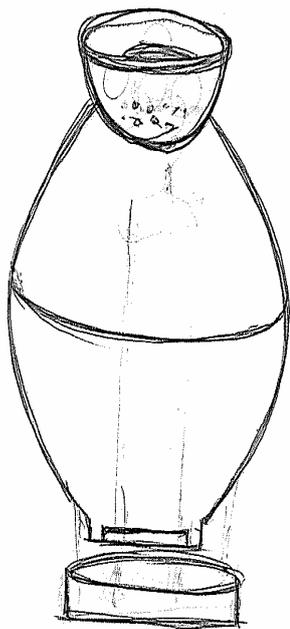
Anexo F – Desenhos da “Oficina de artesanato”

BANHEIRO



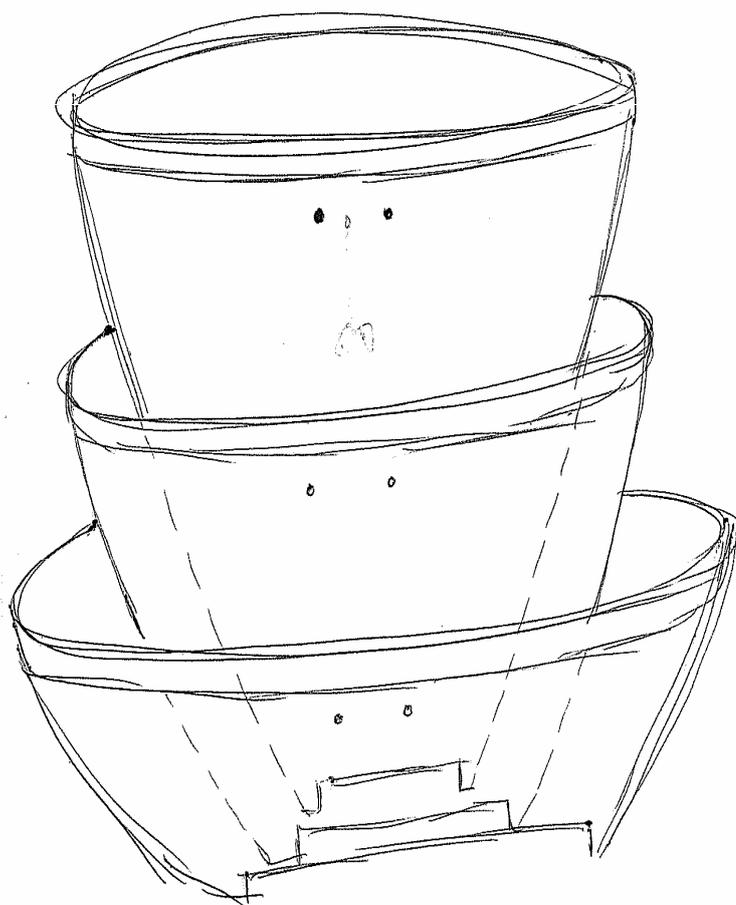
JANTAR





PORTA-VELA / ES DIFUSOR

Guilherme Santos



Sala de Estar



Anexo G – Capa do livro “*The Pottery of Marajó*”, de Helen C. Palmatary

TRANSACTIONS
OF THE
AMERICAN PHILOSOPHICAL SOCIETY

HELD AT PHILADELPHIA
FOR PROMOTING USEFUL KNOWLEDGE

NEW SERIES—VOLUME 39, PART 3
1949

THE POTTERY OF MARAJÓ ISLAND, BRAZIL

HELEN C. PALMATARY

*Research Assistant in Brazilian Studies
University Museum, University of Pennsylvania*



THE AMERICAN PHILOSOPHICAL SOCIETY
INDEPENDENCE SQUARE
PHILADELPHIA 6

1950

Anexo H – “O “local” da cultura”

As fotografias que seguem fazem parte de minhas observações em campo, intitulei “O “local” da cultura”, levando em consideração onde as peças estavam localizadas ou onde os desenhos estão expostos. E também para perceber o valor que a cerâmica adquire quando não tem uma característica “boa para vender”, mas sim “boa para pensar”, conforme Godelier (1981).

