



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN**

JULIANA LOSS JUSTO

**“ENTRE O ANTIGO E O NOVO”: O ARTESANATO EM COURO DO CARIRI SOB
A PERSPECTIVA DO CIRCUITO DA CULTURA**

**RECIFE – PE
2025**

JULIANA LOSS JUSTO

“ENTRE O ANTIGO E O NOVO”: O ARTESANATO EM COURO DO CARIRI SOB A
PERSPECTIVA DO CIRCUITO DA CULTURA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de doutora em Design. Área de concentração: Design, Cultura e Artes.

Orientadora: Prof.^a Dra. Virgínia Pereira Cavalcanti

RECIFE – PE

2025

.Catalogação de Publicação na Fonte. UFPE - Biblioteca Central

Justo, Juliana Loss.

"Entre o antigo e o novo": o artesanato em couro do Cariri sob a perspectiva do circuito da cultura / Juliana Loss Justo. - Recife, 2025.

221f.: il.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Design, 2025.

Orientação: Virgínia Pereira Cavalcanti.

Inclui referências e apêndices.

1. Artesanato; 2. Circuito da Cultura; 3. Design; 4. Cariri (CE); 5. Couro. I. Cavalcanti, Virgínia Pereira. II. Título.

UFPE-Biblioteca Central

**PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE TESE DE
DOUTORADO ACADÊMICO DE
JULIANA LOSS JUSTO**

**“ENTRE O ANTIGO E O NOVO”: O ARTESANATO EM COURO DO CARIRI SOB
A PERSPECTIVA DO CIRCUITO DA CULTURA**

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: Design, Cultura e Artes.

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, considera o(a) candidato(a) **Juliana Loss Justo** _____.

Recife, ____ de _____ de 2025.

Prof.^a Kátia Medeiros de Araújo (UFPE)

Prof.^a Ana Neuza Botelho Videla (UFPE/UFCA)

Prof.^a Cyntia Santos Malaguti de Sousa (USP)

Prof. Adailton Laporte de Alencar (UFPE)

Prof.^a Ana Maria Queiroz de Andrade (UFPE)

Dedico este trabalho a todos os artesãos
do couro do Cariri.

À minha família.

Germinar

Nascemos imensidão
Perdemos a conexão
Pela doença de ouvir
A voz da falsa razão
Abrindo os olhos sem acordar
Fechando o olho da intuição
Abrimos mão de enxergar
O desabrochar da vida
Obedecer, entristecer
Procrastinar
Sem tempo de ser
O que a nossa alma pede
Dentro de nós acumulamos pesos cruéis
Acreditando que é assim que a vida é
Tá na hora de reagir
Entender que somos gigantes
Ocupar o nosso lugar
Acolher nossas almas
Nunca é tarde pra replantar
Nossa terra é de amor infundo
A semente vai germinar
É assim que a vida é

(Flaira Ferro, 2019)

RESUMO

Nas últimas décadas, o artesanato brasileiro tem ganhado crescente reconhecimento e valorização, integrando a agenda de políticas públicas voltadas à qualificação da mão de obra, ao aprimoramento de processos e produtos e ao incremento da renda gerada por essa atividade. Tais ações, somadas à inserção do artesanato em circuitos de consumo de maior prestígio e à atuação de designers em parceria com artesãos — visando melhorias técnicas, estéticas e comunicacionais —, vêm contribuindo para uma ressignificação do artesanato perante o olhar do consumidor contemporâneo. Nesse cenário, o artesanato em couro do Cariri cearense tem alcançado níveis inéditos de visibilidade midiática e valorização comercial. Tradicionalmente associado ao uso funcional por vaqueiros e à cultura local — como no caso de gibões e selas produzidos na região desde o século XVIII —, esses artefatos de couro hoje também ocupam espaços em galerias de arte, lojas especializadas e desfiles de moda, sendo incorporados por marcas brasileiras como elementos de identidade e estilo. Essa mudança no contexto de circulação provoca transformações nos significados atribuídos a tais objetos, uma vez que passam a ser consumidos por públicos que demandam produtos com atributos simbólicos e estéticos distintos de suas funções originais. A presente pesquisa tem como objetivo compreender as transformações pelas quais passou o artesanato em couro do Cariri ao longo do tempo. Para isso, optou-se pela metodologia de estudo de casos múltiplos, envolvendo três oficinas da região — Zé Moreno, André Cardoso e Chico Arte Nossa —, a fim de traçar comparativos que permitam identificar distintas formas e momentos de mudança. A investigação é fundamentada nos Estudos Culturais, especialmente no modelo teórico do Circuito da Cultura, que propõe a análise de fenômenos culturais por meio de cinco momentos interligados: produção, consumo, identidade, representação e regulação. Os resultados evidenciam que cada oficina promoveu alterações em diferentes etapas do circuito, o que revela a capacidade adaptativa do artesanato a contextos culturais diversos, refletindo dinâmicas sociais, econômicas e identitárias que influenciam em sua percepção e valor no mercado contemporâneo.

Palavras-chave: Artesanato. Circuito da Cultura. Design. Cariri. Couro.

ABSTRACT

In recent decades, Brazilian handicrafts have gained increasing recognition and appreciation, becoming part of public policy agendas aimed at workforce training, the enhancement of production processes and products, and the growth of income generated by this activity. These efforts—combined with the insertion of crafts into more prestigious consumer circuits and the collaborative work between designers and artisans to improve technical, aesthetic, and communicative aspects—have contributed to the redefinition of handicrafts in the eyes of contemporary consumers. In this context, leather craftsmanship from the Cariri region of Ceará has achieved unprecedented levels of media visibility and commercial appreciation. Traditionally associated with the functional use by cowherds and with local cultural practices—such as jackets and saddles produced in the region since the 18th century—these leather artifacts are now also featured in art galleries, fashion shows, and specialized retail stores, being adopted by Brazilian brands as elements of identity and style. This shift in circulation context has led to transformations in the meanings attributed to these objects, as they begin to be consumed by audiences who demand symbolic and aesthetic attributes distinct from their original functions. This research aims to understand the transformations that leather craftsmanship from Cariri has undergone over time. To this end, a multiple case study methodology was applied, focusing on three local workshops—Zé Moreno, André Cardoso, and Chico Arte Nossa—with the objective of drawing comparisons that reveal different forms and moments of change. The investigation is grounded in Cultural Studies, particularly in the theoretical model of the Circuit of Culture, which proposes the analysis of cultural phenomena through five interconnected moments: production, consumption, identity, representation, and regulation. The findings show that each workshop introduced changes at different stages of the circuit, revealing the adaptive capacity of handicrafts to diverse cultural contexts, and reflecting the social, economic, and identity dynamics that shape their perception and value in the contemporary market.

Keywords: Handicraft. Circuit of Culture. Design. Cariri. Leather.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Maria de Lourdes Cândido Monteiro, artesã de Juazeiro do Norte ao lado de uma escultura de sua autoria feita em barro	24
Figura 2 – Vestido da estilista Marina Bitu confeccionado com fuxicos feitos pelas Fuxiqueiras da Chapada, do Crato.....	24
Figura 3 – Elementos do conceito de artesanato trabalhados na pesquisa	43
Figura 4 – Chapada do Araripe vista do Horto.	49
Figura 5 – Banner do site do Geoparque Araripe.....	50
Figura 6 – Cascata da cidade do Crato.....	52
Figura 7 – Barragem do Castanhão em Nova Jaguaribara	52
Figura 8 – Flor no jardim e flor utilizada como buquê de noiva.	58
Figura 9 – Circuito da Cultura.....	65
Figura 10 – Metodologia de pesquisa baseado em Yin, 2015.....	78
Figura 11 – Respostas recebidas no formulário com indicações dos artesãos do couro no Cariri.....	80
Figura 12 – E-mail enviado às prefeituras do Cariri solicitando informações dos artesãos.....	81
Figura 13 – Quadro síntese de Zé Moreno	85
Figura 14 – Quadro síntese André Cardoso.....	85
Figura 15 – Quadro síntese de Chico Arte Nossa	86
Figura 16 – Localização da cidade do Crato	89
Figura 17 – Fachada da oficina de André Cardoso, Crato	90
Figura 18 – Fachada da oficina Art Couro, Crato	90
Figura 19 – Frente da oficina de Juarez, Crato	90
Figura 20 – Frente da oficina de Leo, Crato.....	91
Figura 21 – Frente da loja Caruá, Crato.....	91
Figura 22 – Chico Arte Nossa, Crato.....	91
Figura 23 – Frente da loja da Sertaneja, Crato	92
Figura 24 – Localização da cidade de Assaré.....	92
Figura 25 – Fachada da loja Arte Couro, de Pelé, Assaré	93
Figura 26 – Interior da oficina de Durão, Assaré	93
Figura 27 – Fachada da loja de Israel, Assaré	93
Figura 28 – Localização da cidade de Nova Olinda	94

Figura 29 – Fachada da loja de Espedito Seleiro, Nova Olinda Fonte: Perfil do Instagram de Espedito Seleiro, 2022.	95
Figura 30 – Fachada da oficina de Espedito Seleiro, Nova Olinda Fonte: Perfil do Instagram de Espedito Seleiro, 2022	95
Figura 31 – Fachada da oficina de Zé Moreno, Nova Olinda	95
Figura 32 – Localização da cidade de Juazeiro do Norte.....	95
Figura 33 – Marca e card da Artesano	96
Figura 34 – Localização da cidade de Caririaçu.....	97
Figura 35 – Fachada da oficina de Joci, Caririaçu	97
Figura 36 – Localização da cidade de Barbalha.....	98
Figura 37 – Fachada da oficina de Neto, Barbalha	99
Figura 38 – Espedito em sua oficina improvisada no quintal de sua casa, Missão Velha	99
Figura 39 – Localização das oficinas por cidade.....	100
Figura 40 – Fachada da oficina de Joci em Caririaçu e Ponto do Vaqueiro, em Barbalha.....	101
Figura 41 – Estação de trabalho na oficina de André.....	103
Figura 42 – Área de costura na oficina de Zé Moreno	103
Figura 43 – Organização das facas de cortes e ferramentas na oficina Caruá.	104
Figura 44 – Máquina e ferramentas na oficina Ponto do Vaqueiro, em Barbalha ...	106
Figura 45 – Estrutura de sela na oficina de Zé Moreno, em Nova Olinda	107
Figura 46 – Componentes de sandálias e produto final da oficina Art Couro em Crato	108
Figura 47 – Cadeira feita por André Cardoso e banco fabricado por Espedito Seleiro	109
Figura 48 – Berço customizado por Espedito Seleiro.....	109
Figura 49 – Banco e capelinha em exposição Capelinha exposta no museu Nacional de Brasília 2022	110
Figura 50 – Espedito Seleiro ministrando oficina para crianças em Nova Olinda ...	111
Figura 51 – Loja CeArt em Juazeiro do Norte	112
Figura 52 – Mapa da Rota Ceart com indicação de tipologias por território	113
Figura 53 – Imagem do catálogo e sandálias resultado da parceria Farm e Espedito Seleiro	114
Figura 54 – Cards da Loja do Bem.....	116

Figura 55 – Espaço da bancada da oficina.....	121
Figura 56 – couros pendurados.....	120
Figura 57 – Zé Moreno e a parede com insumos.....	120
Figura 58 – Moldes de Zé Moreno herdados do pai.....	121
Figura 59 – Zé Moreno e José Filho vestidos com terno de couro.....	123
Figura 60 – Imagens do perfil do instagram de Zé Moreno.....	124
Figura 61 – Capa de Espingarda feita por Zé Moreno	125
Figura 62 – Couros pendurados em frente a oficina de Zé Moreno para beneficiamento	126
Figura 63 – Filhos de Zé Moreno trabalhando na oficina	127
Figura 64 – Convite para exposição em Nova Olinda	127
Figura 65 – Fachada da nova oficina de Zé Moreno e artesão concedendo entrevista à pesquisadora.....	128
Figura 66 – Chaveiro e bolsa com marca do artesão com gravação a laser.....	129
Figura 67 – Frente da loja de André Cardoso	130
Figura 68 – Imagens da loja de André Cardoso	131
Figura 69 – Imagens da loja de André Cardoso.....	131
Figura 70 – Cartões de visita.....	132
Figura 71 – Circuito da Cultura de André Cardoso.....	132
Figura 72 – Banco trançado e carteiras feitas sob encomenda para o CCCSE	135
Figura 73 – Paulinha Sampaio usando colete de André Cardoso	136
Figura 74 – Placa da Rota CeArt na loja de André Cardoso	136
Figura 75 – Imagem na oficina de André Cardoso	140
Figura 76 – André aplicando vira em sandálias e a sala onde fica o computador que opera a máquina de corte a laser.....	143
Figura 77 – Frente da loja de Chico	144
Figura 76 – Circuito da cultura Chico e Marca X.....	145
Figura 78 – Banner do site da Marca X com imagem de um artesão.....	147
Figura 79 – Banner do site da Marca X com imagem da Praça da Sé na cidade do Crato	147
Figura 80 – Detalhe do banner do site da Marca X com imagem do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro	148
Figura 81 – Banner do site da Marca X sobre tradição	148
Figura 82 – Descrição do sapato no site da Marca X.....	149

Figura 83 – Sapato produzido por Chico para a Marca X.	150
Figura 84 – Sapato produzido por Chico para a Marca X.	151
Figura 85 – Banner do site da Marca X falando sobre sustentabilidade.	153
Figura 86 – Antiga loja e oficina de Chico Arte Nossa que atualmente é ocupada por um restaurante	154
Figura 87 – Chico demonstrando o uso de um balancim improvisado feito por ele	155
Figura 88 – Sandália que Chico estava produzindo para Espedito Seleiro após não ter mais encomendas da Marca X.....	155
Figura 89 – Marcas de algumas oficinas.....	158
Figura 90 – Imagens de molde encontrado na oficina de Zé Moreno e de Espedito Seleiro	159
Figura 91 – Ferramentas manuais encontradas nas oficinas	162
Figura 92 – Marca de Zé Moreno aplicada no produto com clichê e marca gravada no couro a laser.....	163
Figura 93 – Exemplo de uso do pirógrafo em couro e sandália feita por André com uso de corte a laser.....	164
Figura 94 – Parte externa e interna das carteiras produzidas por André para o CCCSE	164
Figura 95 – Gibão do Espedito Seleiro exposto no luá Hotel.....	167
Figura 96 – Hall do luá Hotel.....	169

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Macrorregião do Cariri.....	48
Mapa 2 – Mapa do recorte final da pesquisa	79
Mapa 3 – Trajeto do centro de Nova Olinda para a oficina de Zé Moreno	119

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Mapa do Ceará e Região Metropolitana do Cariri	27
Quadro 2 – Recortes da pesquisa.....	27
Quadro 3 – Universo de Pesquisa.....	28
Quadro 4 – Marcos do Artesanato em Couro do Cariri	54
Quadro 5 – Método de estudo de casos.	77
Quadro 6 – Quadro das oficinas identificadas no mapeamento.....	82
Quadro 7 – Quadro da produção de cada oficina.....	83
Quadro 8 – Agentes identificados no mapeamento.....	84
Quadro 9 – Protocolo de Pesquisa.....	87

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ARTENE	Artesanato do Nordeste
CeArt	Central de Artesanato do Ceará
CCCSE	Centro Cultural do Cariri Sérvulo Esmeraldo
EC	Estudos Culturais
FENEARTE	Feira Nacional de Artesanato
EUDR	Lei de Desmatamento da União Europeia
MAM	Museu de Arte Moderna
MASP	Museu de Arte de São Paulo
MAUC	Museu de Arte da UFC
PAB	Programa do Artesanato Brasileiro
RMC	Região Metropolitana do Cariri
SEBRAE	Serviço de Apoio às micro e Pequenas Empresas do Ceará
SPFW	São Paulo Fashion Week
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura
UFCA	Universidade Federal do Cariri
URCA	Universidade Regional do Cariri

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	19
1.1	Justificativa.....	224
1.2	Hipóteses	257
1.3	Objeto de Estudo e Recorte.....	268
1.4	Objetivos.....	29
1.5	Estrutura da tese	29
1	PARTE – CONTEXTO DE PESQUISA E REFERENCIAL TEÓRICO	32
2	ARTESANATO	33
2.1	Breve histórico do Artesanato	33
2.2	O artesanato no contexto brasileiro.....	36
2.3	Mercado de Artesanato no Brasil.....	41
2.4	Qual conceito de artesanato estamos tratando?.....	42
2.4.1	<i>Mestres, aprendizes e artesãos</i>	<i>46</i>
3	O ARTESANATO EM COURO NO CARIRI	48
3.1	Conhecendo o Cariri	48
3.2	A tradição do artesanato em couro no Cariri.....	51
4	CULTURA E CIRCUITO DA CULTURA.....	56
4.1	Processos de Ressignificação	56
4.2	Processos de Hibridismo	59
4.3	Estudos Culturais e Circuito da Cultura.....	61
4.3.1	<i>Consumo.....</i>	<i>66</i>
4.3.2	<i>Identidade</i>	<i>68</i>
4.3.3	<i>Representação.....</i>	<i>71</i>
4.3.4	<i>Produção.....</i>	<i>72</i>
4.3.5	<i>Regulação</i>	<i>73</i>
2	PARTE – PESQUISA E RESULTADOS.....	75

5	MÉTODO	76
5.1	Etapas da pesquisa	77
5.1.1	<i>Pesquisa Bibliográfica e Estabelecimento da Teoria</i>	78
5.1.2	<i>Mapeamento das Oficinas</i>	79
5.1.3	<i>Realização dos Estudos de Caso</i>	84
6	MAPEAMENTO – Conhecendo os mestres	89
6.1	Exploração Inicial	89
6.2	Descrição Geral das Oficinas	101
6.2.1	<i>Segmentação</i>	105
6.2.1.1	Selaria	106
6.2.1.2	Acessórios	107
6.2.1.3	Diversificada	108
6.2.2	<i>Agentes envolvidos</i>	110
6.2.2.1	Agentes governamentais	110
6.2.2.2	Designers	114
6.2.2.3	Canais de Comercialização de Artesanato	115
7	ESTUDO DE CASOS	117
7.1	Zé Moreno – Entre o gado e o couro	118
7.1.1	<i>Descrição do Caso Zé Moreno</i>	118
7.1.2	<i>Análise do Caso</i>	121
7.1.2.1	Identidade e representação	121
7.1.2.2	Consumo	124
7.1.2.3	Produção e regulação	126
7.1.3	<i>Atualizações de pesquisa</i>	128
7.2	André Cardoso – Eu sou entre o antigo e o novo	129
7.2.1	<i>Descrição do Caso</i>	129
7.2.2	<i>Análise do Caso</i>	132

7.2.2.1 Consumo.....	133
7.2.2.2 Identidade e representação	137
7.2.2.3 Produção e regulação	139
7.2.3 <i>Atualizações de pesquisa</i>	142
7.3 Chico Arte Nossa – Marca X.....	143
7.3.1 <i>Descrição do Caso</i>	143
7.3.2 <i>Análise do Caso</i>	145
7.3.2.1 Identidade e Representação.....	146
7.3.2.2 Produção e regulação	150
7.3.2.3 Consumo.....	152
7.3.3 <i>Atualização de pesquisa</i>	153
7.4 Análise Cruzada de Dados	156
7.4.1 <i>Identidade</i>	156
7.4.2 <i>Representação</i>	158
7.4.3 <i>Regulação</i>	160
7.4.4 <i>Produção</i>	161
7.4.5 <i>Consumo</i>	166
7.4.6 <i>Ressignificação</i>	168
7.4.7 <i>Hibridismo</i>	170
CONSIDERAÇÕES FINAIS	172
REFERÊNCIAS.....	176
APÊNDICES	181

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas duas décadas, o artesanato¹ brasileiro tem ganhado visibilidade, ocupando maior espaço na mídia, na moda e mesmo na academia, onde é objeto de estudo de pesquisas no campo do design, antropologia, economia, administração, entre outras disciplinas. Além disso, a implementação de políticas públicas atuando na formação dos artesãos, qualificação da produção e incentivo à sua comercialização apontam que o artesanato é também uma importante agenda governamental.

Este cenário encontra ressonância também a nível dos estados, a exemplo do Ceará². Atrelado a isso, o forte turismo no estado também cria uma plataforma para os artesãos exibirem seu trabalho, tendo em vista a busca por lembranças únicas e autênticas e que façam referência ao território. Esse estímulo econômico, junto ao incentivo do governo estadual em formação e qualificação, contribui para o aumento do consumo do artesanato e sua valorização.

O Ceará é composto por 14 regiões administrativas³, sendo uma delas o Cariri⁴, que está localizado ao sul do estado e do qual fazem parte 28 municípios. A região faz divisa com os estados da Paraíba, Pernambuco e Piauí e se localiza ao sopé da Chapada do Araripe, da qual jorram cerca de 80 fontes de água que garantem o abastecimento das cidades. Sua geografia favorece o clima ameno, e a presença de água durante períodos de estiagem fornece características favoráveis à sua ocupação. Essa abundância de água, a fertilidade do solo e a localização equidistante entre algumas capitais nordestinas contribuiu para o desenvolvimento da região como importante entreposto comercial do Nordeste, principalmente durante o século XVIII.

¹ O artesanato será abordado de modo mais profundo no capítulo 2 da tese.

² O interesse pessoal pelo artesanato vem de longa data e ainda na graduação em Design tive a oportunidade de estudar o Mestre Espedito Seleiro em meu trabalho de conclusão de curso. Realizei ainda trabalhos de intervenção de design e projetos de extensão e pesquisa junto a artesãos e artesãs em Pernambuco e no Ceará, o que me permitiu construir reflexões mais profundas acerca da produção artesanal na região. Ao longo do tempo fui percebendo que a produção artesanal em couro do Cariri possui ainda muitas camadas a serem exploradas e compreendidas. A principal delas diz respeito ao quantitativo de artesãos do couro atuante nos últimos anos, ao identificar o aumento no número de oficinas e lojas que vendem peças em couro, principalmente na cidade do Crato, onde resido. O próprio Mestre Espedito conta com um arsenal de artesãos desconhecidos para dar conta do volume de produtos comercializados sob a chancela de sua marca.

³ São elas: Cariri, Centro Sul, Grande Fortaleza, Litoral Leste, Litoral Norte, Litoral Oeste/Vale do Curu, Maciço de Baturité, Serra da Ibiapaba, Sertão Central, Sertão de Canindé, Sertão dos Crateús, Sertão dos Inhamuns, Sertão de Sobral.

⁴ As características do Cariri serão tratadas no capítulo 3 da tese.

A região conta também com uma grande quantidade de manifestações culturais, como reisados⁵, penitentes⁶, bandas cabaçais⁷ e festejos que atraem anualmente um número significativo de turistas. O turismo religioso também é motivo de atração para a região, principalmente pela fé em torno de Pe. Cícero⁸, um importante incentivador da produção artesanal. Com o intuito de promover geração de renda aos fiéis, Pe. Cícero estimulava a confecção de artefatos para utilização nas cerimônias religiosas, como chapéus de palha, velas e candeeiros, promovendo a economia local e a independência financeira da comunidade.