Na coluna que dá acesso ao portão na entrada do corredor para a casa e ateliê de Guilherme:



Foto 40: Pedaco retangular de cerâmica de longe. Acervo do autor.



Foto 41: Pedaco retangular de cerâmica de perto. Acervo do autor.

Luminária que ilumina o ateliê:



Foto 42: Luminária acesa. Acervo Leandro Pinto Xavier.



Foto 43: Luminária vista de lado. Acervo Leandro Pinto Xavier.

Luminária na área da casa de Guilherme:



Foto 44: Luminária de teto pequena vista de longe.



Foto 45: Luminária de teto pequena vista de perto. Acervo do autor.

Na sala de estar da casa da irmã de Guilherme, o desenho foi realizado sobre palha:



Foto 46: Quadro circular com desenho marajoara de perto

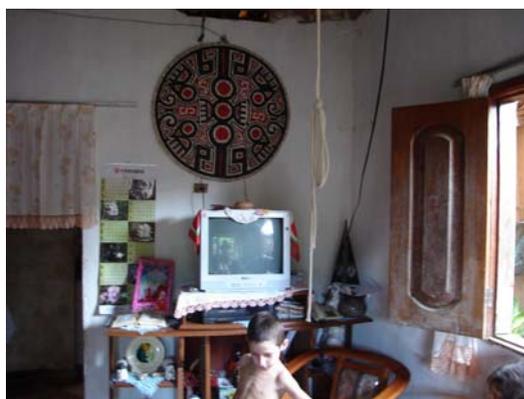


Foto 47: Quadro circular com desenho marajoara de longe. Acervo do autor.

O peso que segura a porta da sala da casa de Guilherme, no detalhe os desenhos talhados da porta são da cultura Marajoara:



Foto 48: Peso em cerâmica e porta talhada com desenhos marajoara. Acervo Leandro Pinto Xavier.

Vasos no jardim, criações de Guilherme:



Foto 49: Vasos em cerâmica ornamentando o jardim. Acervo Leandro Pinto Xavier.

Anexo I – Os usos da cultura

Denomino “Os usos da cultura” para salientar que a cultura tem utilidade e finalidades próprias para quem interessa sua divulgação. Nesta página da revista “Veja” quando das comemorações pelos 500 anos do Brasil, a Coca-Cola que foi o refrigerante oficial da exposição “Mostra do Redescobrimento” fez uma estilização da garrafa utilizando os desenhos da cultura Marajoara, conforme figura abaixo:

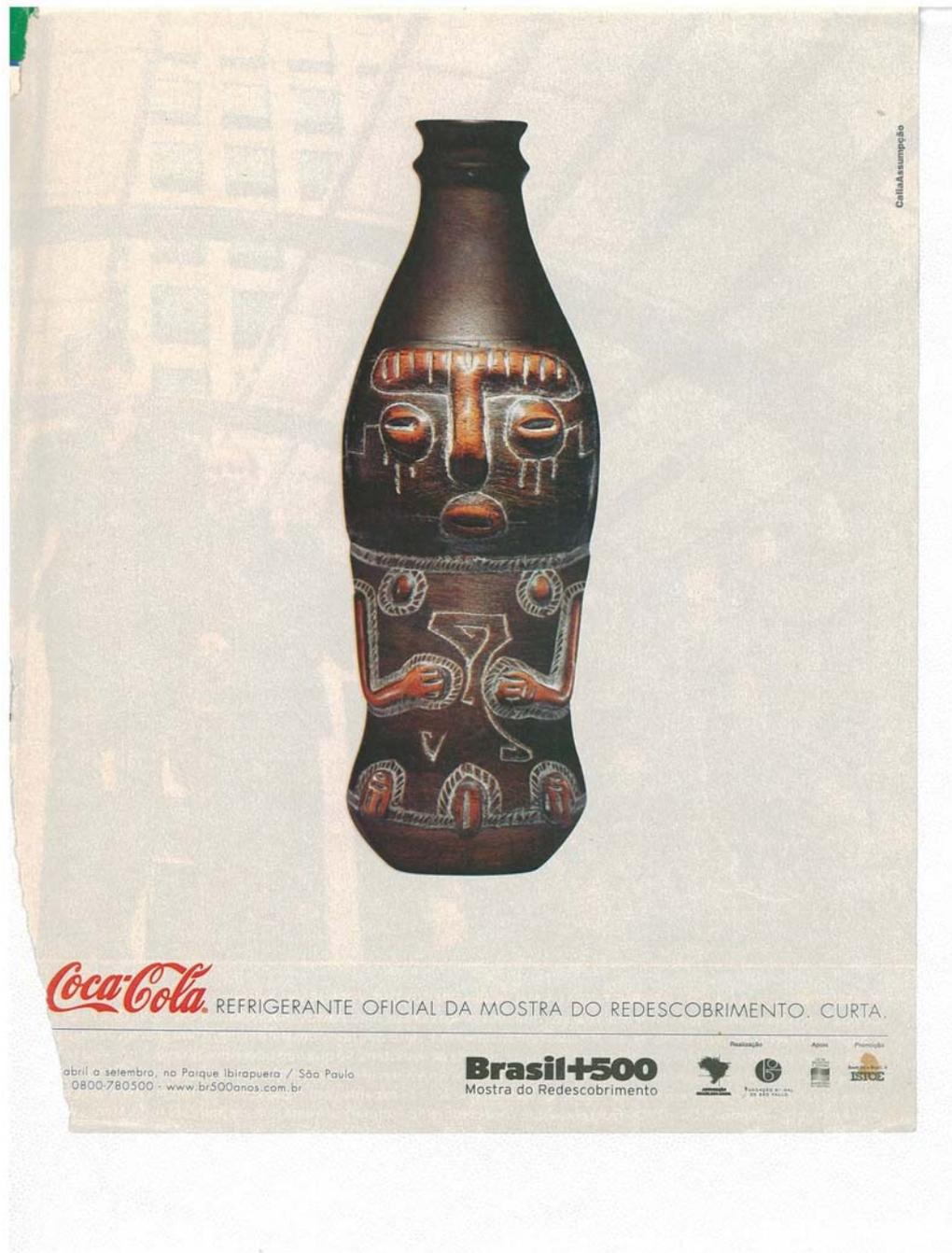
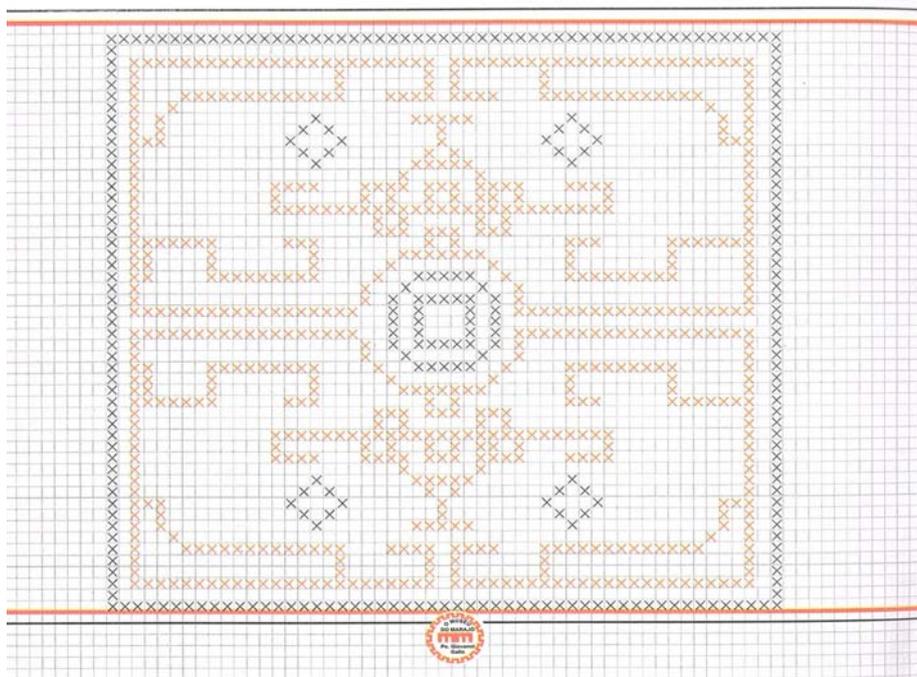


Figura retirada da Revista Veja, não foi possível identificar a edição.