O artesanato em couro feito na Região do Cariri cearense é uma das produções que tem experimentado substancial reconhecimento desde o início dos anos 2000. Um caso de grande repercussão é do Mestre Espedito Seleiro, que tem um talento particular para dar vida ao couro, principalmente no colorido das peças que produz. As primeiras aparições de suas sandálias fora do circuito local aconteceram nos desfiles da Cavalaria (2005), e, em 2007, as peças do artesão compuseram o figurino do filme “O Homem que desafiou o Diabo”. A partir desses desfiles, pouco a pouco a oficina do Mestre, em Nova Olinda, foi chamando atenção e entrando na rota turística de quem visitava o Cariri, construindo um público consumidor cada vez maior.

Em paralelo ao aumento da visibilidade junto à turistas que visitam a região, a parceria com designers e marcas de moda também teve continuidade. Em 2015, Espedito desenvolveu uma linha de mobiliário junto aos irmãos Campana⁹, e no ano seguinte criou uma linha de calçados para a Farm¹⁰. A obra e vida de Espedito Seleiro

⁵ É uma forma de celebração típica das festas de Reis, que ocorre entre o Natal e o Dia de Reis (6 de janeiro). Essa tradição envolve música, dança, teatro e poesia, criando uma atmosfera festiva e comunitária. O Reisado inclui diversos personagens tradicionais, como o Mestre, o Contramestre, os Caretas (ou Mateus) e os Reis Magos. Cada personagem tem um papel específico na celebração e contribui para a riqueza cultural do evento.

⁶ São membros de irmandades religiosas tradicionais que praticam a penitência como forma de devoção e expiação de pecados. Essas irmandades são encontradas principalmente nas cidades de Barbalha e Crato. As práticas dos Penitentes incluem autoflagelação, jejum e procissões noturnas cantando cânticos religiosos.

⁷ São grupos tradicionais de música e dança que preservam e perpetuam a cultura popular da região do Cariri, no Ceará. Essas bandas são conhecidas por utilizar instrumentos de percussão feitos de cabaça, como o pífono e a zabumba, além de outros instrumentos tradicionais.

⁸ Nascido em 24 de março de 1844, na cidade de Crato, ele se destacou por seu trabalho pastoral e por um suposto milagre eucarístico ocorrido em 1889, durante uma comunhão geral na capela de Nossa Senhora das Dores, em Juazeiro do Norte.

⁹ Fernando (1961-2022) e Humberto Campana (1953) criaram o Estúdio Campana em 1984 que é considerado pioneiro do Design disruptivo, conquistando reconhecimento internacional por seu design de mobiliário e peças intrigantes, estabelecendo uma linguagem singular e inovadora.

¹⁰ A Farm é uma marca carioca que cria peças de vestuário, acessórios e objetos para casa buscando representar brasilidade.

foi ainda abordada em pesquisas¹¹ acadêmicas e no livro “Coração Coroado”, de Eduardo Mota.

O trabalho artesanal em couro, o qual o mestre aprendeu no seio familiar, é reflexo do processo de ocupação do Cariri durante o Ciclo do Gado no séc. XVIII, onde a atividade pecuária teve relevada importância. Nesse período, a criação de gado e a produção de artefatos de couro, como selas, arreios, chapéus e outros itens tornaram-se atividades fundamentais para a economia local. Espedito Seleiro, portanto, personifica o artesanato em couro da região do Cariri enquanto tradição ligada à história da região.

Os artefatos em couro confeccionados no Cariri estão sempre associados a uma tradição que, a exemplo de Espedito Seleiro, foi passando de pai para filho, onde processos e produtos são testemunho de um modo de vida particular da região. No entanto, uma vez que o trabalho dos vaqueiros no campo foi sendo substituído por novas tecnologias, diminuindo a demanda na produção de selas e gibões, os artesãos também tiveram que se adaptar. Para dar continuidade ao seu trabalho, que também é na maioria das vezes o sustento de suas famílias, os artesãos passaram a investir na confecção de diferentes peças que atraem outro perfil de consumidores.

Essa inserção em novos espaços de consumo, associada à sua relevância enquanto tradição, levanta questionamentos sobre como seus significados também passam por transformações. Mesmo que os materiais, processos e formas sejam mantidos, o fato de estar inserido em um novo espaço de consumo afeta a interpretação desses artefatos. Além dessa penetração em outros universos, o significado desses produtos é também resultado de vários outros processos históricos, os quais, na nossa investigação, não seguem uma linha reta e ininterrupta, nem impõem uma ruptura total com a tradição.

Não é possível também desconsiderar o processo de globalização como fator que provoca mudanças nos processos de produção e consumo do artesanato do Cariri. Isso porque em um mundo interconectado, há uma maior circulação de ideias e influências culturais de diferentes partes do mundo, podendo levar à inovação e ao surgimento de produtos híbridos que combinam elementos tradicionais com modernos.

¹¹ Liana Dodt (2016) escreveu sua dissertação de doutorado investigando o processo criativo de Espedito Seleiro, sobretudo as influências dos ciganos e dos cangaceiros.

Considerando o contexto acima, foi necessário encontrar um apoio teórico que permitisse compreender o artesanato em couro enquanto tradição, mas dentro de um campo em que estão presentes interesses comerciais, culturais e sociais. Dessa forma, encontramos nos Estudos Culturais uma teoria adequada para investigar esses processos de mudanças atravessados pelo artesanato em couro no Cariri nas últimas décadas, em especial o Circuito da Cultura (Du Gay *et al*, 2013), que propõe uma investigação dos fenômenos culturais a partir da articulação de cinco momentos: consumo, produção, identidade, representação e regulação.

O Circuito da Cultura aponta a necessidade de analisar estes momentos que são interconectados de várias maneiras, auxiliando na compreensão dos fenômenos culturais. Por exemplo, as decisões tomadas durante a produção (momento de produção) são influenciadas pelas normas e políticas (regulação) e visam um público específico (consumo). Da mesma forma, a forma como um bem cultural é consumido (momento de consumo) pode influenciar em sua representação futura e a identidade dos consumidores. O circuito da cultura é dinâmico, com cada momento impactando e sendo impactado pelos outros, permitindo uma compreensão holística dos fenômenos culturais.

1.1 Justificativa

Apesar do cenário de valorização e incentivo à sua produção, durante muito tempo o artesanato brasileiro foi relacionado a produtos de baixa qualidade. Esse fato pode ser atribuído a diversos fatores, alguns dos quais incluem mudanças sociais, econômicas e culturais que ocorrem no país a longo do tempo. Desde os primeiros anos de governo republicano, as políticas de desenvolvimento e de construção de uma imagem moderna resultou na desvalorização de produtos artesanais. O menosprezo à cultura popular e aos artefatos feitos à mão também foi incorporado ao discurso desenvolvimentista, principalmente a partir dos anos 50, quando a industrialização passou a ser o cerne das políticas governamentais (Borges, 2011).

O desejo deliberado de abolir o objeto feito à mão, em prol do feito a máquina obedeceu a visão de que a tradição da manualidade era parte do passado de atraso, subdesenvolvimento e pobreza, que o futuro promissor proporcionado pelas máquinas nos faria superar (Borges, 2011, p. 31).

Essa compreensão pejorativa dos artefatos artesanais perdura até os dias atuais em contextos mais conservadores, mas, do ponto de vista institucional, foram empreendidos esforços de valorização desse tipo de produção, a exemplo do Programa do Artesanato Brasileiro – PAB, criado em 1991. Esse tipo de ação sem dúvida impacta na percepção que a sociedade em geral tem do artesanato.

No que tange ao campo do design, as primeiras ações com o objetivo de aproximação com o artesanato brasileiro foram realizadas na década de 1980, que, segundo Adélia Borges (2011):

[...] começou timidamente com movimento dos designers em direção ao interior do país na busca de revitalização do artesanato, que se daria por meio da soma da preservação de técnicas produtivas que haviam sido passadas através de gerações e da incorporação de novos elementos, formais e/ou técnicos, aos objetos (Borges, p. 45).

No decorrer dos anos, esse tipo de ação se replicou em todo o território brasileiro, adentrou as universidades através de projetos interdisciplinares, ganhou pauta em editais de fomento e alicerçou a fundação de diversas entidades de apoio. Isso levou ao cenário atual, onde o fazer artesanal é tratado com maior reconhecimento e valorização. Como resultado desses processos, podemos ver uma maior oferta de artefatos artesanais em diferentes canais de comercialização e um aumento significativo no número de consumidores.

Em relação ao artesanato em couro, esta situação veio num momento oportuno, tendo em vista que a atividade de pastoreio, na qual se inserem seus principais usuários, entrou em declínio, sendo substituída por processos mecanizados. Inserir estes artefatos em uma nova dinâmica de consumo, portanto, permitiu continuidade da atividade, pois o artesanato, além de um elemento cultural, é também um modo de sustento para seus produtores.

O maior reconhecimento do artesanato enquanto valor cultural, estético e social pela sociedade resultou na sua inserção em outros circuitos de apreciação e consumo. As peças de barro de Maria do Socorro Cândido (Figura 1), atualmente expostas no Museu de Arte da UFC – MAUC, as roupas de fuxico feitas pelas Fuxiqueiras da Chapada (Figura 2), presentes no desfile de Marina Bitu no SPFW 2024 evidenciam que estes objetos passaram a ser reconhecidos pelo seu valor estético, simbólico e cultural.

Figura 1: Maria de Lourdes Cândido Monteiro, artesã de Juazeiro do Norte ao lado de uma escultura de sua autoria feita em barro



Fonte: Artesol, 2024.

Figura 2: Vestido da estilista Marina Bitu confeccionado com fuxicos feitos pelas Fuxiqueiras da Chapada, do Crato.



Fonte: Marina Bitu, 2024

Já foi citado que esse processo de intervenção de designers e estilistas também ocorreu com o artesanato em couro, levando os mesmos a se inserirem em outras relações de consumo. Isso resulta numa mudança da dinâmica produtiva nas oficinas, que também se alterou pelo acesso a novas tecnologias de beneficiamento do couro, antes realizadas pelos próprios artesãos e também pela disponibilidade de maquinário, a exemplo do corte a laser cada vez mais acessível.

Cabe, portanto, compreender como essas mudanças, que passam pela valorização do artesanato, mudança no público consumidor e nos processos produtivos, afetaram os artesãos e seu trabalho. A escolha em trazer outros artesãos para a pauta do artesanato em couro, para além do mestre Espedito Seleiro, veio da compreensão de que essa realidade impacta estes indivíduos de modos distintos.

A opção por abarcar um universo de pesquisa, que contempla diversos modos de produção e também diferentes cidades do Cariri, se dá pela necessidade de preencher uma lacuna de pesquisa. Os estudos sobre o artesanato no Cariri se dedicam a uma investigação mais geral no que diz respeito às tipologias, não havendo trabalhos que busquem compreender o cenário do artesanato em couro e suas diferentes dinâmicas de trabalho.

Apesar das severas mudanças em relação ao artesanato nos últimos anos, que perpassam os processos produtivos, o tipo de artefato confeccionado e a própria compreensão pela sociedade, não identificamos na literatura textos que busquem compreender essa questão, mesmo com sua relevância para as dimensões social, cultural e econômica para a região. Mergulhar nessas histórias, compreender os diferentes caminhos dessa produção e sistematizar aquilo que iremos aprender sobre esse universo é necessário e urgente.

1.2 Hipóteses

O artesanato em couro do Cariri passou por diversas mudanças ao longo do tempo. Ele nasce com um fim específico: produzir para a população local, principalmente os vaqueiros. No entanto, aos poucos a demanda por produtos de selaria foi diminuindo devido à inserção de tecnologias de trabalho no campo, o que levou à substituição de vaqueiros montados em cavalos. Paralelamente a isto, temos visto a valorização e inserção do artesanato em couro em novos canais de consumo, que é resultado tanto de políticas públicas quanto de transformações sociais. Estes espaços de consumo encontram uma clientela diversa dos vaqueiros, levando a necessidade dos artesãos a se adaptarem a este novo mercado. Estes fatos nos levam ao seguinte questionamento: ***quais formas os artesãos do couro do Cariri encontram para lidar com as novas demandas de mercado?***

A construção das hipóteses para responder à questão acima parte da perspectiva de que os artesãos podem lidar de diferentes formas com essas demandas de mercado:

A – Diversificação de artefatos produzidos, voltados para um público mais diverso, uma vez que há uma nova demanda de consumo;

B – Inserção de produtos em novos espaços de consumo, com vistas à ampliação do mercado consumidor;

C – Alterações nos processos produtivos, de modo a atender a nova demanda de mercado e incorporar novas tecnologias.

Vale ressaltar que essas hipóteses podem se sobrepor, permitindo que os artesãos implementem mudanças simultâneas nos processos de produção, no perfil dos consumidores e nos artefatos produzidos.

1.3 Objeto de Estudo e Recorte

O ponto de partida para construção do recorte da pesquisa foi o artesanato em couro do Cariri. Cientes da constante fechamento e abertura de oficinas, identificada na observação direta na região, foi definido trabalhar apenas com aquelas oficinas que estavam em funcionamento durante o processo de pesquisa. Essa mudança no cenário das oficinas se dá por alguns fatores, tais como o período da pandemia do COVID-19, que diminuiu o fluxo comercial principalmente durante os momentos de isolamento obrigatório o que ocasionou o fechamento de oficinas em situação de maior fragilidade econômica. Além disso, é comum artesãos que trabalham em oficinas de terceiro abrirem espaços próprios quando alcançam um maior nível de habilidade.

Para seleção do recorte espacial de pesquisa, foi levado em consideração que o território possuísse uma quantidade de cidades que permitisse a exploração e levantamento de oficinas. Dessa forma, inicialmente foi definida a Região Metropolitana do Cariri – RMC (mapa 2), criada pelo governo do estado em 2009 que abriga as cidades de Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha, Caririáçu, Farias Brito, Jardim, Missão Velha, Nova Olinda e Santana do Cariri.

Quadro 1 – Mapa do Ceará e Região Metropolitana do Cariri



Fonte: SCIDADES, 2023.

Tendo em vista a amplitude do território do Cariri e a multiplicidade de abordagens possíveis, foram definidos alguns recortes, buscando adequar a pesquisa ao tempo e recursos disponíveis, os quais estão sintetizados no quadro abaixo (quadro 2).

Quadro 2 - Recortes da pesquisa



Fonte: a autora, 2023.

Durante a exploração inicial foi identificada uma variedade de produtos executados nas oficinas que vão desde selaria, acessório, mobiliário entre outros. Dessa forma, o recorte material considera todos os produtos artesanais feitos em

couro, já que escolher um tipo de produção em específico poderia limitar a quantidade de oficinas a ser pesquisada.

Pela necessidade de compreensão multifacetada das práticas culturais, identidades e relações de poder em diferentes contextos sociais, o recorte teórico utilizado foram os Estudos Culturais. Eles permitem uma análise crítica das formas como a cultura influencia e é influenciada por fatores históricos, econômicos, políticos e sociais. Além disso, eles promovem a valorização da diversidade e das vozes marginalizadas, proporcionando uma visão mais inclusiva e equitativa da sociedade.

Após o mapeamento inicial, que identificou as oficinas no universo definido da pesquisa, foi possível compreender o contexto do artesanato em couro do Cariri e suas principais características, permitindo a seleção de três oficinas para realização do Estudo de Casos Múltiplos, buscando selecionar oficinas que representassem modos de trabalhos distintos entre si. Desse modo a primeira oficina escolhida foi a de Zé Moreno, por se tratar de uma produção familiar, pequena em relação às demais, voltada majoritariamente para artigos de selaria e com venda unicamente sob demanda. Já a oficina de André Cardoso possui uma produção bastante diversificada, com loja própria e uma das maiores capacidades produtivas. Por fim, a oficina Chico Arte Nossa é focada na produção de calçados que, atualmente, vende peças exclusivas para a marca Marca X, que realiza o comércio de sandálias e calçados na Europa.

Quadro 3 - Universo de Pesquisa



Fonte: a autora, 2023

1.4 Objetivos

Geral

Analisar as mudanças ocorridas ao longo do tempo no artesanato em couro do Cariri à luz dos fundamentos teóricos do circuito da cultura, identificando as diferentes estratégias adotadas pelos artesãos para adaptar seus processos, produtos e interações com o mercado.

Específicos

- Estabelecer os fundamentos teóricos da pesquisa a partir dos Estudos Culturais e mais especificamente do Circuito da Cultura como ferramenta de análise do artesanato em couro do Cariri;
- Identificar e mapear as oficinas/artesãos em atividade na região do Cariri;
- Categorizar as oficinas/artesãos do couro do Cariri a partir dos tipos de produtos confeccionados.
- Analisar as mudanças ocorridas ao longo do tempo no artesanato em couro do Cariri em relação à sua representação, identidade, consumo, produção e regulação; e
- Compreender como se deu os processos de hibridismo e resignificação do artesanato em couro do Cariri.

1.5 Estrutura da tese

A organização deste trabalho reflete o caminho percorrido durante sua construção, estando dividido em duas partes. A primeira parte apresenta o contexto de pesquisa, abordando também os principais conceitos e teorias utilizados ao longo da tese. A segunda parte descreve a construção da pesquisa, do percurso metodológico aos resultados.

Assim, o *segundo capítulo* versa sobre o artesanato, iniciando com um breve histórico e passando pelo entendimento da atividade no Brasil, ao longo do tempo.

Esse capítulo conclui com a abordagem conceitual acerca do artesanato, na qual se fundamenta a pesquisa, além da definição de aprendiz, mestre e artesão.

O *terceiro capítulo* faz uma aproximação com a região do Cariri, compreendendo as características geográficas e sociais a partir das quais foi se constituindo o artesanato local. Na sequência, são apresentadas as características do artesanato em couro na região e sua relação histórica com o território.

O *quarto capítulo* é voltado para a compreensão dos conceitos que envolvem a cultura. Compreendendo que os fenômenos culturais são dinâmicos, apresentamos ainda os processos de resignificação e hibridismo como caminhos possíveis para interpretar as transformações pelas quais o artesanato em couro do Cariri passou.

Este capítulo do referencial teórico se encerra descrevendo o Circuito da Cultura proposto por Du Gay *et al.* (2013), que é uma ferramenta analítica que auxilia a compreensão de como a cultura é desenvolvida, disseminada, consumida e transformada em diferentes contextos sociais e históricos. Ele enfatiza a natureza dinâmica e em constante mudança da cultura, bem como as complexas interações entre os produtores, distribuidores, consumidores e reguladores culturais.

A segunda parte da tese compreende toda a pesquisa e seus resultados, iniciando pela apresentação do percurso metodológico realizado a partir do Estudo de Casos Múltiplos (Yin, 2014) no *quinto capítulo*. Este método propõe a interpretação dos fenômenos a partir de múltiplas unidades de análises que, por possuírem características distintas entre si, permitem entender de modo mais complexo a realidade.

O *sexto capítulo* apresenta o mapeamento realizado no território para compreensão dos dados mais gerais acerca do artesanato em couro produzido no Cariri. Nele são apresentadas as oficinas identificadas, a segmentação realizada a partir dos produtos confeccionados e os agentes envolvidos na produção e circulação destes artefatos.

A partir do mapeamento, o *sétimo capítulo* se inicia com a seleção dos três artesãos com os quais foi realizado o estudo de caso: Zé Moreno, Chico Arte Nossa e André Cardoso. Na sequência, estão as descrições de cada caso e a análise, apontando as características da oficina e relacionando com os momentos do Circuito da Cultura. O capítulo se encerra com a análise entre pares, trazendo comparações para identificar diferenças e semelhanças entre as oficinas pesquisadas.

Por fim, as considerações finais retomam os objetivos propostos na pesquisa, analisando em que medida eles foram alcançados. Também foi possível apresentar as dificuldades e limitações da pesquisa encontradas no percurso da tese, bem como apontar possíveis desdobramentos.

1 PARTE – CONTEXTO DE PESQUISA E REFERENCIAL TEÓRICO

2 ARTESANATO

2.1 Breve histórico do Artesanato

O artesanato pode ser considerado uma das formas mais antigas de produção de artefatos. É um tema complexo devido a sua natureza multifacetada e à sua interseção com diversos aspectos da sociedade. Foi a partir das necessidades humanas de se alimentar, se proteger e se expressar que foram criados os objetos para melhorar as condições de vida e desenvolvimento da sociedade (Freitas, 2017).

Sennet (2008) corrobora também com a tese de que foi o uso de ferramentas produzidas através do emprego das mãos humanas que permitiu o desenvolvimento da civilização. Segundo ele “o artífice civilizador utilizou essas ferramentas para um bem coletivo, o de pôr fim à vida nômade dos homens, como caçadores-coletores ou guerreiros desenraizados (Sennet, 2008, p. 395).

Dessa forma, os artigos confeccionados através de processos intrinsecamente manuais estão presentes em todas as civilizações com diferentes finalidades. Na Mesopotâmia e Grécia, por exemplo, destacava-se a criação objetos de cunho mais artístico como joias, cerâmicas pintadas, esculturas e tecidos bordados. Há uma série de itens históricos em museus pelo mundo que ressaltam a relação destas peças com a intenção de promover distinção entre as diferentes classes existentes, comprovando que o artesanato não se destinava apenas a suprir necessidades básicas, mas era também uma expressão artística.

De acordo com Freitas (2017), uma grande expansão da atividade ocorreu entre os séculos XII e XV, era das Corporações de Ofício. Nestas corporações, o trabalho era pautado no coletivo, de modo organizado e com processos de regulação e ensino bastante consolidados. Assim:

As vendas aumentam, as corporações estabelecem formas de trabalho mais estruturadas. Começa a se destacar o papel do intermediário, ou como era denominado na época, o mercador, assumindo o ciclo de comercialização das peças artesanais.” (Freitas, p. 34).

Esse desenvolvimento da organização do trabalho nas corporações segue em ascensão até incorporar os maquinários mais simples utilizados em processos de manufaturas entre os séculos XV e XVIII. Este período foi marcado pela transição do

sistema artesanal para o sistema manufatureiro, onde a produção de bens começou a ser realizada em maior escala e com uma divisão mais estruturada do trabalho.

Foi sem dúvida o artesanato uma grande contribuição para o desenvolvimento da manufatura. E foi sem dúvida a manufatura que contribuiu para a marginalização do artesanato diante do processo de modernização da produção das sociedades pré-capitalistas. O sistema produtivo cada vez mais se caracterizava pelas ações de continuidade ou de repetição. A consequência para o artesanato com o estabelecimento da manufatura foi, principalmente, a decomposição dos ofícios em operações parciais gerando, dessa forma, a divisão do trabalho (Freitas, 2017, p. 34).

Essa divisão de trabalho cada vez maior, aliada aos avanços tecnológicos na fabricação de artefatos e com a introdução de máquinas a vapor, culminou na Revolução Industrial no século XVIII. Esse fenômeno que se iniciou na Europa marcou a transição de uma economia agrária e artesanal para uma economia industrial e mecanizada e se espalhou pelo mundo no século XIX e XX. A produção industrial transformou a sociedade, levando à urbanização, ao surgimento de novas classes sociais e a mudanças nas relações de trabalho.

Com o advento da Revolução Industrial no século XVIII, o artesanato começou a ser gradualmente substituído pela produção industrial. As máquinas e fábricas permitiram a produção em massa, o que reduziu significativamente os custos e aumentou a eficiência. Enquanto a produção artesanal era limitada em termos de quantidade e variabilidade, a indústria trouxe a padronização e a acessibilidade dos produtos a um público mais amplo.