Imagens do livro “*Motivos ornamentais da cerâmica Marajoara: modelos para o artesanato de hoje*” (2005) de Padre Giovanni Gallo. A obra é uma “coletânea de motivos ornamentais, um manual prático, com finalidade específica abastecer, com nova inspiração, o artesanato paraense” (Giovanni, 2005: 10). O livro apresenta modelos para o trabalho de bordado em ponto cruz a serem aplicados em camisas, toalhas, sacolas e tapetes. Julguei ser necessário incluir as imagens por salientar novos usos dos desenhos, pois em geral são aplicados em objetos cerâmicos. Atualmente, é possível observar os desenhos e grafismos da cultura Marajoara em diferentes contextos: nas cabines telefônicas em formato de vaso Marajoara e como tatuagem. Nas figuras abaixo os desenhos para serem utilizados em bordados e em camisas:



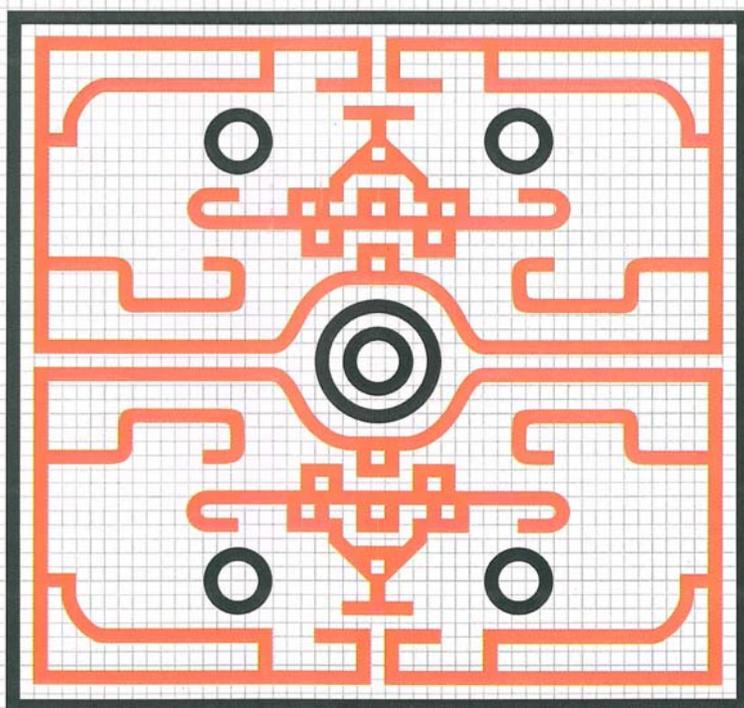
Fragmento de borda de vaso, decorado com motivos incisos.



Fragmento de borda de vaso com motivos excisos. Imagem retirada do livro “*Motivos ornamentais da cerâmica Marajoara: modelos para o artesanato de hoje*” (2005). Desenho para o ponto cruz.



Fragmento de borda de vaso, decorado com motivos incisos.



Fragmento de borda de vaso com motivos excisos. Imagem retirada do livro "Motivos ornamentais da cerâmica Marajoara: modelos para o artesanato de hoje" (2005). Desenho a ser aplicado em camisas.

Abaixo Cartão Telefônico 30 unidades Telemar, Série telefones públicos regionais: Vaso Marajoara – Cerâmica Típica da Ilha do Marajó, outra possibilidade dos usos da cultura regional.



Cartão Telemar frente. Acervo Leandro Pinto Xavier.



Cartão Telemar verso. Acervo Leandro Pinto Xavier.