No entanto, essa transição da produção intrinsecamente artesanal para a industrial não se deu à margem de contradições. Apesar do vislumbre com o suposto bem-estar que a produtividade da indústria traria, tal qual argumentou Adam Smith (1776), “a industrialização criou condições de vida desumanas para uma grande parte da população” (Scheiner, 2010, p. 28). Scheiner acrescenta ainda:

Por um lado, a liberação praticamente irrestrita de forças produtivas que provém o mundo de mercadorias máquinas construções de uma imensa riqueza material por outro lado a criação de relações de domínio e dependência que subjagam cada vez mais seres humanos e povos e os mergulha na miséria de massas e na pobreza cultural (Scheiner, 2010, p. 28).

Desse modo, surgiram alguns movimentos que questionavam tanto as relações de trabalho na indústria quanto a qualidade dos produtos resultantes desse modo de

produção. O movimento britânico Arts and Crafts, entre as décadas de 1860 a 1890, liderado pelo ativista socialista, artista e designer William Morris (1834 – 1896), defendia o artesanato como modo de produção que valorizava a matéria prima e o esmero do trabalho humano (Scheiner, 2010). Morris, como veemente opositor da Revolução Industrial, trouxe para sua própria empresa a filosofia na qual acreditava:

Para Morris & Co., a resposta à revolução industrial estava numa reforma das artes e dos ofícios que recorria aos valores medievais, época na qual o artesanato e a arte, a utilidade e a beleza ainda teriam construído uma unidade (Scheiner, 2010, p. 30-31).

Neste sentido, o *Arts and Crafts*, assim como outros movimentos reformistas como *Jugendstil* e *Art Nouveau*, tomou como partido o artesanato como modo de se contrapor aos efeitos nocivos da Revolução Industrial.

De modo menos contestador, algumas experiências buscaram incorporar elementos do modo de produção artesanal na indústria, em vez de repudiar totalmente seu avanço. Em determinados países, a industrialização inclusive se deu a partir de uma tradição artesanal, a exemplo de Itália e Japão (Borges, 2015).

Na Alemanha, por exemplo, o artesanato esteve presente no processo de formação de designers, profissão que ficou a cargo do planejamento e desenvolvimento dos produtos à medida que a divisão de tarefas distanciou o planejamento da execução. Um exemplo clássico da influência do artesanato na formação acadêmica foi a Bauhaus, uma das mais influentes escolas de design no século XX, fundada em 1919 por Walter Gropius na Alemanha. A escola tinha como proposta uma combinação de arte, artesanato e tecnologia em um currículo inovador, buscando apagar a distinção entre artesãos e artistas, promovendo uma visão interdisciplinar que ainda influencia a educação de artesanato e design até hoje.

Em alguns países, desenvolveu-se uma dicotomia entre o artesanato e a industrialização, de modo que, com o avanço e a consolidação desta última, o artesanato passou a ser percebido como uma forma de produção menos relevante ou inferior, perdendo gradualmente espaço nos mercados. No Brasil e Argentina, por exemplo, o artesanato foi relegado a atividade de segunda categoria em detrimento de uma industrialização e desenvolvimento inspirado em países com desenvolvimento já estabelecidos. Em outros casos, como Itália, Japão e países escandinavos, no entanto, o artesanato foi a base para o desenvolvimento não só industrial, mas também da atividade de design.

Como apresentado, o artesanato esteve presente em todos os momentos da vida humana. Mesmo com a industrialização que permite a produção de objetos a menor custo e maior rapidez, o artesanato permanece como importante processo de fabricação de artefatos. Por meio da valorização das características únicas dos produtos artesanais, pela atuação de movimentos contraculturais ou pela compreensão de que o artesanato é elemento constituinte da cultura de um povo o artesanato permanece desempenhando um papel essencial ao equilibrar funcionalidade e significado, valorizando a herança cultural enquanto se adapta às demandas contemporâneas.

2.2 O artesanato no contexto brasileiro

A história do artesanato no Brasil é rica em diversidade e reflete as influências culturais dos diversos povos que habitaram o território ao longo dos séculos. Mesmo antes do processo de colonização em 1530, os povos indígenas já praticavam um artesanato diversificado, produzindo peças utilitárias e cerimoniais, como cestos, colares, e adornos para rituais, utilizando materiais como palha e cerâmica.

Sob influência da colonização e das diversas matrizes culturais, há que se destacar as influências dos escravizados africanos e dos colonizadores europeus, os quais incorporaram diversas técnicas e materiais. Essa fusão cultural ao longo do tempo resultou em um artesanato distintivo, que mantém elementos indígenas, africanos e europeus.

No entanto, essa associação não ocorreu de modo orgânico inicialmente, visto que a colônia impôs empecilhos para que as práticas artesanais não fossem desenvolvidas plenamente. Havia uma lógica exploratória de recursos naturais brasileiros para exportação, enquanto produtos manufaturados consumidos aqui deveriam ser adquiridos da metrópole.

Repercussões negativas do modelo agroexportador podem ser percebidas ainda em setores específicos da produção colonial no Brasil relacionados à elaboração da matéria-prima. As artes e o artesanato, por exemplo, foram práticas desestimuladas em função do pacto que previa a importação e o consumo de produtos manufaturados oriundos da metrópole e de seus parceiros (Amorim, 2021, p. 145).

Conforme aponta Amorim (2021), a instalação de manufaturas têxtil e de ferro, por exemplo, só foram permitidas no Brasil a partir de 1808, quando a Família Real mudou-se para o Brasil. As técnicas artesanais permitidas eram ainda realizados por africanos escravizados e indígenas, pois eram práticas que envolviam esforço físico e vistas como degradantes, forjando a ideia de que o artesanato era uma atividade indigna (Amorim, 2021).

Conforme as cidades iam se desenvolvendo, o artesanato pôde vislumbrar certo crescimento para atender a demanda da população. Assim permaneceu até que se deu início ao processo de industrialização no país, quando veio, novamente, como produto de menor qualidade, conforme afirma Freitas (2021).

No entanto, com a industrialização, o artesanato passa a ser considerado não mais um ofício, mas como uma atividade ligada ao folclore, à cultura popular, ou como trabalhos de presidiários e hippies, sendo então excluído da dimensão do trabalho, provocando o desaparecimento de algumas destas atividades ou dando-lhes novas configurações (Freitas, p. 35).

No final da década de 1950 já havia, por parte do governo federal, o intuito de fomentar e valorizar o setor (Amorim, 2021). No entanto à atividade artesanal não eram destinadas ações de qualificação, sendo que ainda era compreendida como força econômica, muitas vezes como fonte de renda secundária dos artesãos.

Essa realidade só veio mudar a partir da década de 1980, com a criação do Programa do Artesanato Brasileiro, cujo intuito, além de estimular a circulação de objetos artesanais, era também o da qualificação da produção e mão de obra.

Por sua vez, no início da década de 1980, quando da realização do I Simpósio Brasileiro de Artesanato, concluiu-se pela necessidade de preservação dos aspectos culturais do artesanato, bem como pela criação de cooperativas artesanais, realização de programas de qualificação para o artesão, melhoria das condições gerais de comercialização do artesanato e elaboração e divulgação de calendário de eventos para o setor (Lima; Azevedo, 1982, p. 155-15 *apud* Banco do Nordeste, 2002, p. 16).

Desde então, após décadas de ações institucionais, governamentais, formações nas áreas de gestão, design e criação de redes de comercialização especializadas, o artesanato tem ganhado cada vez mais visibilidade e compreensão acerca de seus aspectos culturais, para além da geração de renda. Nesse período,

podemos ver também a criação de grandes feiras de artesanato, como Mãos de Minas¹², FENEARTE¹³ e outras estaduais e regionais.

Além disso, o incentivo de alguns profissionais também auxiliou a mudar a percepção acerca da produção artesanal, a exemplo de Janete Costa (Garanhuns, 1932 – Olinda, 2008). A arquiteta pernambucana “coleccionou, estudou e divulgou a arte popular e o artesanato brasileiros, usando-os em seus projetos desde a década de 1950” (Borges, 2011). Janete organizou diversas exposições que destacavam o artesanato brasileiro. Uma das mais notáveis foi a exposição "Do Tamanho do Brasil", realizada no Sesc Avenida Paulista em 2007, que trouxe grande visibilidade para o artesanato e a arte popular brasileira. Ela ainda organizou exposições e manifestava que a indústria tivesse a produção artesanal como ponto de partida em seus projetos (Borges, 2011).

Lina Bo Bardi (1914, Itália – 1992, São Paulo) foi outra arquiteta que acreditava na valorização do artesanato como uma forma legítima de expressão artística e cultural. Cabral (2023) relata o encantamento de Lina ao chegar no Brasil em 1946, principalmente com as diferenças em relação à sua terra natal, a Itália, que à época estava devastada pelos bombardeios da Segunda Guerra Mundial.

Assim, na prática, durante o período na Bahia, Lina descobriria que os artefatos da cultura popular eram produtos repletos de simbolismos, de técnicas e conhecimentos não formais, passados através das gerações, e surgiam pela necessidade do Homem em resolver os problemas de seu cotidiano (Cabral, 2023, p. 128).

Apesar de não reportar diretamente ao artesanato em si, o discurso e as ações no sentido de valorizar a cultura popular brasileira tiveram consequências também para uma melhor compreensão do artesanato. Duas exposições as quais Lina esteve à frente e ganharam notoriedade nesse sentido foram a intitulada “Bahia de Ibirapuera”, no Museu de Arte Moderna (MAM), em São Paulo, em 1959, e "A Mão do Povo Brasileiro", no Museu de Arte de São Paulo (MASP), em 1969. Estas exposições

¹² Feira Mãos de Minas é um evento organizado pela Central Mãos de Minas, que visa promover e apoiar artesãos e produtores caseiros de Minas Gerais. A feira oferece um espaço para os artesãos exibirem e venderem seus produtos, além de proporcionar oportunidades de networking, capacitação e acesso a recursos importantes para o crescimento de suas atividades.

¹³ A Fenearte é a Feira Nacional de Artesanato, considerada a maior feira de artesanato da América Latina. Realizada anualmente em Pernambuco, a Fenearte proporciona um espaço para artesãos e artesãs exibirem e venderem suas criações, além de promover o intercâmbio de conhecimentos e técnicas artesanais.

destacaram objetos da cultura popular brasileira, incluindo artesanato, utensílios e outras manifestações culturais.

Além das exposições, Lina contribuiu ainda junto ao economista Celso Furtado para a criação da ARTENE (Artesanato do Nordeste) em 1960, um projeto que visava promover o artesanato e a cultura popular na região Nordeste do Brasil. Através da ARTENE, a arquiteta e o economista trabalharam para criar um mercado sustentável para os produtos artesanais, promovendo a inclusão dos artesãos no processo de industrialização e desenvolvimento regional. A iniciativa também visava fortalecer a identidade cultural do Nordeste, destacando a importância do artesanato como uma forma legítima de expressão artística e cultural.

A atuação de designers também tem contribuído para o aumento na valorização e visibilidade do trabalho artesanal brasileiro. A aproximação dos dois campos teve início na década de 1980 através de iniciativas individuais:

Mais do que uma aproximação entre esses dois profissionais, pode-se falar de um fenômeno mais amplo de aproximação de pessoas letradas – aí incluídas não só designers, mas também antropólogos, assistentes sociais etc. – e pessoas iletradas ou com baixa escolaridade de comunidades de área rural e das periferias da cidade (Borges, 2011, p. 45).

O design passou também a ser eixo de trabalho nas ações governamentais com o objetivo de melhorar aspectos produtivos, qualificação dos produtos e preparo para inserção em mercados consumidores. O Termo de Referência de Atuação do Sistema SEBRAE de Artesanato, por exemplo, aponta o design como um dos elementos que devem ser incluídos nas estratégias de intervenção:

Uma dessas ferramentas é o design, que é uma forma efetiva de agregar valor aos produtos e serviços das micro e pequenas empresas. Atualmente, ele se destaca como um dos principais fatores para o sucesso de uma empresa, desde o desenvolvimento de produtos e serviços, até sua comercialização por meio da otimização de custos, embalagens, material promocional, padrões estéticos, identidade visual, adequação de materiais, fabricação e ergonomia (SEBRAE, 2010, p. 35).

Portanto, pela característica interdisciplinar do design, ele é capaz de implementar melhorias, desde os elementos produtivos, como processos, ferramentas e padronização dos gabaritos. Além disso, constitui uma importante ponte com o mercado consumidor pela habilidade de atribuir características estéticas compatíveis com os novos consumidores.

Segundo Borges (2011), “entre as pessoas que inauguraram essa aproximação, podem ser destacados Renato Imbroisi e Heloísa Crocco, na condução de oficinas de revitalização do artesanato (2011, p. 47)”. Além de designer, Renato é tecelão e encontrou um grupo de artesãs no povoado de Muquém em Minas Gerais interessadas em renovar sua produção. Foi quando, em 1987, ele introduziu jogos americanos, xales e sacolas na produção do grupo, permitindo uma diversificação que alcançou outros nichos de consumidores.

Já a primeira experiência de Heloísa aconteceu junto a artesãos de pedra sabão, também em Minas Gerais em 1993. A designer realizou uma oficina de desenvolvimento de produtos utilizando a paisagem de Ouro Preto como referência estética, já que os produtos existentes eram produzidos utilizando motivos alheios à cultura local (Borges, 2011).

Aos poucos esse tipo de experiência foi se multiplicando e, com o tempo, as práticas dos designers foram se tornando mais adequadas para o trabalho com artesãos, principalmente com iniciativas no contexto acadêmico. Projetos de pesquisa e extensão universitária tendo o design como disciplina norteadora tiveram início nos anos 2000. O Imaginário¹⁴, da Universidade Federal de Pernambuco, atua desde 2001 em diversas comunidades produtoras de artesanato em Pernambuco, com projetos de extensão, pesquisa e desenvolvendo estratégias de atuação.

Baseado numa metodologia interdisciplinar, o foco do laboratório na produção artesanal atende comunidades produtoras de artesanato tradicionais e não-tradicionais, tendo como objetivo contribuir para tornar a atividade artesanal um meio de vida sustentável (Imaginário, 2024).

No Sudeste, um exemplo de atuação universitária junto a grupos produtivos de artesanato é o Design Possível. Iniciando com um projeto de extensão, o grupo de docentes e discentes da Universidade Presbiteriana Mackenzie (São Paulo) realiza desde 2004 ações em comunidades periféricas, tendo o design como ferramenta de transformação social, desenvolvendo ao longo dos anos um modelo próprio de atuação (Serafim, 2015).

¹⁴ “O Laboratório O Imaginário tem o objetivo de atender demandas relacionadas às produções artesanais e industriais, envolvendo professores, estudantes e técnicos de diversas áreas do conhecimento, integrando à extensão os segmentos de ensino e pesquisa, junto à Universidade Federal de Pernambuco.” (O imaginário, 2025).

Diante do exposto, foi possível verificar que o artesanato brasileiro passou de uma posição de objeto de segunda categoria, frequentemente associado à informalidade e subvalorização, para uma produção reconhecida e valorizada. Isso se deu graças a diversas iniciativas que destacaram sua relevância cultural e econômica. Projetos como feiras, exposições, desenvolvimento de projetos de pesquisa e extensão contribuíram para aumentar a percepção do artesanato como uma expressão da identidade e qualidade produtiva. Esse reconhecimento também foi impulsionado por movimentos de consumo consciente e pela demanda por produtos sustentáveis, solidificando o artesanato como uma atividade essencial para a geração de emprego, renda e preservação das tradições regionais.

2.3 Mercado de Artesanato no Brasil

Como visto, os produtos artesanais brasileiros nem sempre tiveram sua qualidade e seu valor cultural valorizados. Somente após a implantação de políticas de qualificação, criação de feiras e eventos e ações colaborativas com designers o artesanato começou a ter seu devido reconhecimento.

Além de seu valor cultural, as ações de fomento apresentadas neste capítulo consideram ainda o artesanato como estratégia de geração de emprego e renda. Deste modo, uma questão fundamental para chegar neste objetivo é construir estratégias de inserir os produtos artesanais no mercado, o qual se define como:

O mercado, em um sistema econômico, é formado pelas pessoas que querem comprar e pelas que querem vender bens e serviços, ou seja, os consumidores e os empresários. Naturalmente, não nos referimos apenas à presença física de consumidores e produtores, mas sim às suas intenções de compra e venda, que estão representadas nas curvas de demanda e de oferta, respectivamente. Assim, o mercado pode ser definido como o encontro da oferta com a demanda por bens e serviços em uma economia. O resultado desse encontro é a determinação do preço a que cada bem ou serviço será negociado, assim como as quantidades transacionadas (Silva; Luiz, 2017, p. 183).

No caso do artesanato, a baixa demanda tem origem na sua desvalorização em detrimento dos industriais, conforme políticas de modernização e contexto nacional em relação à produção artesanal, como foi visto anteriormente.

Em uma economia, entretanto, os mercados não permanecem em repouso, ou seja, as funções de oferta e demanda costumam se deslocar, ocasionando mudanças nos preços de equilíbrio e,

consequentemente, nas quantidades de equilíbrio. (Silva e Luiz, 2017, p.193)

Assim, a visibilidade e valorização do artesanato, tanto qualificou a oferta desses produtos quanto aumentou a demanda alterando o mercado consumidor desses produtos. Deste modo, além da criação de mercados próprios para produtos artesanais, como feiras e lojas, o artesanato passou a ser uma opção de compra também em espaços outros espaços de comercialização.

Cabe ressaltar que, diferente da maior parte dos produtos industrializados, o artesanato se caracteriza por uma produção em menor escala, já que não utiliza maquinários que replicam as peças e necessitam de mão de obra especializada. Além disso, a informalidade também é marcante na atividade artesanal, inviabilizando a sua dificultando o acesso a crédito e a determinados espaços de venda. Desse modo, foi necessária uma série de ações que permitissem a o desenvolvimento de outros nichos de mercado associados ao consumo simbólico, onde o artesanato apresenta seu diferencial.

Além da qualificação dos produtos através de formação e trabalhos em parceria com os designers, agências como o SEBRAE tem empreendido esforços para orientar os artesãos em relação à formalização, precificação e gestão dos negócios artesanais.

Atuando com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, incentivo a educação empreendedora na educação formal, feiras e rodadas de negócios. (SEBRAE, 2025)

O resultado dessas ações, aliadas às políticas governamentais já citadas, e outras entidades como a Artesol é o crescimento no consumo do artesanato com a a movimentação aproximada R\$ 50 bilhões por ano (SEBRAE, 2025). Considerando que este dado contempla apenas aqueles artesãos formais considera-se que esses números devem ser ainda maior.

2.4 Qual conceito de artesanato estamos tratando?

Como é possível observar, o artesanato foi tratado de diferentes formas ao longo do tempo, resultando em concepções distintas acerca do seu significado.

Mesmo no contexto da atualidade, ele pode ser compreendido sob perspectivas diferentes.

Este estudo explora conceitos que destacam tanto os objetos artesanais quanto os artesãos que os criam, além dos processos empregados, a qualificação envolvida e a importância cultural desses artefatos. A figura abaixo sintetiza os elementos que compõem o artesanato, conforme identificados na pesquisa.

Figura 3 - Elementos do conceito de artesanato trabalhados na pesquisa



Fonte: A autora, 2024.

Os elementos acima foram selecionados a partir de vários autores que versam acerca do conceito de artesanato. O ponto de partida para definir a perspectiva da pesquisa sobre o artesanato foi a proposta da Unesco, a qual corrobora Adélia Borges:

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente a mão, com uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com o uso de matérias primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social (Unesco, 1997, *apud* Borges, 2011, p. 21).

O conceito acima elenca, portanto, algumas características relativas ao trabalho artesanal, sendo a primeira delas acerca da questão da manualidade, que diz respeito ao artesão (que trabalharemos mais detalhadamente no tópico seguinte) e a prevalência do trabalho humano sobre a máquina. Diferente de objetos confeccionados industrialmente, os quais são realizados de modo padronizado e em

grande quantidade, o artesanato resulta em objetos muitas vezes irregulares e imperfeitos, detalhes que destacam sua beleza singular (Lima, 2005).

Ainda neste sentido de artesanato resultando de uma ocupação intrinsecamente humana, ele se configura também como modelo de organização social do trabalho, que envolve a desaceleração dos processos e conexão corporeamente e rotinização, que asseguram um trabalho reflexivo e imaginativo (Sennett, 2009). Para Grangeiro, “estas características inerentes ao artesanato o tornam um modelo para as outras profissões e faz com que muitas vezes a referência a ele, na verdade, seja uma metáfora, ou uma alusão a tais características, que passam a ser (re)valorizadas socialmente” (Grangeiro, 2015, p. 20).

Sennett (2008) destaca a importância das comunidades de produção no desenvolvimento do artesanato, já que constituem um contexto de aprendizagem prática e onde acontece a transmissão e construção de habilidades. Muitas vezes, porém, esses artesãos são “definidos como anônimos porque integram coletivamente o repertório cultural de um grupo, esses saberes e expressões são patrimônio coletivo de uma comunidade.” (Lima, 2005 p. 24/25).

No que diz respeito às matérias primas e técnicas empregadas, elas também são um modo de caracterizar a produção. O PAB (2019), por exemplo, classifica o artesanato por tipo de matéria prima utilizado, como de origem natural como pele, cerâmica ou fibras, manufaturada, como borracha, fios, vidro ou sintética como plástico, couro sintético e massa acrílica.

Acerca das Técnicas de Produção Artesanais, o PAB (2019) define que:

Consistem no uso ordenado de saberes, fazeres e procedimentos, combinado aos meios de produção e materiais, que resultem em produtos, com forma e função, que expressem criatividade, habilidade, qualidade, valores artísticos, históricos e culturais (PAB, 2019, p. 28).

Dessa forma o documento explicita algumas técnicas empregadas em determinados tipos de materiais. Nos tecidos e fios, por exemplo, confecciona-se bordados, rendas, fuxicos e crochê, na madeira, a marcenaria, marchetaria e xilogravura. Deste modo, o PAB (2019) consegue realizar uma ampla caracterização do artesanato através das matérias primas e técnicas empregadas.

O artesanato é também compreendido como manifestação cultural cujos artefatos são resultados de saberes construídos através do tempo, considerando as matérias primas disponíveis, os modos de vida inerentes ao contexto em que se

situam (Freitas, 2017, p. 57). Canclini aponta que o artesanato é ainda uma forma de resistência cultural, onde a manualidade e a preservação das técnicas tradicionais se opõem de certo modo à crescente industrialização e produção em massa. Através do artesanato, as comunidades mantêm vivas suas tradições culturais e produzem valor simbólico.

O valor, do ponto de vista econômico, também tem sua relevância no artesanato, já que o setor movimenta cerca de R\$ 50 bilhões por ano e emprega aproximadamente 8,5 milhões de pessoas, sendo a maioria delas mulheres (SEBRAE, 2022). Freitas acrescenta ainda que:

Do ponto de vista econômico, é uma atividade que gera trabalho e renda, e adquire a função social. Sob ambos os aspectos, é uma atividade que deveria contribuir para a melhoria da qualidade de vida. O artesanato é um trabalho que pode ser feito em qualquer lugar e em qualquer tempo (Freitas, 2017, p. 36).

Há que se considerar ainda que o artesanato é um tipo de trabalho relativamente com baixo custo de investimento, constituindo ainda um importante caminho para geração de renda em periferias e áreas rurais.

A definição da Unesco aponta ainda o fator da sustentabilidade ambiental dos produtos artesanais, principalmente acerca do uso de matéria prima renovável. Segundo Manzini (2008),

a expressão “sustentabilidade ambiental” refere-se às condições sistêmicas a partir das quais as atividades humanas, em escala mundial ou em escala local, não perturbem os ciclos naturais além dos limites de resiliência dos ecossistemas nos quais são baseados e, ao mesmo tempo, não empobrecem o capital natural que será herdado pelas gerações futuras (p. 22).

De fato, a dimensão ecológica foi o ponto de partida de toda uma discussão sobre sustentabilidade ainda na década de 1970. No entanto, ao longo do tempo, foram incorporados nesta pauta outros pilares, como o social, cultural e econômico (Sachs, 1991), tendo em vista que somente a redução de utilização dos recursos naturais não seriam suficientes para garantir o futuro.

A dimensão econômica é realizada por meio de alocação e gestão mais efetivas dos recursos e por um fluxo regular do investimento público e privado (Sachs, 1991). Isso quer dizer que, economicamente, o artesanato também atende a este pilar da

sustentabilidade pela sua capacidade de promover maior acesso de geração de renda a comunidades excluídas.

Por sua vez, a sustentabilidade cultural deve ser atingida através da valorização de culturas tradicionais, garantindo oportunidades de acesso à informação e ao conhecimento, reformando e restaurando também equipamentos culturais (Sachs, 1991). Do ponto de vista cultural, o artesanato representa a preservação e divulgação das tradições e dos valores regionais, bem como o acompanhamento de suas transformações.

2.4.1 Mestres, aprendizes e artesãos

Os artesãos são aqueles que realizam o trabalho artesanal e que desempenham diferentes papéis dentro das oficinas, construindo uma ordem dentro do espaço. Segundo Sennet (2019), na oficina existem diferenças entre os artesãos de acordo com seu nível de habilidade: os mestres, os artesãos e os aprendizes.

O mestre é aquele que comanda o trabalho assumindo um papel de autoridade dentro da oficina, experiência e competência técnica, possuindo zelo pela qualidade da produção e se responsabilizando pela formação dos aprendizes. Para Sennet (2019), essas características se aproximam daquelas observadas também nas guildas medievais. São os mestres que realizam ainda a gestão da produção, comercializam os produtos, adquirem insumos e matérias primas e têm a posse de todos os bens presentes na oficina.

Esses mestres trabalham na formação dos artesãos menos experientes, os aprendizes, que iniciam o seu aprendizado realizando atividades mais pontuais. Para eles são repassadas tarefas mais repetitivas, de modo que o processo de aprendizagem é centrado na prática até que o gesto seja internalizado pelo aprendiz. Esse processo passa por cada etapa da produção do artefato confeccionado naquela oficina, sempre sob orientação e supervisão do mestre até que este dê por completa sua formação.

Nas etapas mais avançadas dessa capacitação, verifica-se uma constante interação entre o conhecimento tácito e a consciência presente, funcionando aquele como uma espécie de âncora, esta, como crítica e corretivo. A qualidade artesanal surge dessa etapa mais avançada, em julgamentos a respeito de suposições e hábitos tácitos [...] Quando falamos de fazer algo “instintivamente”, muitas vezes

estamos nos referindo a comportamentos que de tal maneira entraram em nossa rotina que não mais precisamos pensar a respeito. Aprendendo uma capacitação, desenvolvemos um complicado repertório de procedimentos desse tipo (Sennet 2019, p. 941).

A repetição das tarefas dentro do processo produtivo faz com que os aprendizes incorporem os processos até que estes se tornam instintivos. O objetivo é focar no processo manual e a autonomia do aprendiz, desenvolvendo sua técnica através de atividades específicas até se tornar artesão, quando assume maiores responsabilidades na oficina e passa a produzir produtos completos.

Além de dominar as ferramentas e materiais com habilidade manual, o aprendiz também precisa compreender as características da matéria-prima que manipula. Isso, muitas vezes, inclui etapas do beneficiamento dessa matéria-prima e a confecção de ferramentas de trabalho personalizadas, adaptadas às necessidades individuais de cada artesão.

A partir do momento que o aprendiz adquire as habilidades para ser considerado artesão de fato, a ele é concedida a execução de produtos completos ou etapas mais complexas na confecção do artefato. É depois de adquirir durante um tempo experiência na oficina de um mestre no posto de artesão que se concretiza a possibilidade de abrir sua própria oficina.

3 O ARTESANATO EM COURO NO CARIRI

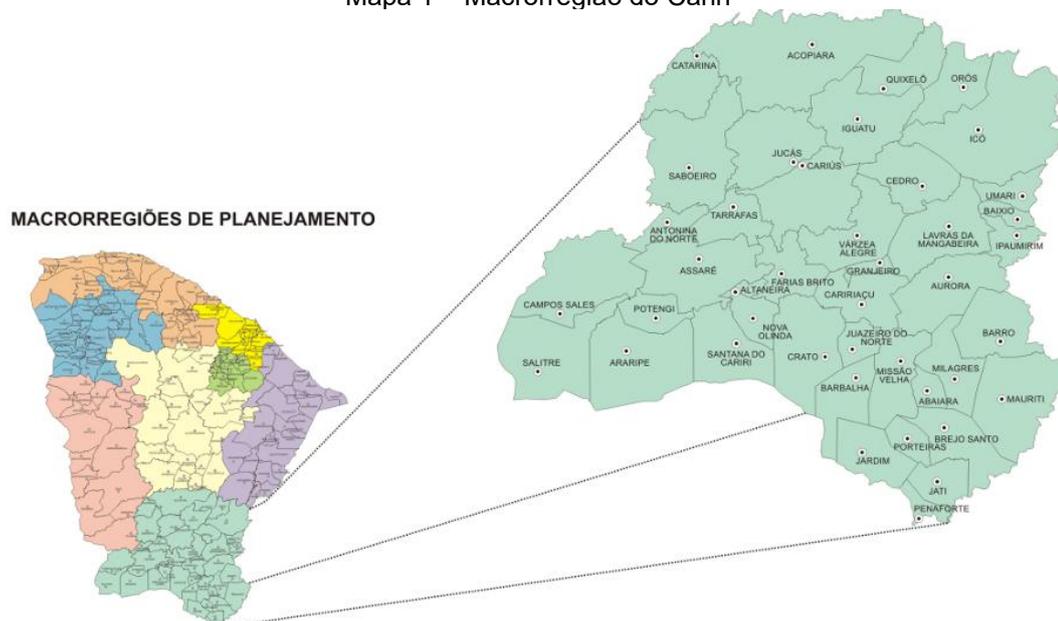
3.1 Conhecendo o Cariri

A riqueza e pluralidade cultural do Cariri, na qual se insere o artesanato em couro, é resultado das características geográficas do território, pois foram estas particularidades que permitiram a ocupação e permanência de seus habitantes na região. Segundo Menezes, o Cariri cearense:

É um brejo de encosta e de vale que se estende em parte da depressão sertaneja. Este Cariri se inicia a partir da Chapada do Araripe. É um verde-vale, área de exceção no interior semiárido do Nordeste, resultante da formação edácia, do relevo e das fontes que jorram das cabeceiras de drenagem da Chapada do Araripe (Menezes, 2005, p. 341).

Menezes (2005) explica que a Chapada Nacional do Araripe (figura 4) se estende pelo sul do Ceará, e avança entre parte do Piauí e Pernambuco, sendo uma das maiores áreas de chapada do Brasil com altitude média de 800 metros. Ela é composta por rochas calcárias, resultantes de processos geológicos antigos, incluindo a deposição de sedimentos marinhos e processos de erosão. A biodiversidade é única e uma grande variedade de espécies vegetais e animais adaptadas a esse ambiente, inclusive endêmicas, como algumas espécies de aves, répteis e plantas.

Mapa 1 – Macrorregião do Cariri



Fonte: IPECE 2017.

Figura 4 - Chapada do Araripe vista do Horto.



Fonte: Constance Gonçalves, 2016

Pelo seu valor geológico, paleontológico, arqueológico e ambiental no Nordeste do Brasil, o Cariri integra o Geopark Araripe (figura 5) sendo membro da Rede Global de Geoparques da UNESCO desde 2006. Este título confere reconhecimento internacional à sua importância científica, cultural e educacional auxiliando, inclusive financeiramente, a promover a região como um destino turístico de relevância geológica.

O Geopark Araripe abriga onze geossítios¹⁵, entre eles o Pontal de Santa Cruz Localizado em Santana do Cariri, onde foi instalado o Museu de Paleontologia Plácido Cidade Nunes. As ações científicas, educativas e culturais desenvolvidas, juntamente com a Fundação Casa Grande¹⁶, contribuem com a visibilidade do artesanato em couro de Nova Olinda.

¹⁵ São áreas reconhecidas dentro de um Geopark por suas características únicas que podem fornecer informações valiosas sobre a história da Terra, processos geológicos, biodiversidade passada e muito mais. São frequentemente usados para fins de pesquisa científica, educação ambiental, turismo geológico e conservação. Eles podem ser marcados com informações interpretativas para ajudar os visitantes a entender a importância geológica do local.

¹⁶ A Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri é uma organização da sociedade civil, cultural e filantrópica, criada em 1992 e localizada em Nova Olinda, Ceará. A fundação tem como missão a formação educacional de crianças e jovens protagonistas em gestão cultural por meio de programas que abrangem memória, comunicação, artes e turismo.

Figura 5 - Banner do site do Geoparque Araripe



Fonte: Geopark Araripe, 2023.

O artesanato, nesse contexto geográfico, representa uma manifestação viva da cultura, transmitindo conhecimentos, técnicas e valores de geração em geração. O artesanato desempenha um papel fundamental na cultura do Cariri cearense, contribuindo de maneira significativa para a identidade e reconhecimento da região no restante do país.

A cultura caririense é também um importante fator de movimentação da economia local, que tem sua origem nas trocas comerciais realizadas principalmente na cidade de Juazeiro do Norte. A vocação comercial da cidade foi fortemente influenciada pelo Padre Cícero Romão Batista (1844 - 1934), uma figura importante na história do Nordeste brasileiro, desempenhando um papel significativo na vida religiosa e política da região (Grangeiro, 2015).

Um importante fator que vincula a figura do Pe. Cícero com o crescimento da região foi o chamado Milagre de Juazeiro em 1988. Segundo relatos, uma hóstia oferecida pelo Padre Cícero se transformou em sangue nas mãos da beata chamada Maria de Araújo. Grangeiro esclarece a relação deste acontecimento com o crescimento da região:

A partir deste episódio, Juazeiro sofreu um intenso processo de crescimento populacional com a chegada de inúmeros fiéis, que viam no lugar um espaço para a devoção e a possibilidade de mudança nas suas condições socioeconômicas. Era frequente a chegada de produtores que viam no lugar uma oportunidade de crescimento profissional (Grangeiro, 2015, p. 75).

Pe. Cícero também teve influência direta na produção de artefatos artesanais, incentivando os fiéis a confeccionarem chapéus, candeeiros e velas para uso destes produtos nas cerimônias religiosas. Ao longo do tempo, a produção artesanal foi se

diversificando, vinculada às manifestações religiosas como as romarias, mas também ao circuito turístico atualmente estabelecido na região.

A disposição estratégica do Cariri também contribuiu para que sua história margeasse a lógica de entreposto comercial. Neste sentido, o artesanato estava incluído entre os produtos que eram vendidos, buscando suprir a demanda local, que aumentava à medida que se adensava o povoamento da região. Sobre a origem das habilidades artesanais no território do Ceará, Grangeiro explica:

No Ceará colonial, segundo nos ensina Porto Alegre (1989), a primeira geração de artesãos e mestres treinada pelos jesuítas no aprendizado das técnicas artesanais portuguesas surgiu em função das necessidades da vida cotidiana de grupos familiares que não eram auto-suficientes e tampouco possuíam renda para importar o que lhes faltava (Grangeiro, 2015, p. 75).

Dessas condições resulta uma produção artesanal bastante diversificada que engloba produtos confeccionados com intuito religioso, como santos de madeira, ex-votos¹⁷, castiçais e outros direcionados para a vida cotidiana como panos bordados, cestarias e candeeiros.

3.2 A tradição do artesanato em couro no Cariri

No que diz respeito à presença considerável do artesanato em couro na região, esta tem relação com um momento mais inicial da ocupação do Cariri. Remonta um segundo momento de expansão da ocupação europeia no Nordeste, no século XVII, quando o litoral já estava conquistado pelos colonizadores. O Cariri localizava-se em um caminho estratégico entre o Médio São Francisco, já ocupado pela pecuária e as capitanias do Norte.

No centro e no nordeste baiano, concentraram-se os principais caminhos que se abriram para a conquista e colonização das demais terras sertanejas das capitanias de Pernambuco, Piauí e Siará Grande. Essa penetração iniciou sistematicamente a partir da segunda metade do século XVII e atingiu seu ápice no início do século seguinte (Oliveira, 2017, p.72)

¹⁷ Ex-votos são peças esculpidas em madeira que representam alguma graça alcançada. Muitas são ligadas à saúde e possuem formatos de membros e órgãos do corpo humano.

A busca por territórios adequados ao pastoreio encontrou no Cariri características adequadas, principalmente devido à ocorrência de rios e fontes nascentes de água (figura 6), que permitem que a população local lide melhor com os períodos de estiagem. Alguns dos principais rios incluem o Rio Salgado e o Rio Cariri, havendo ainda a presença de açudes e barragens (figura 7) para armazenamento de água, sendo o Açude Castanhão um dos maiores da região. Essas condições tornaram o Cariri ainda mais atrativo à exploração, ocupação e domínio dos colonizadores, que foram autorizados a se ocupar e explorar formalmente o território a partir da concessão de sesmarias.

Figura 6 – Cascata da cidade do Crato



Fonte: a autora.

Figura 7 – Barragem do Castanhão em Nova Jaguaribara



Fonte: Deyvson Teixeira.

Os sujeitos que adentram o Cariri e dão início ao processo de ocupação¹⁸ são os vaqueiros, entre os séculos XVII / XVIII, período conhecido como Ciclo do Gado. O artesanato em couro da região é considerado um desdobramento desse período, cuja influência incutiu aqui toda uma cultura sertaneja que circunda a lida com esses animais. Darcy Ribeiro, em sua classificação do povo brasileiro¹⁹, definiu o sertanejo e algumas características dessa cultura:

Um tipo particular de população com uma subcultura própria, a sertaneja, marcada por sua especialização ao pastoreio, por sua dispersão espacial e por traços característicos identificáveis no modo de vida, na organização da família, na estruturação do poder, na vestimenta típica, nos folguedos estacionais, na dieta, na visão de

¹⁸ Anteriormente à ocupação colonial, a região do Cariri era território indígena, habitado por povos como os Kariris, cujo nome inspirou a denominação da região.

¹⁹ Em 1984, Darcy Ribeiro publicou o livro "Viva o Povo Brasileiro", uma mistura de ficção e realidade, que retrata a complexidade e a riqueza da formação do povo brasileiro. A narrativa é dividida em várias partes, cada uma focando em diferentes períodos históricos e personagens que representam as diversas etnias e culturas que compõem o Brasil, entre elas o povo sertanejo.

mundo e numa religiosidade propensa ao messianismo (Ribeiro, 1995, p. 339).

Essa ocupação da região pelos vaqueiros nos deixou o legado do fazer manual em couro, possibilitando o início de uma tradição manufatureira de artigos com esta matéria prima.

Pela variedade de artefatos confeccionados, disponibilidade de conhecimento técnico e matérias primas, o artesanato em couro gozou de grande vantagem competitiva quando o Cariri se estabeleceu enquanto centro comercial, principalmente na cidade de Juazeiro do Norte, no início do século XX. A partir de então foi-se construindo uma cadeia produtiva que, além da criação de gado, incluiu a instalação de curtumes e desenvolvimento de pequenas oficinas artesanais.

Em relação aos curtumes, obtivemos dados informais de pessoas que trabalharam no ramo calçadista em Juazeiro do Norte que a cidade chegou a abrigar 60 curtumes. A Política Nacional do Meio Ambiente de 1981 e Lei de Águas de 1997, no entanto, impactaram na manutenção das mesmas, já que se trata de um processo altamente poluente. Sem o incentivo financeiro necessário para cobrir os altos custos da adequação a estas políticas, a maior parte dos curtumes terminou encerrando sua produção.

A produção de artefatos em couro, principalmente sapatos, segue em progressão até os anos 1980, quando se inicia um processo de articulação entre pequenas fábricas e entidades governamentais, com o propósito de consolidar a industrialização da região. A este fato soma-se a maior disponibilidade de lojas de calçados industrializados, aparentemente mais atrativos no comércio local. A produção de sandálias, sapatos, botas e chinelas em couro foi especialmente afetada, pois assistiu ao desmantelamento das oficinas para serem absorvidas por fábricas de médio e grande porte.

Esse cenário começa a mudar quando, por volta dos anos 2000, o artesanato em couro passa por um processo de revalorização. Neste período foi observada a crescente visibilidade do Mestre Espedito Seleiro, evidenciada pelo uso de suas sandálias por membros da Universidade Regional do Cariri. A influência de Violeta Arraes²⁰, então reitora da URCA, a presença da Fundação Casa Grande²¹ em Nova

²⁰ Maria Violeta Arraes de Alencar Gervaiseau era socióloga e teve importante atuação política durante a ditadura militar no Brasil tornando-se uma referência de intelectuais e políticos exilados na França.

²¹ A fundação Casa Grande, em Nova Olinda, realiza atividades de formação, educação, de preservação e memória e possui um modelo de gestão que envolve as crianças em todos os níveis.

Olinda e a inauguração do Museu de Paleontologia Plácido Cidades Nunes no fim da década de 1990 construíram uma circulação cultural e científica na cidade de Nova Olinda, cuja oficina do Mestre Espedito era parada obrigatória.

Pouco a pouco a figura de Espedito foi ganhando projeção, primeiramente em nível local e em 2006, quando suas sandálias estrearam na Semana de Moda de São Paulo. Esse evento afetou também a dinâmica de produção de Espedito, que passou a desenvolver peças fora do seu repertório, como vestidos e mobiliário em parceria com estilistas e designers. Um exemplo foi a criação e confecção de uma linha de mobiliário junto aos Irmãos Campana em 2015, os quais vieram trabalhar diretamente com o artesão.

Junto a este contexto de valorização do artesanato, a visibilidade do trabalho do Mestre Espedito Seleiro revelou um Cariri onde existem inúmeros artesãos com talento e dedicação além dele próprio. Essa exposição do artesanato em couro atraiu um novo perfil de consumidores, diferente dos vaqueiros que originalmente consumiam estes artefatos. Acredita-se que dentro deste novo contexto de consumo e produção os artesãos tenham sido levados a implementar mudanças no seu trabalho.

Quadro 4: Marcos do Artesanato em Couro do Cariri



Fonte: A autora, 2023

Mesmo o artesanato em couro do Cariri passando por estes momentos de valorização, manteve-se a compreensão de que se tratam de produtos relacionados

Funciona numa antiga casa que pertenceu à Alemberg Quindins e conta com teatro, estúdio de rádio e gibiteca. Possui diversas premiações na área da educação e detém o título de Título de Casa do Patrimônio da Chapada do Araripe / IPHAN 2009.

com a tradição da região. Seu significado se alterou, uma vez ligado ao contexto rural e aos vaqueiros e atualmente inserido em contextos da moda, da arquitetura e decoração; no entanto, a compreensão de que o artesanato em couro é resultado de uma tradição se mantém.

Isso acontece principalmente pelo seu vínculo com a história do povoamento do Cariri através dos vaqueiros, e o pressuposto de que processos, materiais e ferramentas resistiram ao tempo através das gerações resulta no entendimento de que o artesanato em couro feito na região representa uma tradição. De fato, “entende-se por *tradição* como um conjunto de sistemas simbólicos que são passados de geração a geração e que tem um caráter repetitivo” (Luzivotto, 2010, p. 55).

Para o Sebrae, artesanato tradicional significa:

Conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições, porém incorporados à sua vida cotidiana. Sua produção é, em geral, de origem familiar ou de pequenos grupos vizinhos, o que possibilita e favorece a transferência de conhecimentos sobre técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e seu valor cultural decorrem do fato de ser depositária de um passado, de acompanhar histórias transmitidas de geração em geração, de fazer parte integrante e indissociável dos usos e costumes de um determinado grupo (SEBRAE, 2010, p. 14).

O artesanato em couro do Cariri, portanto, se adequa a esta afirmação, já que as técnicas e habilidade de tratar o couro chegaram ao Cariri através da atividade dos vaqueiros e a lida do gado, sendo repassada através das gerações e representa os costumes.

4 CULTURA E CIRCUITO DA CULTURA

4.1 Processos de Ressignificação

Nesta pesquisa, ao buscar compreender o artesanato em couro do Cariri como expressão cultural, parte-se do pressuposto de que, enquanto fenômeno cultural, ele atravessa transformações que impactam tanto os processos de produção quanto os produtos finais. Essas alterações não se limitam à forma e funcionalidade, mas também afetam os significados atribuídos a esses artefatos. Ademais, as mudanças observadas em cada etapa do Circuito da Cultura, conforme descritas anteriormente, evidenciam essa constante ressignificação dos artefatos, refletindo sua adaptação às dinâmicas culturais e sociais ao longo do tempo.

Para elucidar a questão dos processos de ressignificação, é necessário compreender de antemão como os significados dos objetos são construídos pelos sujeitos em torno deles. Para desenvolver o tema, a escolha de Rafael Cardoso e Camilo Belchior se dá pela compreensão que suas perspectivas se adequam ao que foi visto dentro do contexto do artesanato em couro caririense. Ou seja, o significado e os processos de mudança acerca da percepção que se tem dos artefatos está mais relacionada à leitura dos sujeitos do que as características próprias dos objetos.

Para estes autores, o significado dos artefatos não é inerente à sua materialidade, mas são atribuídos pelos sujeitos e, como afirma Cardoso, “sem um sujeito capaz de atribuir significado, o objeto não quer dizer nada; ele apenas é” (2012, p. 466). Aqui o sujeito exerce dois papéis distintos na construção do significado dos artefatos: a primeira delas é na intenção colocada durante seu desenvolvimento e a outra é a percebida por aqueles que utilizam, observam ou consomem determinado produto.

Existem dois mecanismos básicos para investir o artefato de significados: a atribuição e a apropriação, os quais correspondem em linhas gerais aos processos paralelos de produção/distribuição e consumo/uso. Varia o grau de estabilidade dos diversos significados (sua capacidade de “aderência” ao significado), mas, grosso modo, pode-se dizer que os significados atribuídos no momento de produção/distribuição tendem a ser mais duradouros e universais do que aqueles advindos das instâncias múltiplas de apropriação pelo consumo/uso (Cardoso, 1998, p. 33).

No desenvolvimento de seus projetos, por exemplo, os designers atuam investindo nos objetos significados que são alheios à sua natureza intrínseca (Denis, 1998). Estes profissionais lançam mão, portanto, de cores, formas, texturas que buscam seduzir os consumidores a adquirirem seus produtos atribuindo-lhe de forma consciente significados para isto.

Os objetos produzidos na contemporaneidade são, em sua grande maioria, produzidos por designers que, de uma forma ou de outra, conseguem imprimir em suas obras elementos com os quais o consumidor ou admirador são despertados para o seu encantamento, seja pela via da fascinação, do fetichismo ou pelo próprio desejo (Belchior, 2014p. 61).

Além disso, o marketing empregado e a seleção estratégica dos pontos de venda são pensados cuidadosamente, visando atribuir significados específicos aos produtos. Esse processo tem como objetivo tornar os itens mais atrativos e alinhados às expectativas e desejos do público-alvo, criando uma conexão direta entre os objetos e as experiências ou aspirações dos consumidores.

Por outro lado, consumidores e usuários também desempenham um papel essencial na construção do significado dos objetos. Isso ocorre porque a memória é o principal mecanismo por meio do qual atribuímos sentidos às coisas. Dessa forma, transferimos para os objetos características que refletem nossas experiências, hábitos e até mesmo as relações que temos com outras pessoas. Assim, o significado de um objeto não é apenas determinado por sua função ou design original, mas também pelas conexões emocionais e simbólicas que estabelecemos com ele ao longo do tempo (Cardoso, 2012, p. 110).

Embora os sujeitos acionem memórias e interpretações individuais para construir suas próprias interpretações das coisas, os significados são compartilhados, uma vez que estamos inseridos em uma sociedade e

cada sociedade possui seus signos, representações simbólicas que podem ser verbal, gráfica, material, sonora, olfativa, gestual ou até mesmo psíquica, cujos significados foram apreendidos e incorporados pelos indivíduos ao longo do tempo (Belchior, 2014, p. 73).

Afeta ainda o significado dos objetos o contexto no qual eles estão inseridos. Belchior (2014) exemplifica, quando aponta que flores em um jardim são

compreendidas de modo diferente do que quando estão sendo utilizadas como buquê de noiva. (fig. 8)

Figura 8 - Flor no jardim e flor utilizada como buquê de noiva.



Fonte: Belchior, 2014.

Aqui, um novo significado foi atribuído às flores de forma intencional, por meio de uma ação deliberada de descolá-las de seu contexto original e transformá-las em um buquê de noiva, conferindo-lhes um novo uso.

Este processo, no qual os significados atribuídos aos artefatos são transformados ou reinterpretados ao longo do tempo e em diferentes contextos, é denominado ressignificação, conforme explica Belchior:

Dar um novo sentido ao objeto, alterar seu conceito, percepção ou interpretação original, é um processo que pode ser chamado de ressignificação. Resignificar é tornar coerente o objeto para o sujeito, sob novo ponto de vista, transformando-o para o contexto vigente. Contexto esse que sempre se modifica (Belchior, 2014, p. 56).

No caso das flores, que foram transformadas em um buquê de noiva, a mudança foi intencional a partir da mudança do contexto do objeto. Assim o uso e o contexto influenciam no significado dos objetos porque ele molda a forma como interpretamos, percebemos e nos relacionamos com eles, pois “existem no tempo e no espaço e vão, portanto, perdendo sentidos antigos e adquirindo novos à medida que mudam de contexto” (Belchior, 2014, p. 76).

Os significados dos objetos também são construídos e se alteram através de processos sem intencionalidade humana. Para Cardoso (2012) o processo de ressignificação também ocorre de modo espontâneo, muitas vezes influenciados por mudanças culturais, sociais, históricas ou mesmo a ação do tempo sobre o objeto. O

autor exemplifica que o próprio ciclo do produto, desde seu lançamento até o seu descarte, agrega diferentes percepções de quem o observa: quando nos deparamos com ele num primeiro momento, acionamos valores de novidade, quando se quebra ou envelhece, julgamos ultrapassados.

4.2 Processos de Hibridismo

Uma outra possibilidade de mudança nos fenômenos culturais, sejam elas artefatos, música, costumes, alimentação, entre outros, é hibridismo cultural. Neste sentido, Canclini afirma que:

Entendo por hibridação processos sócio-culturais nos quais estruturas ou práticas discretas que existam de forma separadas se combinam para gerar novas estruturas objetos e práticas. Cabe esclarecer que as estruturas chamadas discretas foram resultado de hibridações, razão pela qual não podem ser consideradas puras. (2019, p. XIX).

A palavra hibridismo tem origem na botânica, onde se observou que a interação entre diferentes espécies favorece seu fortalecimento e adaptação ao ambiente. “A hibridação de café, flores, cereais e outros produtos aumenta a variedade genética das espécies e melhora sua sobrevivência ante mudanças de habitat ou climáticas” (Canclini, 2019, p. XXI).

Existem ainda termos utilizados dentro dos estudos culturais que também designam formas de combinação de diferentes culturas, como o sincretismo, para referir-se à combinação de práticas religiosas e estudos acerca das religiões ou fusão, para culinária. No entanto, a escolha pelo uso de hibridismo, ou hibridação, se dá pelo contexto da pesquisa, uma vez que se debruça sobre os processos de troca de um fenômeno cultural local (o artesanato em couro do Cariri) com influências globais.

Stuart Hall (2006) segue a tese de que as conexões provocadas pela mundialização marcam amplamente as sociedades e afirma que “todas as nações modernas são híbridos culturais”. As fronteiras territoriais e culturais tornaram-se cada vez mais fluidas, o mundo líquido moderno, como nomeia Bauman (2021), possui seus contornos cada vez mais instáveis, mudando constantemente de forma e fazendo com que as culturas possuam cada vez mais interações entre si.

Em nosso mundo, nenhuma cultura é uma ilha. Na verdade, já há muito que a maioria das culturas deixaram de ser ilhas. Com o passar

dos séculos, tem ficado cada vez mais difícil se manter o que poderia ser chamado de 'insulação' das culturas com o objetivo de defender essa insularidade (Burke, 2003, p. 101).

Dessa forma, os processos de globalização intensificaram os fluxos de interação entre culturas de diferentes regiões, ampliando as possibilidades de hibridização, inclusive no ambiente virtual, graças à internet. Essa conectividade global facilita a troca de influências culturais, promovendo novas formas de fusão e adaptação entre comunidades distintas.

Assim como nos processos de ressignificação, o hibridismo pode acontecer de modo intencional ou não:

Às vezes isso ocorre de modo não planejado ou é resultado imprevisto de processos migratórios turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional. Mas frequentemente a hibridação surge da criatividade individual e coletiva não só nas artes mas também na vida cotidiana e no desenvolvimento tecnológico (Canclini, 2019, p. XXII).

Por vezes também esses processos acontecem como estratégia de indivíduos ou grupos que adotam novos valores, crenças ou práticas culturais, muitas vezes em resposta a interações sociais, mudanças históricas ou influências externas. Alguns exemplos dessas práticas são apresentados por Canclini:

Os migrantes camponeses que adaptam seus saberes para trabalhar e consumir na cidade ou que vinculam seu artesanato a usos modernos para interessar compradores urbanos; operários que reformulam sua cultura de trabalho ante as novas tecnologias produtivas; os movimentos indígenas que reinserem suas demandas nas políticas transnacionais ou em um discurso ecológico e aprendem a comunicá-las por rádio, televisão e internet (2019, p. XXII).

No entanto, inconscientes ou não, o hibridismo acontece mediante disputas de poder. Em processos de colonização, a imposição de elementos culturais foi utilizada como estratégia de domínio dos povos colonizados a exemplo da imposição da religião católica e da língua portuguesa durante o período colonial no Brasil. Por outro lado, também pode ser uma estratégia de sobrevivência de grupos vulneráveis, como no caso citado por Canclini acima. Sobre as relações de poder, o autor comenta ainda:

Um elemento importante a ser destacado nesse processo é que, nenhuma troca cultural acontece sem a existência de relações de poder, muitas vezes assimétricas. Os grupos, em seus processos de assimilação de elementos de outras culturas, o fazem através de negociações que muitas vezes partem de situações de fragilidade e

necessidade de sobrevivência, já que as nações dominantes exercem uma influência significativa sobre as culturas subalternas, moldando suas práticas, valores e comportamentos (Canclini, 2019).

Assim, se trabalharíamos os processos de hibridação em relação à desigualdade entre as culturas, com as possibilidades de apropriar-se de várias simultaneamente em classes e grupos diferente e, portanto, a respeito das assimetrias de poder e do prestígio.

A resposta a essas questões de poder, no entanto, não se efetiva na busca por 'resguardar' os grupos menos desfavorecidos e mantê-los longe de qualquer tipo de influência externa. Nem que "a tendência da modernização é simplesmente provocar o desaparecimento das culturas tradicionais". (Canclini, p 218)".

Nesta abordagem do hibridismo, Canclini (2019) e Burke (2003) criticam o purismo e as tentativas, muitas vezes institucionalizadas, de buscar proteger a cultura a todo custo de qualquer fonte de influência externa. Nestor Canclini é um dos autores críticos à visão conservadora que trata os fenômenos culturais como resquício de um passado que deva ser resguardado:

A maioria dos livros sobre artesanato, festas, poesia e música tradicionais enumeram e exaltam os produtos populares, sem situá-los na lógica atual das relações sociais. de toda referência [...] A maioria se limita a listar e classificar aquelas peças que representam as tradições e se sobressaem por sua resistência ou indiferença às mudanças. (Canclini, 2019, p.212)

Assim, hibridismo deve ser encarado como um processo necessário para a continuidade às culturas, especialmente no que diz respeito à adaptação e sobrevivência em um mundo em constante transformação. Mesmo diante das relações assimétricas de poder pode limitar as renovações e evolução cultural, tornando-as menos relevante ao longo do tempo.

4.3 Estudos Culturais e Circuito da Cultura

Antes de apresentar os Estudos Culturais, faz-se necessário colocar alguns apontamentos acerca de Cultura que são considerados neste trabalho, já que se trata de um conceito amplo e multifacetado. Na origem da palavra, o termo se relaciona ao processo de cultivo de plantas e animais a partir do qual se deriva a noção de cultura como processos de desenvolvimento humano (Du Gay, 2013).

No iluminismo, a cultura era significado de civilização, à qual todas as outras sociedades tidas como rudes e não evoluídas deveriam se espelhar. Ainda neste sentido de hierarquia, a cultura também descrevia as artes, músicas, costumes e tradições que eram superiores às demais:

Este significado persiste nos dias de hoje, quando cultura é usada para se referir às "artes elevadas", em comparação com a cultura "popular" (o que as pessoas comuns, as massas relativamente pouco sofisticadas, fazem) ou a cultura "de massa" associada à mídia de massa e ao consumo de massa (Du Gay, 2013, p. 5).

Ao longo do tempo, no entanto, essa noção de cultura mostrou-se antiquada, assim como a compreensão de que haveria um determinismo biológico ou geográfico que condicionasse a sociedade a agir de um modo ou outro devido ao seu contexto (Laraia, 1986).

Atualmente, o conceito de Cultura considera as particularidades desenvolvidas entre pessoas ou mesmo dentro de instituições que compartilham significados, valores e comportamentos (Du Gay, 2013). São os hábitos do cotidiano, os modos de interação, mas também as leis, as manifestações culturais e visões de mundo. A cultura molda nossas identidades, influencia nossas interações sociais e nos ajuda a entender o mundo ao nosso redor.

O homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo que reflete o conhecimento e a experiência adquiridas pelas numerosas gerações que antecederam. A manipulação adequada e criativa desse patrimônio cultural permite as inovações e as invenções (Laraia, 1986, p. 45).

A cultura é, portanto, um processo que segue sempre em movimento e está em constante mudança, refletindo as influências históricas, sociais, políticas e econômicas. Novas ideias, tecnologias e práticas são constantemente introduzidas, desafiando e expandindo os limites culturais existentes.

É importante enfatizar que a cultura é relativa a formas particulares de existências. Em cada grupo social e em cada território uma cultura é desenvolvida dentro de seu contexto e, portanto, examinar as diferentes culturas existentes significa observar as diferentes respostas que podem ser criadas a desafios particulares. Para Du Gay, "é esse significado que ainda encontramos ativo quando a palavra cultura é

usada para se referir ao modo de vida particular e distinto de um grupo social ou período específico”.

Na busca por referências teóricas que permitissem uma investigação crítica e que integrasse as diversas questões do nosso objeto de estudo, encontramos nos Estudos Culturais a consistência teórica necessária para conduzir nosso olhar neste estudo. Os EC buscam examinar como a cultura é produzida, consumida, e como ela influencia e é influenciada por questões sociais, políticas e econômicas. Mais especificamente, o Circuito da Cultura aponta cinco aspectos a serem considerados na análise de um fenômeno cultural, sendo eles: consumo, produção, identidade, regulação e representação. Deste modo, esta seção busca apresentar o que vem a ser os Estudos Culturais e o Circuito da Cultura.

Os Estudos Culturais constituem um campo interdisciplinar que se dedica à compreensão dos fenômenos da cultura. Remonta a década de 1950 e teve na Grã-Bretanha o seu berço com Raymond Williams e Richard Hoggart como fundadores. Em 1964, foi fundado o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos, na Universidade de Birmingham – Inglaterra. O Centro é até a atualidade uma enorme referência quando se fala em Estudos Culturais (Mattelart; Neveu, 2004).

Os trabalhos iniciais dos Estudos Culturais tratavam da crítica literária, mas paulatinamente seu uso foi expandido tanto territorialmente quanto entre outros campos do conhecimento. Os Estudos Culturais, portanto:

Não se constitui numa nova disciplina mas resulta da insatisfação com algumas disciplinas e seus próprios limites. É um campo de estudos onde diversas disciplinas se interseccionam no estudo de aspectos culturais da sociedade contemporânea. As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como, suas relações com a sociedade e mudanças sociais, compõem seu eixo principal de pesquisa (Escosteguy, 1998, p. 88).

Particularmente na América Latina alguns autores como Nestor Garcia Canclini e Jesús Martin-Barbero dão corpo às pesquisas nas quais os Estudos Culturais conduzem o olhar para conhecer a realidade:

Antes mesmo da denominação se consolidar nós fazíamos Estudos Culturais há muito tempo. Na América Latina – no campo da Comunicação, desde a edição do livro de Pascuali nos anos sessenta – havia uma percepção de que os processos de comunicação eram processos culturais. O primeiro que abriu para mim certa contextualização foi Gramsci, e logo descobri, numa viagem de

estudos, Thompson, Raymond Williams, Richard Hoggart, os três pais dos Estudos Culturais ingleses. Conheci-os em fins dos anos setenta. [...] Fazíamos Estudos Culturais muito antes que esta etiqueta aparecesse [...] A América Latina não se incorporou aos Estudos Culturais quando a etiqueta virou moda; a história, aqui, é muito distinta (Martín-Barbero, 1996, p. 4-5 *apud* Restepro, 2015, p. 23).

Pode-se compreender os Estudos Culturais realizados por autores na América Latina, não como um desdobramento da proposta marcada pelo Centro de Pesquisas de Birgman, mas como uma corrente de pensamento própria.

Para nosso estudo, ressalta-se ainda uma importante contribuição dos Estudos Culturais na compreensão do artesanato em couro no Cariri:

A operacionalização de um conceito expandido de cultura, isto é, que inclui as formas nas quais os rituais da vida cotidiana, instituições e práticas, ao lado das artes, são constitutivos de uma formação cultural, rompeu com um passado em que se identificava cultura apenas com artefatos. A extensão do significado de cultura – de textos e representações para práticas vividas e suas implicações na rígida divisão entre níveis culturais distintos – propiciou considerar em foco toda produção de sentido. E ao enfatizar a noção de cultura como prática se dá relevo ao sentido de ação, de agência na cultura (Escosteguy, 1998, p. 90).

Isto se dá a partir do momento em que buscamos compreender a realidade em sua totalidade, complexidade e transitoriedade, inserindo também os sujeitos enquanto produtores culturais e tendo em vista que possuem suas identidades construídas a partir da interferência de diversos povos.

Dentro dos Estudos Culturais, Du Gay *et al.* (1997) propõem um modelo de análise dos fenômenos culturais chamado de Circuito da Cultura, que busca considerar esses fenômenos em sua totalidade. Richard Johnson compreende que o mérito do modelo está no fato de que ele “ajuda a explicar uma das características-chave dos Estudos Culturais: as fragmentações teóricas e disciplinares já observadas” (Johnson, 2010 p. 32).

O primeiro artefato cultural a ser analisado nessa perspectiva foi o *walkman* da Sony, mas Du Gay afirma que o modelo teórico proposto pode e deve servir para compreender outras realidades. O Circuito da Cultura identifica, portanto, cinco principais processos que denomina de “momentos” para explicar o significado de um artefato. Esses momentos são apresentados na figura abaixo:

Figura 9 - Circuito da Cultura



Fonte: Du Gay *et al.* (2013).

Neste sentido, cada eixo não se sobrepõe aos demais e a ordem de apresentação também não intervém no resultado. O importante, contudo, é a articulação dos momentos entre si na compreensão do fenômeno analisado:

Pelo termo “articulação” estamos nos referindo ao processo de conectar elementos díspares para formar uma unidade temporária. Uma articulação é, portanto, a forma de conexão que pode fazer uma unidade de dois ou mais elementos diferentes ou distintos sob certas condições (Du Gay 2013, p. 3).

O autor afirma também que se tratando de um circuito, não há necessariamente uma ordem de análise dos elementos, mas que é preciso percorrer todo o caminho para que se conclua o estudo.

A seguir, discutiremos os conceitos trabalhados no circuito a partir de sua relação com nosso objeto de estudo. Nesse contexto, cabe informar ao leitor que no referencial teórico que segue abaixo, apresentamos os conceitos separadamente somente para fins de melhor compreensão. No entanto, ao longo da segunda parte, na apresentação da pesquisa e dos resultados, estes conceitos aparecem conectados entre si do modo como compreendemos a realidade de cada artesão.

4.3.1 Consumo

O Circuito da Cultura compreende que estamos inseridos em uma sociedade do consumo, termo utilizado para descrever uma forma de organização social em que o consumo de bens e serviços desempenha um papel central na vida cotidiana e na estruturação da sociedade (Baudrillard, 2009). O surgimento de novas modalidades de bens e o aumento da quantidade destes, o maior letramento da população, a difusão do romance e uma maior individualidade são mudanças que permitiram o desenvolvimento desta sociedade (Barbosa, 2004).

Barbosa e Campbell (2006) apontam ainda que o consumo atualmente é: mais centrado no indivíduo do que na família, possui uma prevalência do desejo sobre a necessidade. Por outro lado, até a noção da necessidade pode ser questionada:

Em vez de serem naturais, as necessidades são, portanto, culturais. Isto é, as necessidades são definidas e produzidas pelos sistemas de significados através dos quais damos sentidos ao mundo e, portanto, estão abertas a serem retrabalhadas e transformadas (Du Gay *et al.*, 2013, p. 85, tradução nossa).

Essa perspectiva cultural sobre as necessidades reforça a ideia de que o consumo não responde apenas a carências objetivas, mas está profundamente imbricado na construção simbólica da subjetividade. Du Gay, como investigador da cultura, entende que ela molda os mais diversos aspectos da vida, incluindo aquilo que percebemos como necessário, revelando que o consumo é também uma expressão de identidade.

Lipovetsky acrescenta ainda que “o consumo “para si” suplantou o consumo “para o outro”, em sintonia com o irresistível movimento de individualização das expectativas, dos gostos e dos comportamentos” (2007, p. 42). Isso quer dizer que o consumo constitui um processo de construção da própria identidade, pois, através das práticas de consumo, podemos comunicar aos outros as mensagens acerca de nossas preferências.

Outras características do consumo na sociedade atual abordadas por Slater (2002) são: a centralização do consumo nos bens não materiais como lazer, comunicação e serviços, a *valorização da experiência vinculada aos produtos, a utilização dos objetos como signos e processo de mediação*. Ele argumenta que

o consumo é uma forma de expressão da identidade, pois as escolhas de consumo refletem os valores e crenças de uma pessoa.

Essa perspectiva dialoga com a crítica à visão tradicional do consumo como mero reflexo da produção. Durante muito tempo, prevaleceu a ideia de que os bens seriam consumidos simplesmente por terem sido produzidos, e que os significados atribuídos na etapa produtiva seriam assimilados passivamente pelos consumidores (Du Gay et al., 2013). No entanto, essa concepção ignora a complexidade das práticas culturais envolvidas no ato de consumir, como já discutido no tópico sobre a ressignificação dessa tese (p. 55).

Du Gay acrescenta ainda que “um foco nas práticas de consumo, portanto, nos ajuda a compreender que os significados não são completamente enviados pelos produtores e recebidos pelos consumidores, mas são sempre feitos durante o uso” (2013, p. 80, tradução nossa). O autor acrescenta ainda que:

No consumo, como linguagem em geral, o uso altera ou flexiona o significado dos objetos de maneiras específicas e ao longo do tempo, em diferentes períodos ou contextos, e em relação a novas situações, novos significados ou inflexões vão emergir (Du Gay *et al.*, 2013, p. 86, tradução nossa).

A relação entre produtores e consumidores é um pouco mais explorada por Firat e Dholakia (2003), que elencam quatro dimensões implicadas nessa conexão, são elas: a relação social, oferta do produto, participação do consumidor no processo produtivo e atividade humana presente durante o uso do artefato. Aqui se observa a questão da oferta e participação do consumidor no processo produtivo por entender que são estes elementos que impactam mais no presente objeto de estudo.

Já o domínio da oferta refere-se à disponibilidade de determinado produto à sociedade, podendo se caracterizar como pública e/ou privada. À medida que o produto é comercializado ou disponibilizado para consumo em uma quantidade significativa de espaços, maior a disponibilidade do mesmo, tornando sua oferta pública. Da mesma forma o contrário, se há dificuldade dos consumidores para acessar determinado produto, sua oferta tende a ser privada.

A dimensão da participação considera a influência dos consumidores na produção de determinado artefato. “Quanto maiores as contribuições diretas dos consumidores na determinação dos produtos e atividades consumidos, mais participativo é o seu consumo. Quanto menos o consumidor contribui para tal

determinação, mais alienado seu consumo.” (Firat; Dholakia, 2003, p. 10, tradução nossa).

4.3.2 Identidade

Para tratar da questão da identidade neste trabalho recorre-se primeiramente a Stuart Hall, um dos fundadores dos Estudos Culturais e propositor do Circuito Cultural como ferramenta para análise dos fenômenos culturais. Hall (2019) aponta como a modernidade tardia afeta a construção da identidade dos sujeitos, principalmente no que diz respeito aos impactos da globalização. A principal característica dessa sociedade seria a mudança constante, rápida e permanente, que é resultado das possibilidades de interconexão que temos hoje, principalmente devido às novas tecnologias de comunicação. Giddens afirma que “as civilizações tradicionais podem ter sido consideravelmente mais dinâmicas que outros sistemas pré-modernos, mas a rapidez da mudança em condições de modernidade é extrema” (1991, p. 11).

Manter uma identidade constante e sem alterações diante desse sistema de fluxo contínuo e rápido de informações torna-se um desafio para os sujeitos:

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significados e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com as quais poderíamos nos identificar a cada uma delas – ao menos temporariamente (Hall, 2019, p. 12).

É possível exemplificar como um fenômeno cultural que, anteriormente, era associado a um grupo específico, passou a ser consumido por outros públicos com referências bastante distintas. Em desfiles de moda, por exemplo, esses elementos culturais podem ainda carregar símbolos de um passado, ao mesmo tempo em que constroem novas mensagens que podem parecer contraditórias à imagem tradicional originalmente associada a eles.

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas (Hall, 2019, p. 12).

Os indivíduos assumem diferentes identidades pois “as transformações associadas à modernidade libertaram o indivíduo de seus apoios estáveis nas tradições e estruturas (Hall, 2019, p. 18)”. Questões de classe, gênero, etnia, por exemplo possuem cada vez menos peso na construção da identidade dos sujeitos.

Para Woodward, apesar da identidade não ser mais “dada” aos sujeitos, os antecedentes históricos ainda constituem um elemento importante no processo de construção identitária. Segundo a autora, “essa redescoberta do passado é parte do processo de construção da identidade que está ocorrendo neste exato momento e que, ao que parece, é caracterizado pelo conflito e uma possível crise” (Woodward, 2014, p. 12). No artesanato isso é bastante claro, devido ao fato de geralmente as técnicas e muitas vezes ferramentas serem passadas através de gerações, trazendo para o artesão elementos de sua identidade que se vincula com o passado.

Há nesta relação com o passado, a existência de outro elemento que também constitui a identidade dos sujeitos que é o Mito Fundador, Tadeu Silva define:

Fundamentalmente, um mito fundador remete a um momento crucial do passado em que algum gesto, algum acontecimento, em geral heróico, épico, monumental, em geral iniciado ou executado por alguma figura “providencial”, inaugurou as bases de uma suposta identidade nacional. Pouco importa se os fatos assim narrados são “verdadeiros” ou não; o que importa é que a narrativa fundadora funciona para dar identidade nacional a liga sentimental e afetiva que lhe garante uma certa estabilidade e fixação, sem as quais ela não teria a mesma e necessária eficácia (Silva, 2014, p. 85).

Um fato que costuma ser levantado quando se aborda o artesanato em couro no Cariri é a ocupação do território durante o ciclo do gado, ao qual se credita a própria existência desse tipo de produção na região. Teria sido, a partir do cuidado e do pastoreio de animais, que se criou condições para que o artesanato em couro se desenvolvesse aqui. Esse momento da ocupação do Cariri é frequentemente acionado quando se fala sobre o artesanato em couro da região.

Em outra direção, a diferenciação também é um dos mecanismos a partir do qual se constrói a identidade. Dizer o que não se é para descrever a identidade é frequentemente utilizado para se definir:

As formas pelas quais a cultura estabelece fronteiras e distingue a diferença são cruciais para compreender as identidades. A diferença é aquilo que separa uma identidade da outra, estabelecendo distinções, frequentemente na forma de oposições [...] que são construídas por meio de uma clara oposição entre “nós” e “eles”. A

marcação da diferença é, assim, um componente-chave em qualquer sistema de classificação (Woodward, 2014, p. 40).

Uma outra questão apontada por Woodward (2014) diz respeito ao modo como as diferentes identidades disponíveis são assimiladas pelos sujeitos, a identificação. Segundo a autora, “esse conceito, que descreve o processo pelo qual nos identificamos uns com os outros, seja pela ausência de uma consciência da diferença ou da separação, seja como resultado de supostas similaridades, tem origem na psicanálise” (Woodward, 2014, p. 18-19). Ela afirma que esse processo envolve tanto a existência de representações simbólicas disponíveis para que haja a identificação, assim como seja possível incorporar essas representações dentro das relações sociais que o indivíduo se insere.

Em outras palavras, ao conectar os indivíduos a um espectro mais amplo de culturas, valores e formas de vida, a globalização pode dissolver fronteiras tradicionais e criar identidades que estão sempre em constante transformação, sem a ideia de algo estático ou definitivo:

Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceitualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (Hall, 2019, p. 12).

Deste modo, ao assumir uma identidade, seja ela qual for, o contato com outras culturas e referências simbólicas, a ocorrência de novas experiências na vida do sujeito poderão conduzir a novos processos de identificação, resultando em novas identidades. Essas diferentes identidades podem até coexistir no indivíduo simultaneamente e serem “ativadas” a depender se o contexto naquele momento é familiar, de trabalho ou lazer, por exemplo.

Em todas essas ocasiões, podemos nos sentir, literalmente, como sendo a mesma pessoa, mas nós somos, na verdade, diferentemente posicionados pelas diferentes expectativas e restrições sociais envolvidas em cada uma dessas diferentes situações, representando-nos, diante dos outros de forma diferente em cada um desses contextos (Woodward, 2014, p. 31).

Como visto, a identidade no mundo atual se constrói a partir de diferentes dispositivos. Para o sujeito pós-moderno, a identidade se define por questões

individuais e não por fatores coletivos e estáticos, como religião, tradição, família e posição social. A identidade na atualidade é multifacetada e em constante mudança.

4.3.3 Representação

Dentro do Circuito da Cultura, a representação é um conceito que atravessa os demais momentos e influencia ainda “na construção da identidade e na demarcação das diferenças, na produção e no consumo, bem como na regulação da conduta social” (Hall, 2016, p. 22).

Dentro dos estudos da linguística, a partir do século XX, “representação significa utilizar a linguagem para, inteligivelmente, expressar algo sobre o mundo ou representá-lo a outras pessoas” (Hall, 2016, p. 31). Aqui a linguagem pode ser definida como:

O sistema escrito ou o sistema falado em uma língua particular são, ambos, obviamente, considerado “linguagens”. Mas igualmente o são as imagens visuais, sejam elas produzidas pela via manual, mecânica, eletrônica, digital ou por outros meios, quando usadas para expressar algum sentido (Hall, 2016, p. 37).

Vale lembrar que a linguagem é processo de atribuir sentido e que são os sujeitos que nomeiam objetos com determinada palavra e estabelecem os desenhos para representar letras específicas. “O sentido não está no objeto, na pessoa ou na coisa, e muito menos na palavra. Somos nós quem fixamos o sentido tão firmemente que, depois de um tempo, ele parece natural e inevitável” (Hall, 2016, p. 41).

Representação também emerge de processos de construção e envolve o uso de símbolos, imagens, palavras e outras formas de comunicação para expressar ideias, emoções e conceitos. A criatividade é fundamental nesse processo, pois permite a criação de novas formas de representação que podem ser mais eficazes ou impactantes.

A noção de representação como um ato criativo, que se refere ao que as pessoas pensam sobre o mundo, sobre o que são nesse mundo e que mundo é esse, sobre o qual as pessoas estão se referindo, transformando essas “representações” em objeto de análise crítica e científica do “real” (Itaussu, 2016, p. 11).

Para este autor, duas abordagens surgem sobre a representação, uma que utiliza sistemas de signos (como pintura, por exemplo), para externalizar uma ideia e outra onde tomamos consciência do real internamente, em nossa mente.

Trata-se do processo pelo qual membros de uma cultura usam a linguagem (amplamente definida como qualquer sistema que emprega signos, qualquer sistema significante) para produzir sentido. Desde já essa definição carrega a importante premissa de que as coisas – objetos, pessoas, eventos, no mundo – não possuem, eles mesmos, sentido fixo, final ou verdadeiro. Somos nós – na sociedade, dentro das culturas humanas – que fazemos as coisas terem sentido e que lhes damos significados (Hall, 2016 p. 108).

Para o autor, portanto, a representação não é apenas uma questão de refletir o mundo como ele é, mas também de moldar e construir o mundo de certas maneiras. Isso é feito através de sistemas de representação, que são conjuntos de convenções ou códigos que são usados para significar ou comunicar algo.

O poder da representação reside na sua capacidade de gerar imagens de realidades que não existem objetivamente. Quando criamos representações, seja por meio de palavras, pinturas, fotografias ou outras formas de expressão, estamos moldando a percepção e a compreensão do mundo. Essas imagens não são meramente cópias da realidade; elas transcendem o concreto e permitem visualizar possibilidades, sonhos e ficções. Através da representação, desviam-se dos clichês e estereótipos, revelando-se as complexidades do tempo, os estratos da arqueologia e os pontilhados do destino.

4.3.4 Produção

A palavra produção inicialmente remete aos processos envolvidos na criação dos artefatos que cercam a vida humana. De fato, “a transformação da natureza é um imperativo de nossa humanidade, pois não se tem ainda notícia de alguma aptidão humana à autofagia” (Srour, 1978, p. 104). Srour (1978) se refere nesta citação aos bens materiais que são produzidos para dar conta da nossa vida cotidiana, seja nos momentos de lazer, descanso ou trabalho.

Uma vez admitida a importância dos artefatos para a manutenção das atividades humanas, cabe compreender os elementos envolvidos em sua produção. O entendimento de um modo de produção requer a compreensão de dois principais aspectos: forças produtivas e relações de produção (Srour, 1978).

A primeira diz respeito à capacidade técnica envolvida na produção, tais como maquinário, disponibilidade de matéria prima e processos utilizados. A segunda destaca as relações estabelecidas entre os agentes envolvidos na produção. Vale ressaltar que, apesar de compor aspectos distintos, as forças produtivas e as relações sociais trabalham de modo interdependente. Um exemplo desta relação: as estações de trabalho em uma oficina (força produtiva) podem ser organizadas seguindo uma hierarquia entre os artesãos (relações de produção), de modo que alguns artesãos disponham de espaços mais amplos e iluminados.

Aproveitando o mesmo exemplo, caso houvesse uma reestruturação das relações sociais na oficina, onde a hierarquia fosse abolida, poderia impactar também a organização das estações de trabalho. Desse modo, a força produtiva e as relações de produção, além de se influenciarem mutuamente, também podem sofrer alterações ao longo do tempo (Srour, 1978).

Um segundo aspecto a ser considerado na produção do artesanato é sua compreensão enquanto um produto da cultura, termo utilizado para “se referir a tudo o que seja característico sobre o ‘modo de vida’ de um povo, de uma comunidade, de uma nação ou de um grupo social” (Hall, 2016, p. 19). Assim, os significados, experiências e atividades envolvidos na criação do artefato são aspectos que devem ser considerados pois também são produzidos.

Além de considerar as relações sociais e a força produtiva envolvida na confecção em si do artefato, analisar o artesanato enquanto um artefato cultural “nos dias atuais envolve não apenas compreender como esse objeto é produzido tecnicamente, mas como ele é produzido culturalmente; como ele se torna significativo – o que chamamos ‘codificado’ com significados específicos – durante o processo de produção” (Du Gay, 2013, p. XXI).

Nesse sentido, compreender o artesanato como um produto da cultura extrapola uma análise focada na oficina, onde se concentra a produção do artefato, mas busca compreender os significados construídos através das relações com o mercado consumidor e intermediários.

4.3.5 Regulação

Segundo Souza (2009), a regulação envolve os mecanismos que buscam regular a distribuição e o uso dos produtos culturais. No caso do artesanato, podemos

acrescentar ainda a regulação da produção, já que esta é um dos elementos que o distingue daqueles feitos de modo industrial.

Dependendo do contexto em que é tratada, a regulação pode ter diferentes significados. Assim, ela pode referir-se às políticas e regulações de governos, ou em um sentido mais geral pode indicar a reprodução de um padrão particular e a ordem de práticas significantes (Sousa, 2009, p. 127).

Na regulação, quando formalizada, é criado um conjunto de leis e normas com o objetivo de controlar e orientar determinadas atividades dentro da sociedade. Vale esclarecer que não é apenas o estado ou governos que regulam a sociedade, mas também é possível encontrar códigos e normas internas que gerenciam a conduta dentro das instituições e fora do escopo governamental (Sousa, 2009).

Este tipo de regulação pode interferir no artesanato de diferentes modos: estabelecendo padrões de produção para acessar incentivos, definindo critérios para isenções fiscais ou utilização de recursos naturais.

De outra forma, a regulamentação também acontece de modo informal, quando regras ou normas não são oficialmente codificadas em lei, mas que ainda assim têm um impacto significativo na forma como as pessoas se comportam e interagem.

2 PARTE – PESQUISA E RESULTADOS

5 MÉTODO

A pesquisa será conduzida por uma abordagem qualitativa, já que busca compreender o fenômeno no contexto em que ele acontece, favorecendo ainda a identificação dos mecanismos que explicam seu funcionamento (Gil, 2021). Esta abordagem se adequa aos objetivos por buscar compreender fenômenos complexos a partir da perspectiva dos participantes envolvidos, neste caso, os artesãos do couro do Cariri. Segundo Gil (2021), na “pesquisa qualitativa o pesquisador procede pela via indutiva, coletando dados mediante entrevistas, observações e análise documental com o propósito de estabelecer categorias, hipóteses e teorias” (Gil, 2021, p. 16).

Dentre as modalidades de pesquisas qualitativas, foi optado a realização de um estudo de caso. Este procedimento é amplamente utilizado nas ciências sociais, por conseguir explorar situações de vida real, além de permitir compreender e preservar o caráter único do objeto estudado (Gil, 2009). Yin acrescenta ainda:

Como método de pesquisa, o estudo de caso é usado em muitas situações para contribuir com o nosso conhecimento dos fenômenos individuais, grupais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados. [...] Seja qual for o campo de interesse a necessidade diferenciada da pesquisa de estudo de caso surge do desejo de entender fenômenos sociais complexos (Yin, 2015, p. 4).

Os estudos de caso buscam responder questões de como e por que determinados fenômenos acontecem. Além disso, o estudo de caso investiga situações nas quais não é possível ter controle:

O estudo de caso é preferido durante o exame de eventos contemporâneos, mas quando os comportamentos relevantes não podem ser manipulados. O estudo de caso conta com muitas das mesmas técnicas que a pesquisa histórica, mas adiciona duas fontes de evidências geralmente não disponíveis como parte do repertório do historiador: a observação direta dos eventos a serem estudados e entrevistas das pessoas envolvidas nos eventos (Yin, 2015, p. 13).

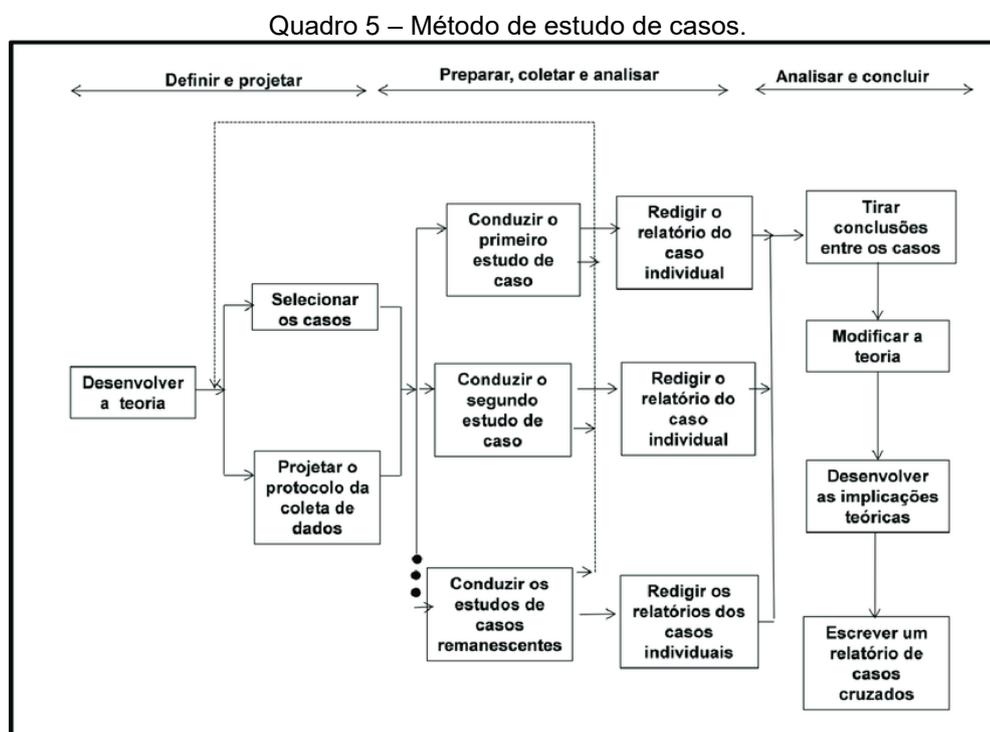
O estudo de caso não se propõe a fazer uma generalização das variáveis observadas durante a pesquisa, mas relacionar esses elementos a uma determinada teoria, como afirma Yin (2015).

Os estudos de caso podem se desenvolver sobre uma unidade de análise ou várias, a qual nos referimos como Estudo de Casos Múltiplos, justamente porque permite, após a compreensão do universo mais amplo, analisar as relações e

conexões entre diferentes unidades constituintes daquela realidade. Neste sentido, a escolha pelos Estudos de Casos Múltiplos foi feita pela possibilidade de compreender a realidade através de diferentes exemplos.

Nos Estudos de Casos Múltiplos, cada caso “deve servir a um propósito específico dentro do escopo global da investigação” (Yin, 2015, p. 60). Yin explica ainda que “cada caso deve ser direcionado cuidadosamente para que (a) possa prever resultados similares (uma replicação literal) ou (b) possa produzir resultados contrastantes, mas para razões previsíveis (uma replicação teórica)” (2015, p. 60).

Para a realização deste tipo de pesquisa, Yin (2015) explana o desenvolvimento em três fases, conforme o quadro abaixo (quadro 5).



Fonte: Cosmos Corporation *Apud* Yin 2015.

5.1 Etapas da pesquisa

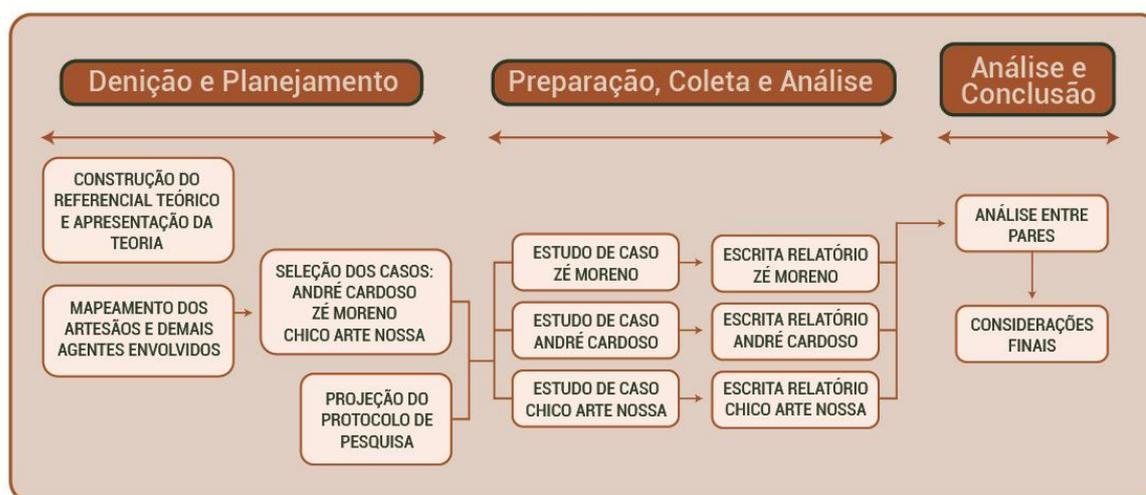
Com base no esquema acima, foi estruturada as fases e processos metodológicos (figura 10) utilizados nesta pesquisa:

1 etapa: pesquisa bibliográfica acerca dos conceitos trabalhados na tese, levantamento histórico do artesanato em couro no Cariri e definição da teoria norteadora da pesquisa.

2 etapa: mapeamento das oficinas de artesanato em couro em atividade no recorte de pesquisa definido, a Região Metropolitana do Cariri.

3 etapa: seleção dos casos, realização das entrevistas e análise de dados sob a perspectiva do Circuito da Cultura.

Figura 10: Metodologia de pesquisa baseado em Yin, 2015.



Fonte: A autora, 2024.

5.1.1 Pesquisa Bibliográfica e Estabelecimento da Teoria

A **primeira etapa** foi realizada a partir de pesquisas bibliográficas e documentais buscando autores que estudam sobre a história do artesanato, principalmente no Brasil e também estabelecer o conceito de artesanato considerado nesta tese.

Ainda nesta etapa, foi identificado os Estudos Culturais como proposições teóricas. “Tais proposições permitirão que o projeto de pesquisa completo proporcione, então, orientação surpreendentemente forte na determinação dos dados a serem coletados e nas estratégias para a análise dos dados” (Yin, 2015, p. 40).

Dentro dos Estudos Culturais, destaca-se o Circuito da Cultura (Du Gay *et al.*, 2013), que visa compreender os fenômenos culturais a partir de cinco momentos que dialogam entre si: consumo, produção, identidade, regulação e representação. Assim, foram selecionados autores que tratassem destes conceitos, dando preferência aos teóricos que realizam trabalho no campo dos Estudos Culturais.

Os conceitos, a teoria e a descrição do território do Cariri foram todos apresentados na primeira parte da tese na qual consta o Referencial Teórico utilizado.

5.1.2 Mapeamento das Oficinas

Na **segunda etapa** foi realizado o mapeamento das oficinas de artesanato em couro dentro da Região Metropolitana do Cariri utilizando o método exploratório:

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito e construir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo o aprimoramento de ideias ou descoberta de intuições (Gil, 2009, p. 41).

Essa etapa foi realizada por meio da observação direta nas oficinas, juntamente com o registro fotográfico, que, além de documentar as atividades, serviu para examinar semelhanças e distinções entre elas.

Durante o mapeamento, foi ajustado o recorte espacial da pesquisa, com a inclusão da cidade de Assaré onde estão instaladas oficinas indicadas por artesãos do Crato. Já em Jardim, Farias Brito e Missão Velha não foi identificada nenhuma oficina o que levou a exclusão destes municípios. Dessa forma, a pesquisa contemplou as cidades de: Crato, Juazeiro, Barbalha, Caririáçu, Nova Olinda e Assaré, conforme mapa abaixo:

Mapa 2 - Mapa do recorte final da pesquisa



Fonte: A autora, 2024.

As estratégias utilizadas para identificação das oficinas foram diversas: a presença delas em ruas e avenidas de maior visibilidade, o contato com secretarias

de prefeituras dos municípios, formulário online, perguntas em redes sociais e a indicação dos próprios artesãos.

O questionário online tipo *forms* foi criado para que as pessoas indicassem localidade e contato de artesãos que tivessem conhecimento. Ele foi compartilhado em grupos de WhatsApp nos quais eu sabia da existência de pessoas da região ligadas à cultura. As respostas, no entanto, foram bastante repetitivas (figura 11) e focadas em artesãos de maior projeção midiática.

Figura 11 - Respostas recebidas no formulário com indicações dos artesãos do couro no Cariri

Você conhece alguém que produz artesanato em couro na região do Cariri? Quem?

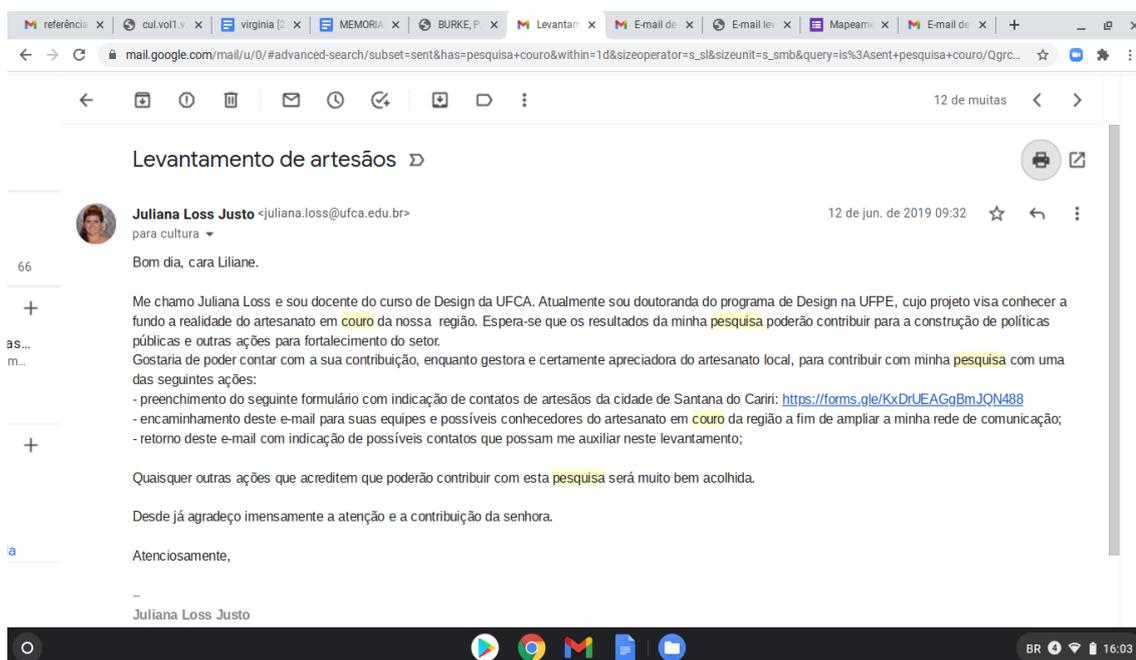
7 respostas

- Espedito seleiro
- Sim. Ponto 21 e Espedito Seleiro
- Associação dos artesãos de campos sale com o nome fantasia xiquechique alem da nossa tem mas dois grupo e 2 individual
- Sim
- sim. Expedito Seleiro, Um coureiro com fabrica e atelle em Crato no Bairro Seminario
- Sim Espedito Seleiro Adriano Cardoso André Cardoso Ronaldo Romão Leonardo Pele Izabel Emanuel Francisval
- Braz donato

Fonte: A autora, 2019.

O link do formulário também foi enviado por e-mail (fig. 12) para as secretarias de cultura de Santana do Cariri, Farias Brito, Caririaçu e Crato cujo contato estava disponível nos sites das prefeituras. Neste e-mail foi esclarecido acerca da pesquisa e os objetivos, porém, nenhum foi retornado.

Figura 12 – E-mail enviado às prefeituras do Cariri solicitando informações dos artesãos.



Fonte: A autora, 2019.

O mapeamento constituiu uma etapa crucial para compreensão da realidade do artesanato em couro no Cariri, pois a partir dele foi possível identificar as oficinas de artesanato em couro que estavam em atividade durante a pesquisa. O resultado desse processo foi a identificação de 14 oficinas, o tipo de produtos confeccionados e número de artesãos envolvidos em cada uma delas, conforme quadro 6.

Quadro 6 – Quadro das oficinas identificadas no mapeamento

OFICINA	PRODUTOS
André Cardoso	Sandálias, sapatos, botas, cintos, chaveiros, chapéus, bolsas, carteiras, brindes, mesa, banco, cadeiras, espreguiçadeiras, molduras de espelho, selas, gibões, baús,
Leo	Sandálias
Chico Arte Nossa	Sandálias e sapatos
Caruã	Sandálias, sapatos, bolsas e carteiras
Juarez	Selas, gibões, botas, sandálias
Art Couro - Pedro	Sandálias
Joci	Sandálias
Espedito Seleiro	Sandálias, sapatos, botas, cintos, chaveiros, chapéus, bolsas, carteiras, brindes, mesa, banco, cadeiras, espreguiçadeiras, molduras de espelho, selas, gibões, baús, quadros, armários, vestimentas
Zê Moreno	Selas, gibões, bolsas
Durão	Sandálias, sapatos e botas
Arte Couro - Miúdo	Selas, gibões, chapéus e botas
Pelé	Selas, gibões e chapéus e botas
Ponto do Vaqueiro	Selas, gibões, chapéus, sandálias e botas

Fonte: A autora, 2023.

Diante da variedade de tipos de produtos que são confeccionados nas oficinas foi necessário criar categorias para identificar cada produção. Este processo foi realizado através da análise de conteúdo proposta por Bardin (2016). O primeiro passo foi reconhecer os artefatos produzidos por cada oficina, o que foi feito através das entrevistas com os artesãos e pela observação dos produtos dispostos nestes espaços.

A maioria das oficinas confecciona sandálias, produto de maior demanda e que atende um público com uma grande variedade de idade e gênero, ampliando o alcance das vendas. Algumas oficinas além de sandálias confeccionavam também bolsas e carteiras o que nos levou a incluí-las na categoria de acessórios.

Um outro segmento visto foi o de produtos voltados para as atividades praticadas à cavalo, sejam voltadas para o trabalho (pastoreio), lazer (passeio) ou competições (“pega de boi” e vaquejadas). Essas oficinas foram identificadas em cidades menores, onde estas atividades são realizadas com maior frequência.

Por último, a categoria diversificada enquadra aquelas oficinas que, diante da variedade de produtos confeccionados, não foi possível categorizar em apenas um ramo específico. Esta produção demanda o domínio de técnicas variadas de trabalho

com o couro e serviços de artesãos que trabalham com outras técnicas, como marcenaria.

O enquadramento das oficinas em cada segmento foi realizado tendo em vista os produtos realizados rotineiramente na oficina excluindo artefatos feitos pontualmente. Os produtos confeccionados em cada oficina e os segmentos estão compilados no quadro abaixo.

Quadro 7 – Quadro da produção de cada oficina

CIDADE	OFICINA	PRODUÇÃO	Nº DE ARTESÃOS
CRATO	André Cardoso	Diversificada	13
	Leo	Acessório / sandália	06
	Chico Arte Nossa	Acessórios / sandália	01
	Caruá	Acessórios	05
	Juarez	Selaria	02
	Art Couro - Pedro	Acessórios / sandália	07
JUAZEIRO DO NORTE	Artesano	Acessórios/sandália	07
CARIRIAÇU	Joci	Acessórios/sandália	02
NOVA OLINDA	Espedito Seleiro	Diversificada	05
	Zé Moreno	Selaria / Bolsas	03
ASSARÉ	Durão	Acessórios / sandália	01
	Arte Couro - Miúdo	Selaria	06
	Pelé	Selaria	05
BARBALHA	Ponto do Vaqueiro	Selaria	03
			66

Fonte: A autora, 2024.

Foi possível, ainda, reconhecer os demais agentes envolvidos na produção do artesanato em couro enquanto fenômeno da cultura (quadro 8). Estes agentes desempenham um papel de mediação entre a produção cultural e o público consumidor, ajudando a conectar os bens culturais aos seus públicos-alvo e promovendo o acesso e a apreciação da cultura. No quadro abaixo estão apresentados os agentes identificados, bem como a sua atuação principal em relação aos artesãos do couro do Cariri, maiores detalhes serão apresentados no detalhamento dos resultados do mapeamento no capítulo.

Quadro 8 - Agentes identificados no mapeamento

Central de Artesanato do Ceará - Ceart	Realiza formações com os artesãos, desenvolvimento de produtos e comercializa produtos em suas lojas.
Loja do Bem	Loja localizada em um shopping na cidade de Fortaleza que comercializa produtos artesanais do Estado.
Sebrae	Promovem a realização de feiras, cursos de curta duração e oferta de serviços de consultoria para os artesãos.
Consumidores Institucionais	Instituições públicas ou privadas que realizam encomendas de brindes aos artesãos e promovem visibilidade dos mesmos.
Governo do Estado - Edital de Mestres	Edital lançado pelo Governo do Estado que diploma artesãos reconhecendo o saber aportando recursos para que seus conhecimentos sejam repassados para as novas gerações.

Fonte: A autora, 2023.

5.1.3 Realização dos Estudos de Caso

A partir do mapeamento, foi dado início à **terceira etapa** com a realização dos estudos de caso, escrita dos relatórios individuais e análise dos casos cruzados.

Diversos fatores foram considerados para seleção das oficinas nas quais foram conduzidos os estudos de caso. Yin (2015) aponta que o tempo e recursos disponíveis são importantes, mas também se o estudo consiste em uma replicação literal ou teórica. Aqui, os casos foram selecionados para produzir resultados contrastantes, ou seja, uma replicação teórica, onde cada caso representa um modo distinto de funcionamento das oficinas. A diferença entre as oficinas convergiu também com oficinas que se enquadram em segmentos distintos de produção, conforme apresentado nos quadros abaixo.

Assim, foram selecionadas:

Figura 13 - Quadro síntese de Zé Moreno

Zé Moreno / Nova Olinda @ze_moreno_arte_em_couro

📍 Sítio X, S/N - Zona Rural

Mestre: Zé Moreno
Data da entrevista: 24 jul. 2021
Produção: Selaria e bolsas
Nº de artesãos: Nº de artesãos:
02 artesãos e 01 ajudante

Zé Moreno é o artesão cuja boa parte da produção atende ao mercado local, em especial vaqueiros ou pessoas que trabalham no campo. Sua produção é essencialmente manual, desde a pintura das peças de couro que compra crua até realizando também o atendimento direto aos consumidores. Sua produção é em baixa escala em comparação com outras oficinas e trabalha apenas por encomenda.



Fonte: A autora, 2024.

Figura 14 - Quadro síntese André Cardoso

Griff do Vaqueiro / Crato @andrecardoso.couro

📍 Av. Joaquim Pinheiro Bezerra de Menezes, 529 - Seminário

Mestre: André Rocha Cardoso
Data da entrevista: 15 jul. 2021
Produção: sandálias, bolsas, selaria e mobiliário.
Nº de artesãos: 12

André Cardoso é o artesão que possui a produção mais variada, que atende a maior diversidade de público consumidor e de pontos de venda. A oficina, integrada com a loja tem um espaço marcante em uma avenida de grande circulação na cidade do Crato. O número de peças é considerável, assim como a quantidade de artesãos envolvidos na produção.



Fonte: A autora, 2024.

Figura 15 – Quadro síntese de Chico Arte Nossa

Chico Arte Nossa / Crato

📍 Rua José Carvalho, n. 153 - Bairro Centro

Mestre: Francisco Alves de Souza

Data da entrevista: 11 nov. 2021

Produção: Sapatos e sandálias

Nº de artesãos: 02

Chico produz exclusivamente sapatos e sandálias. Sua oficina ocupa os cômodos de uma casa alugada onde também está instalada a loja logo na entrada da residência. Com o passar do tempo o artesão passou a trabalhar exclusivamente produzindo sandálias e sapatos que são desenvolvidos em parceria com a Marca X, que realiza a comercialização das peças no mercado europeu.



Fonte: A autora, 2024.

A pesquisa com os casos selecionados foi realizada através de entrevistas semiestruturadas, com gravação de áudio e registro fotográfico. As entrevistas seguiram a construção do protocolo de pesquisa, um instrumento de extrema importância no desenvolvimento do estudo de casos múltiplos. Ele direciona o pesquisador para as questões que deseja elucidar e possibilita a replicação da investigação com os diferentes casos estudados. Yin (2001) descreve que um bom protocolo de pesquisa deve apresentar: as temáticas a serem abordadas, as questões que cada tema suscita, as fontes de investigação e as técnicas a serem utilizadas.

No Protocolo de Pesquisa, as temáticas abordadas se originam de cada momento proposto pelo Circuito da Cultura – produção, representação, identidade, consumo e regulação. São esses temas que suscitam as questões que devem ser investigadas junto aos artesãos, nossas fontes. No quadro abaixo podemos ver de modo estruturado as principais questões de cada temática, as fontes de investigação utilizadas e as técnicas de pesquisa aplicadas.

Quadro 9 - Protocolo de Pesquisa

Cobertura temática	Questões	Fontes de investigação	Técnicas de pesquisa
Consumo	Onde os produtos são comercializados?	-Artesãos -Pontos de venda	-Entrevista semiestruturada -Observação pontos de venda -Pesquisa online de pontos de venda
	Quem compra os produtos?	-Artesãos -Perfil do Instagram dos artesãos	-Entrevista semiestruturada -Pesquisa online de pontos de venda
	Houve mudanças no perfil do público ao longo do tempo?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada
	Houveram mudanças nos canais de comercialização ao longo do tempo?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada
	Porque você acha que os consumidores escolhem os seus produtos?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada
Regulação	Existe alguma legislação que interfere no seu trabalho?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada -Pesquisa documental
	Existe algum tipo de legislação que apoia de alguma forma seu trabalho?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada -Pesquisa documental
Identidade	Como começou seu trabalho com em couro?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada
	Como é o processo de criação?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada
	Qual produto você se identifica mais?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada
Produção	Quais os tipos e quantidade de produtos fabricados de cada?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada -Observação direta na oficina
	Como é feita a produção das peças?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada -Observação direta na oficina
	Como está organizada a produção na oficina?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada -Observação direta na oficina
	Houve mudanças nos processos e maquinário ao longo do tempo?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada
Representação	O que o artesanato em couro representa para os artesãos?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada -Registro fotográfico
	Qual o produto mais representativo para o artesão?	-Artesãos	-Entrevista semiestruturada -Registro fotográfico
	Quis imagens o artesão utiliza para representar seu trabalho?	-Artesãos	-Observação

Fonte: a autora, 2020.

Após a realização dos estudos de caso, foram realizados os relatórios completos de cada caso. Esse formato de relatório

é a versão de casos múltiplos do estudo de caso único clássico. Seu relatório completo de casos múltiplos consistirá nos casos únicos, geralmente separados em capítulos ou em seções. Além desses casos, o relatório completo conterá um capítulo ou uma seção adicional cobrindo as análises entre os casos e resultados (Yin, 2015, p. 188).

Esses relatórios são compostos não apenas pelas respostas de cada artesão, mas também por imagens, observações realizadas durante as entrevistas e informações reunidas através de pesquisas na internet. Essa variedade de fontes de informação permitiu uma maior coleta de dados, possibilitando validá-los, confrontar divergências ou mesmo complementar informações (Yin, 2015). Conforme aponta Yin (2015), “a condição do ambiente imediato ou dos locais de trabalho podem indicar algo sobre a cultura da organização; igualmente, a localização ou o mobiliário do escritório de um entrevistado pode ser um indicador de sua situação na organização” (p. 118).

A organização de cada relatório individual inicia com uma caracterização mais geral do artesão e segue com a descrição do funcionamento da oficina a partir dos temas abordados no protocolo de pesquisa: *identidade, consumo, regulação, produção e regulação*.

O cruzamento de dados obtidos em cada Estudo de Caso trouxe reflexões sobre o contexto geral do artesanato em couro no Cariri. Aqui, além dos momentos do circuito da cultura, também foi feita uma reflexão dos processos de hibridismo e ressignificação que aconteceram com o artesanato em couro, utilizando dados obtidos no mapeamento que não foram incluídos no estudo de caso.

6 MAPEAMENTO – Conhecendo os mestres

O resultado do mapeamento das oficinas será apresentado neste capítulo, o qual contém a descrição de cada oficina, agrupadas por cidade e uma exposição geral do funcionamento delas. Este mapeamento contém a descrição das oficinas mapeadas que será apresentada por cidade para facilitar a visualização do leitor que não está familiarizado com o Cariri. As descrições detalhadas encontram-se nos apêndices em quadros, contendo informações sobre a produção da oficina, registros da pesquisa e a quantidade de artesãos envolvidos na confecção das peças.

6.1 Exploração Inicial

Crato

Figura 16: Localização da cidade do Crato



Fonte: A autora, 2024.

A cidade do Crato é a segunda maior da RMC com 131.050 de habitantes, segundo o Senso de 2022. Faz parte do chamado triângulo Crajubar (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha), se situa em um vale no sopé da Chapada do Araripe e é a cidade mais antiga do Cariri tendo sido fundada em 1764. O Crato é reconhecido por manifestações culturais como a banda cabaçal do Irmão Aniceto e diversos grupos de coco e maneiro pau.

Um festejo que atrai turismo para a cidade é o Festival Expocrato que acontece anualmente no Parque Pedro Felício Cavalcanti e teve a sua primeira edição em 1944 como feira agropecuária. Ao longo dos anos, o Expocrato evoluiu e se tornou um megaevento, combinando feira agropecuária, leilões de animais, gastronomia regional e grandes shows musicais. A feira de artesanato que acontece na Expocrato é um acontecimento importante para os artesãos da região que comercializam seus produtos em stands próprios ou de instituições como Sebrae e Ceart.

As primeiras oficinas foram identificadas na cidade Crato, mais precisamente na Avenida Tomaz Osterne de Alencar, um importante via que circunda a cidade e onde estão instaladas algumas das oficinas mais antigas da região Ali encontramos a Griff do Vaqueiro (fig. 17), Art Couro (fig. 18) e Juarez (fig. 19).

Figura 17 - fachada da oficina de André Cardoso, Crato



Fonte: A autora, 2024.

Figura 188 - Fachada da oficina Art Couro, Crato



Fonte: A autora, 2020.

Figura 19 - Frente da oficina de Juarez, Crato



Fonte: A autora, 2020.

A oficina de Leo e Caruá (fig. 20 e 21), que estão localizadas em ruas de menor movimentação, foram identificadas por indicação de André Cardoso. Já a oficina Chico Arte Nossa (fig. 22) foi identificada por sua localização central na cidade.

Figura 20 - Frente da oficina de Leo, Crato



Fonte: A autora, 2021.

Figura 21 - Frente da loja Caruá, Crato



Fonte: A autora, 2021.

Figura 22 - Chico Arte Nossa, Crato



Fonte: A autora, 2021.

No Crato ainda foram identificadas as lojas Matulão e Sertaneja, situadas no centro da cidade. A primeira loja revende produtos de oficina própria e também

revende artigos de outras oficinas. No início de 2020, a loja da Matulão foi revendida para uma comerciante que passou a trabalhar apenas com revenda. A Sertaneja (fig. 23) possuía oficina própria, mas encerrou suas atividades após a Pandemia do Covid-19. Adriano, mestre da oficina, é irmão de André e atualmente trabalha revendendo as sandálias de couro da região em outros estados.

Figura 23: Frente da loja da Sertaneja, Crato



Fonte: A autora, 2020.

Assaré

Figura 24 - localização da cidade de Assaré



Fonte: a autora, 2024.

Assaré é uma pequena cidade, com cerca de 23500 habitantes e fica localizada ao lado de Nova Olinda. É a cidade onde nasceu e viveu Patativa do Assaré, nome artístico do poeta Antônio Gonçalves da Silva, nome de grande relevância artística no

estado. Um de seus poemas mais famosos, "Triste Partida", foi musicado e gravado por Luiz Gonzaga em 1964.

Em conversa com Durão o mesmo informou que a cidade de Assaré teria sido um importante centro de produção de artesanato em couro, chegando a ter mais de 60 artesãos em atividade há décadas atrás. Alguns artesãos entrevistados no Crato indicaram diversos artesãos na cidade de Assaré e, por conta desta coincidência a cidade foi incluída na pesquisa, mesmo não fazendo parte da RMC. Em Assaré, foram entrevistados Pelé (fig. 25), Durão (fig. 26) e Miúdo (fig. 27).

Figura 25 - Fachada da loja Arte Couro, de Pelé, Assaré



Fonte: A autora, 2021.

Figura 26 - Interior da oficina de Durão, Assaré



Fonte: A autora, 2021.

Figura 27 - Fachada da loja de Israel, Assaré



Fonte: A autora, 2021.

Nova Olinda

Figura 28 – localização da cidade de Nova Olinda



Fonte: A autora, 2024

Nova Olinda, cidade do Cariri cearense com 15.798 habitantes, abriga a oficina e loja de Espedito Seleiro localizada no centro do município. Além disso, o município é lar do Museu do Couro, criado com apoio da Fundação Casa Grande, onde se preserva a trajetória da família Seleiro e sua contribuição para a cultura e tradição nordestina.

A sede da Fundação Casa Grande possui museu com diversas peças indígenas, o Teatro Violeta Arraes onde acontecem espetáculos e formações, uma rádio, gibiteca, parque infantil e cozinha comunitária que também serve alimentação aos turistas. A entidade tem grande impacto na dinâmica cultural da cidade realiza ações educativas nas áreas de patrimônio e arqueologia.

Em Nova Olinda foram mapeadas duas oficinas, a de Espedito Seleiro (fig. 29 e fig. 30) que, além de contar com os artesãos que trabalham na oficina do mestre conta ainda com terceirizados que realizam encomendas para Espedito em pequenas oficinas domésticas. Já a oficina de Zé Moreno (fig. 31) está localizada em uma zona rural afastada do centro, mas foi bastante citado tanto pelos artesãos do Crato como de Assaré.

Figura 29: Fachada da loja de Espedito Seleiro, Nova Olinda



Fonte: Perfil do Instagram de Espedito Seleiro, 2022.

Figura 30 - Fachada da oficina de Espedito Seleiro, Nova Olinda



Fonte: Perfil do Instagram de Espedito Seleiro, 2022

Figura 31 - Fachada da oficina de Zé Moreno, Nova Olinda



Fonte: A autora, 2021

Juazeiro do Norte

Figura 32 - Localização da cidade de Juazeiro do Norte



Fonte: A autora, 2024.

Juazeiro do Norte é um dos municípios mais importantes do Ceará, uma população de aproximadamente 303.004 habitantes (segundo o Censo de 2024), é a terceira cidade mais populosa do estado. Foi emancipado do Crato em 1911 e atualmente é um importante polo comercial e educacional do Cariri.

Apesar de possuir espaços para venda de artesanato, como o mercado municipal e o Centro Cultural Mestre Noza, a identificação de oficinas de artesanato foi desafiadora. Na primeira tentativa de identificar oficinas de artefatos em couro em Juazeiro do Norte, foram visitadas algumas lojas no Mercado Central e no seu entorno. Os lojistas informavam que os produtos comercializados ali vinham de outros estados como Paraíba e Alagoas ou de artesãos do Crato.

Uma única oficina foi identificada de modo imprevisto quando atravessava a cidade para realizar outra atividade e observei um carrinho com diversas sandálias de couro descendo a Rua São Pedro. O vendedor me passou o contato e, como não possível encontrar a oficina, realizei a entrevista via telefone e coletei algumas imagens do perfil da marca chamada Artesano no Instagram (fig. 33).

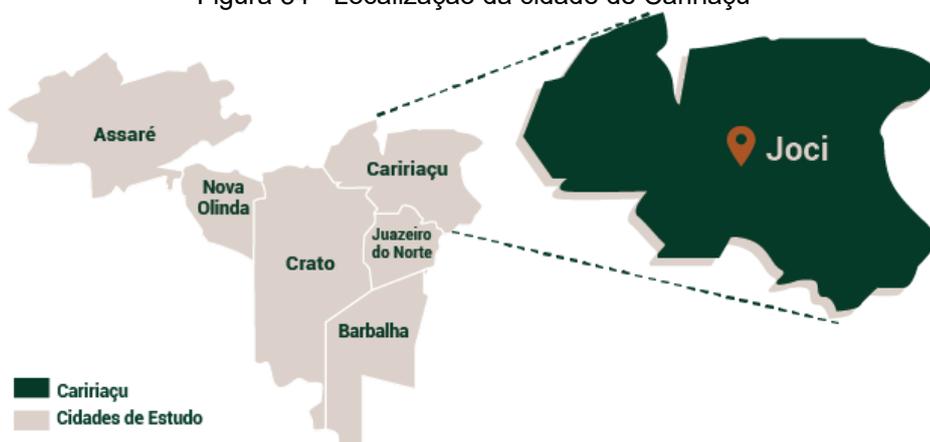
Figura 33 - Marca e card da Artesano



Fonte: Perfil do instagram da Artesano, 2022.

Caririaçu

Figura 34 - Localização da cidade de Caririaçu



Fonte: A autora, 2024.

Caririaçu é um município de cerca 27.000 habitantes localizada na Serra de São Pedro a 713 metros de altitude fazendo divisa com Crato e Juazeiro do Norte. Devido a falta de contatos na cidade, a única oficina identificada foi a de Joci (fig 35) cujo contato foi indicado através do perfil de Instagram.

Figura 35 - Fachada da oficina de Joci, Caririaçu



Fonte: A autora, 2021.

Barbalha

Figura 36 – Localização da cidade de Barbalha



Fonte: A autora, 2024.

Barbalha, localizada ao sopé da Chapada do Araripe tem cerca de 75000 habitantes e sítio histórico que atrai o turismo, principalmente durante o mês de junho, quando se comemora a festa do Pau da Bandeira que dá início aos festejos de Santo Antônio, padroeiro da cidade. A festa tem origem em 1860 e envolve o corte, transporte e hasteamento de um grande tronco de árvore, que recebe a bandeira do santo e envolve a crença de que aqueles que tocam a madeira ou bebem o chá feito de suas cascas conquistam o matrimônio. O Pau da Bandeira foi reconhecido como Patrimônio Imaterial do Brasil pelo IPHAN em 2015, destacando sua importância para a cultura nordestina.

Pela falta de indicações de outros artesãos das demais cidade, a identificação da oficina de Neto (fig 37) aconteceu a partir de uma publicação no perfil pessoal do Instagram.

Figura 37 – Fachada da oficina de Neto, Barbalha



Fonte: A autora, 2022.

Nas demais cidades do recorte, Farias Brito e Santana do Cariri, não conseguimos identificar artesãos em atividade. Em Missão Velha, chegamos a entrevistar um artesão, Espedito, em sua residência. No entanto, como o mesmo estava no momento prestando serviço em fábricas de calçados, sem produção própria, não enquadrados no recorte da pesquisa.

Figura 38 - Espedito em sua oficina improvisada no quintal de sua casa, Missão Velha



Fontes: A autora, 2021.

Após percorrer 14 oficinas em 7 dos 9 municípios do Cariri e Assaré, consideramos que os artesãos com os quais tivemos contato nos deram subsídios necessários para fazer a seleção dos casos e dar continuidade à pesquisa.

Além dos artesãos, conversamos ainda com Ivone Moraes, gestora das ações da Ceart no Cariri que indicou artesãos fora do nosso recorte espacial, mas deu informações importantes sobre o funcionamento da instituição na região. A entrevista aconteceu na modalidade online em 2020 quando estávamos sob isolamento devido a pandemia do COVID-19.

O mapeamento (fig 39) dos artesãos do couro do Cariri resultou na identificação de 14 oficinas e um total de 59 trabalhadores do artesanato em couro entre mestres, aprendizes e artesãos. Sabemos que existem ainda inúmeras pequenas oficinas chamadas de “oficinas de fundo de quintal” que realizam terceirização de serviços para outros artesãos e oficinas maiores. Essas oficinas menores não entraram no mapeamento, por compreendermos que não se relacionam diretamente com consumidores e, portanto, não nos dariam dados mais precisos dos impactos da mudança no consumo destes artefatos.

Figura 39: Localização das oficinas por cidade.



Fonte: a autora, 2024

O mapeamento permitiu, portanto, identificar oficinas em atividades dentro da RMC para selecionar os casos nas quais retornamos para aplicação do protocolo de pesquisa. As entrevistas com os artesãos e a observação das atividades nas oficinas forneceu uma série de informações acerca de características do artesanato em couro do Cariri, as quais apresentamos a seguir.

6.2 Descrição Geral das Oficinas

As oficinas representaram o ponto de partida para a realização da pesquisa, com artesãos e mestres sempre receptivos e disponíveis para conversas. Cada oficina é identificada por um nome fantasia, como ilustrado (fig. 40), ou pelo nome do próprio mestre. Em grande parte das oficinas visitadas, a produção compartilhava espaço com a comercialização, geralmente localizada logo na entrada.

Figura 40 - Fachada da oficina de Joci em Caririçu e Ponto do Vaqueiro, em Barbalha.



Fonte: A autora, 2024.

Para Sennet (2009), a oficina “é a casa do artífice” (2019, p. 986), no sentido de moradia, mas também porque muitas vezes é na própria casa que o artesão inicia sua carreira no artesanato, nas chamadas oficinas de fundo de quintal. Alguns permanecem nessa estrutura a vida toda ou experimentam desmembrar o trabalho da dinâmica do lar quando precisam admitir novos artesãos e quando o espaço fica pequeno para a demanda que vai aumentando. A abertura de uma oficina fora do

espaço domiciliar também acontece pela necessidade de estruturar um espaço mais adequado de comercialização.

Seja quantos forem os artesãos que ocupem estes espaços de produção e comercialização, o funcionamento nas oficinas sempre obedece a uma liderança, o mestre, que além de se encarregar da produção também realiza contato com lojas, fornecedores e consumidores e que detém os meios de produção disponíveis. Essa relação, segundo Sennet (2009), não é apenas relacionada à organização do trabalho, mas também com a legitimidade do conhecimento atrelado à figura do mestre, também responsável pela formação dos demais envolvidos na produção.

Esse processo, onde um artesão abre sua própria oficina após ser ensinado por outro mestre, resulta em ações de colaboração entre eles, as quais são chamadas de parceria. No Crato, isto é bastante evidente a exemplo de Leo e Daniel (Caruá), que trabalharam na oficina de André antes de abrirem seus espaços próprios de trabalho. A parceria também acontece entre artesãos de cidades diferentes, pois tanto vimos peças da Caruá para venda na loja de Durão em Assaré, como peças de artesãos dessa cidade são vendidas na loja de André no Crato. Quando surge uma encomenda que as oficinas não conseguem suprir, outros artesãos também são acionados para realizar a produção.

Nas oficinas observadas, os artefatos eram confeccionados seguindo a lógica de linha de produção, onde os artesãos são divididos em estações de trabalho que correspondem a etapas de produção das peças, segundo suas habilidades. Na figura 41, podemos ver a oficina de André, onde as mesas delimitam o tipo de etapa realizada ali seguindo a sequência de produção. A disponibilidade de espaço permite, neste caso, haver bastante circulação no ambiente, mas a lógica de organização dos processos foi percebida também em oficinas menores, como a de Zé Moreno (fig. 41).

Figura 41 - Estação de trabalho na oficina de André.



Fonte: A autora, 2024.

Figura 42 - Área de costura na oficina de Zé Moreno

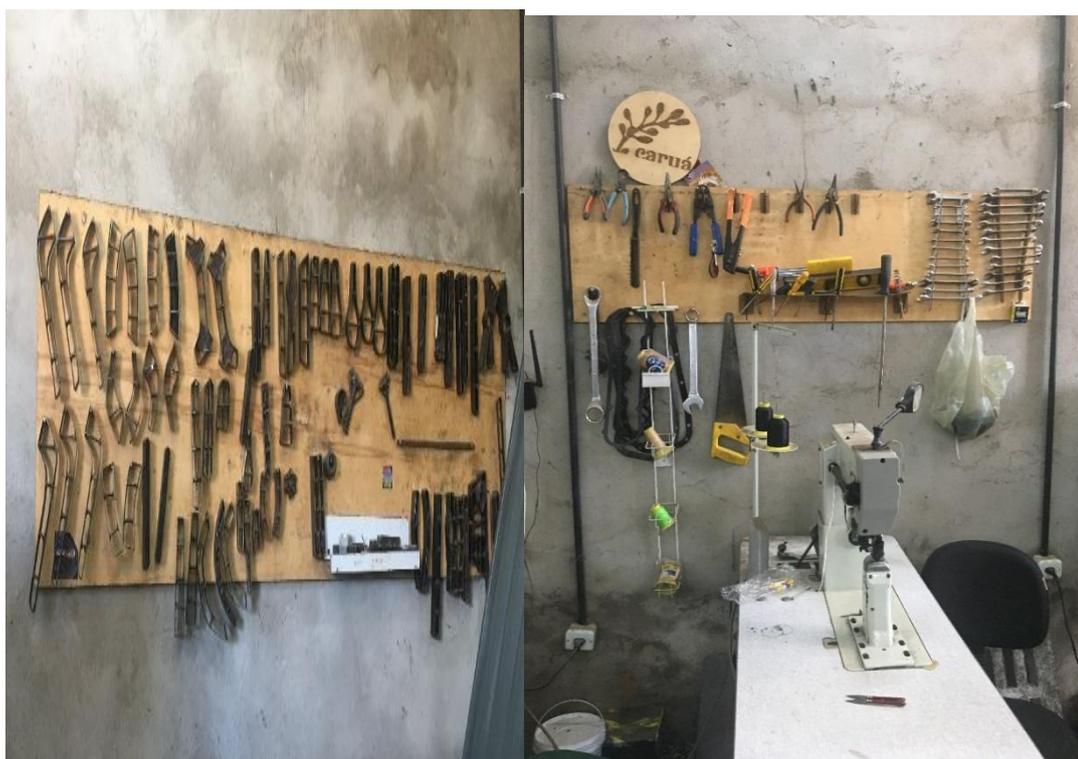


Fonte: A autora, 2024.

Os aprendizes, geralmente mais jovens, são chamados “apalazadores”²², dedicando-se somente à confecção de peças mais simples do produto final, como corte, colagem e costura do couro. Apenas com um grau de experiência maior, eles vão aprendendo outras etapas da produção até dominarem todas as técnicas e conseguirem confeccionar os produtos por completo.

Em geral as oficinas apresentaram também equipamentos, insumos e ferramentas de modo bastante organizados (fig. 43), com setores específicos para cada parte da produção: corte, preparação (aplicação de cola para união das partes antes de costurar), costura, montagem (quando se fixa o cabedal ao solado) e armazenamento. Deste modo, os produtos saem das oficinas e são comercializados com identificação da oficina e não dos artesãos que participaram na confecção. Os materiais também eram organizados por categorias: couro, solados, colas e componentes pequenos como fivelas, rebites, enfeites etc.

Figura 43 - Organização das facas de cortes e ferramentas na oficina Caruá.



Fonte: A autora, 2021.

Uma característica em particular é a variação tecnológica aplicada nos processos. Encontramos desde oficinas cujo equipamento mais elaborado é uma máquina de costura a motor a oficinas que incorporaram o corte a laser, como a Caruá.

²² Expressão apresentada por Durão em Assaré.

A presença da tecnologia na oficina identificada permitiu a exploração dos artesãos em outros tipos de mercados e produtos o que foi essencial em período de pandemia, quando a comercialização de acessórios em couro caiu a níveis preocupantes.

Também foi observada durante a realização de visitas às 14 oficinas a questão de gênero nas atividades de produção de artefatos artesanais de couro. Foram identificadas duas artesãs envolvidas no processo de fabricação das peças, porém exclusivamente em tarefas de costura e sem participação na dinâmica interna da oficina. Observou-se que a maioria dos profissionais dedicados ao trabalho com couro são homens.

A confecção de itens de couro, tradicional na região, muitas vezes esteve associada a atividades economicamente masculinizadas, como o trabalho rural, a criação de animais e o comércio de produtos como selas e arreios. Esses contextos históricos podem ter consolidado a percepção de que o couro é uma matéria-prima mais ligada ao universo masculino.

Além disso, padrões culturais e de gênero podem ter limitado o acesso das mulheres a esse tipo de trabalho, canalizando-as para funções mais específicas dentro da produção, como a costura, em vez de participarem da dinâmica total dentro das oficinas.

6.2.1 Segmentação

Conforme apontado na metodologia, foi necessário construir uma classificação da produção realizadas nas oficinas de acordo com o tipo de produto confeccionado. Dessa forma, os chamados segmentos identificados foram: *selaria*, *acessórios* e *diversificada*. Vale salientar que essa segmentação foi desenhada para fins da pesquisa e não são utilizadas pelos próprios artesãos dessa forma. A inclusão da produção em determinado segmento considera aqueles produtos que são feitos corriqueiramente naquela oficina, excluindo encomendas pontuais de peças fora do cotidiano.

6.2.1.1 Selaria

As oficinas que trabalham com produtos das atividades de pastoreio ou demais atividades que se valem do uso de animais foram denominadas de selarias. Deste modo, são confeccionadas peças como selas, gibões, perneiras, botas, bornais, chicotes entre outros. São produtos que, apesar da mecanização do trabalho com o gado e da inserção de novos meios de transporte no campo, ainda encontram demanda no mercado local. Segundo os artesãos que produzem para este segmento, além de alguns vaqueiros, seus consumidores são homens que correm vaquejada, “esporte” ainda recorrente no interior do Ceará, e pessoas que possuem cavalos em fazendas e sítios. Estes podem ser vistos em festejos como o Pau da Bandeira de Barbalha e Festival Expocrato, na cidade do Crato.

Esse tipo de produto exige um conhecimento técnico muito específico, dada a complexidade do mesmo. Segundo o artesão Neto, da oficina Ponto do Vaqueiro, na Cidade de Barbalha, a fabricação de uma sela completa pode chegar a utilizar até 50 componentes distintos. Neste segmento, os artesãos que identificamos em sua maioria aprenderam o ofício com o pai e atualmente o produto mais confeccionado é a sela. Além da própria habilidade do artesão, foi visto nestas oficinas o uso de máquinas de costura mais antigas e outras ferramentas manuais mais simples (fig. 44), como facas, vazadores, marcadores e chifre de veado. É também um tipo de produto que demanda inclusão de peças fabricadas em outras tipologias e técnicas, como o suporte de madeira que dá estrutura à sela (fig. 45).

Figura 44 - Máquina e ferramentas na oficina Ponto do Vaqueiro, em Barbalha



Fonte: a autora, 2021.

Figura 45 - estrutura de sela na oficina de Zé Moreno, em Nova Olinda



Fonte: A autora, 2024.

6.2.1.2 Acessórios

No segmento de acessórios, foram identificadas a maior quantidade de oficinas, tendo prevalência a produção de sandálias. O volume no número de oficinas que confeccionam esses produtos se justifica pela possibilidade de atendimento de um público consumidor maior: homens, mulheres e crianças de diferentes faixas etárias. Ao segmento de acessórios soma-se ainda outros produtos como bolsas, carteiras e mochilas, em sua maioria focado no público feminino.

A maior parte dos artesãos que produzem dentro do segmento de acessórios são mais jovens e aprenderam o artesanato fora do núcleo familiar. Os produtos observados na maioria das oficinas identificadas foram calçados, sandálias e bolsas, ou seja, acessórios. Outro elemento próprio da produção de acessórios trata sobre o uso da marca, onde encontramos duas possibilidades: a comercialização com marca própria ou, quando se trata de encomenda, é possível a aplicação da marca de terceiros. Neste último caso, existe ainda a possibilidade de haver criações exclusivas de quem solicitou a encomenda.

Figura 46 - componentes de sandálias e produto final da oficina Art Couro em Crato



Fonte: A autora, 2024.

6.2.1.3 Diversificada

A terceira segmentação encontrada foi aquela que denominamos diversificada, dada a justaposição de produtos, que vai desde selaria e acessórios a artefatos, como mobiliário (mesas, cadeiras etc.). Nesse tipo de oficina, é necessário ter uma estrutura maior e mais complexa que permita o manuseio de produtos distintos e com maiores dimensões.

Além disso, para a confecção de diversos artefatos neste segmento, é necessário realizar parcerias com outras oficinas que executam peças diferentes daquelas utilizadas no artesanato em couro. Um exemplo é o mobiliário (fig. 47), que necessita que a estrutura de madeira seja fabricada em marcenarias para então receber as peças produzidas em couro na oficina.

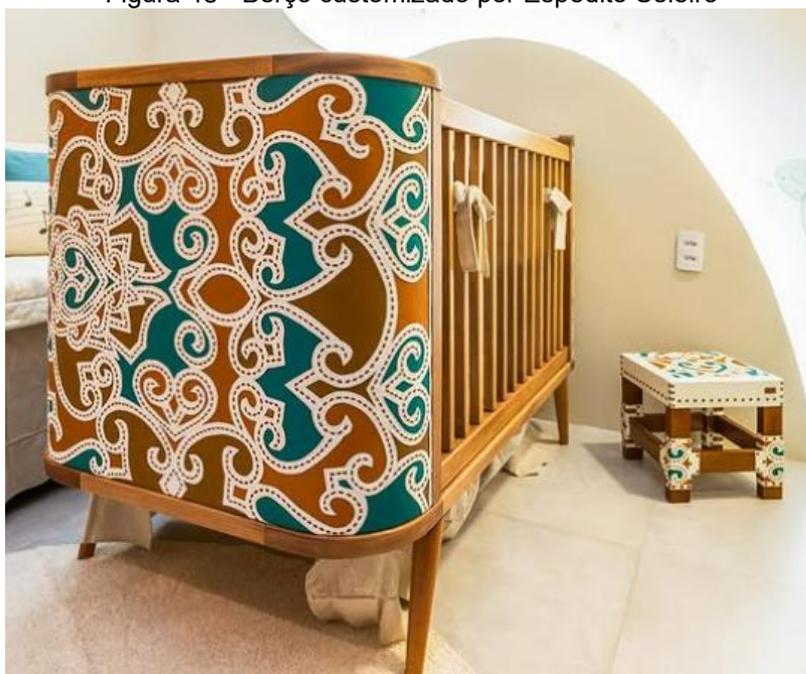
Figura 47 - Cadeira feita por André Cardoso e banco fabricado por Espedito Seleiro



Fonte: Instagram André Cardoso e Instagram Espedito Seleiro, 2024.

Um dos motivos que levam os artesãos das oficinas dentro desse segmento a confeccionarem produtos tão diversos é a disponibilidade dos mestres em aceitarem encomendas que vão além do trabalhado no cotidiano. O Mestre Espedito é um exemplo claro desta postura, pois muitos dos produtos que confecciona são encomendas de clientes que solicitam restauração ou customização de peças pessoais ao artesão (fig. 48).

Figura 48 - Berço customizado por Espedito Seleiro



Fonte: Instagram Espedito Seleiro, 2024

Figura 499 - Banco e capelinha em exposição Capelinha exposta no museu Nacional de Brasília 2022



Fonte: Instagram de Espedito Seleiro, 2024.

6.2.2 Agentes envolvidos

Durante o mapeamento e a realização dos estudos de caso, foram identificados o que o Circuito da Cultura denomina de agentes culturais. São pessoas, instituições governamentais e não governamentais que desenvolvem ações que impactam no desenvolvimento de determinado fenômeno cultural.

Uma vez que estes agentes surgiram nas entrevistas junto aos artesãos, também foram realizadas pesquisas bibliográficas, em sites e perfis do Instagram para complementar informações acerca deles. A identificação dos agentes envolvidos de diferentes modos na produção do artesanato em couro do Cariri se deu a partir das entrevistas com os artesãos e das pesquisas bibliográfica e documental realizadas. Apesar de reconhecer a existência de outros agentes além dos apontados abaixo, na escolha desses agentes atuando nos diferentes níveis do Circuito da Cultura privilegiamos aqueles mais diretamente vinculados à relação produção–consumo do artesanato em couro do Cariri, pela natureza dos objetivos a serem alcançados.

6.2.2.1 Agentes governamentais

O reconhecimento da importância dos mestres no Ceará é materializado no título concedido pelo Governo do Estado para diplomar os chamados Tesouros Vivos da Cultura do Estado do Ceará.

A iniciativa é parte da política cultural da Secretaria da Cultura do Estado do Ceará (Secult-CE) voltada ao patrimônio imaterial, que visa contribuir para o reconhecimento, a proteção e a valorização da diversidade dos conhecimentos, fazeres e expressões das culturas populares e tradicionais no Ceará, por meio da titulação dos “Tesouros Vivos da Cultura”, com vistas à preservação da memória cultural e transmissão de seus saberes e fazeres artísticos e culturais. Os Mestres da Cultura do Ceará são reconhecidos pelas leis 13.351/2003 e 13.842/2006 que instituem o registro dos Tesouros Vivos da cultura tradicional popular. Por meio de seleção pública, os mestres agraciados passam a receber um auxílio financeiro vitalício, e os grupos tradicionais recebem apoios para suas atividades (Ceará, 2024).

O diploma é conferido às mais diferentes manifestações da cultura do estado, incluindo artesãos do couro e requer ter comprovada a participação em atividades culturais há mais de vinte anos. Somente alguns mestres do couro do Cariri possuem essa titulação oficializada, o que não impede a existência de homens que atuem como mestres em todas as oficinas. Como contrapartida, os mestres diplomados devem realizar ações formativas dentro da tipologia que trabalham. Abaixo (fig. 50) é possível ver o Mestre Espedito Seleiro ministrando uma oficina com crianças na escola Ana Ferreira, em Nova Olinda.

Figura 50 - Espedito Seleiro ministrando oficina para crianças em Nova Olinda



Fonte: Instagram Espedito Seleiro, 2024.

Adélia Borges aponta que o “número de organizações governamentais e da sociedade civil com programas de requalificação do artesanato brasileiro cresceu exponencialmente nas últimas décadas” (2011, p. 179). Embora a autora reconheça que esse crescimento não é linear, ela aponta programas robustos de apoio ao artesanato brasileiro desde o final da década de 1990, constituindo importantes agentes de formação e promoção do artesanato.

A nível Federal, uma legislação que recai sobre os artesãos no Brasil, bem como no Cariri, é estabelecida através da Lei nº 13.180, sancionada em 22 de outubro de 2015, que regulamenta a profissão de artesão (Brasil, 2015). Essa lei estabelece diretrizes para as políticas públicas de fomento à atividade artesanal, a exemplo da carteirinha de artesão, que permite o acesso a feiras, e isenção de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) na venda de seus produtos. Durante algumas entrevistas, pudemos identificar que os artesãos de fato se beneficiam destas políticas, principalmente no que diz respeito a facilidade de emissão de nota fiscal por conta do isenção do ICMS.

A nível estadual, a CeArt, criada em 1979, é o agente de maior impacto na melhoria da qualidade de produção e no comércio de artesanato. Além das ações de formação, a CeArt realiza ainda a comercialização desses produtos em suas cinco lojas físicas – sendo quatro em Fortaleza e uma em Juazeiro do Norte (fig. 51), na loja virtual e das feiras que promove no estado.

Figura 51 - Loja CeArt em Juazeiro do Norte



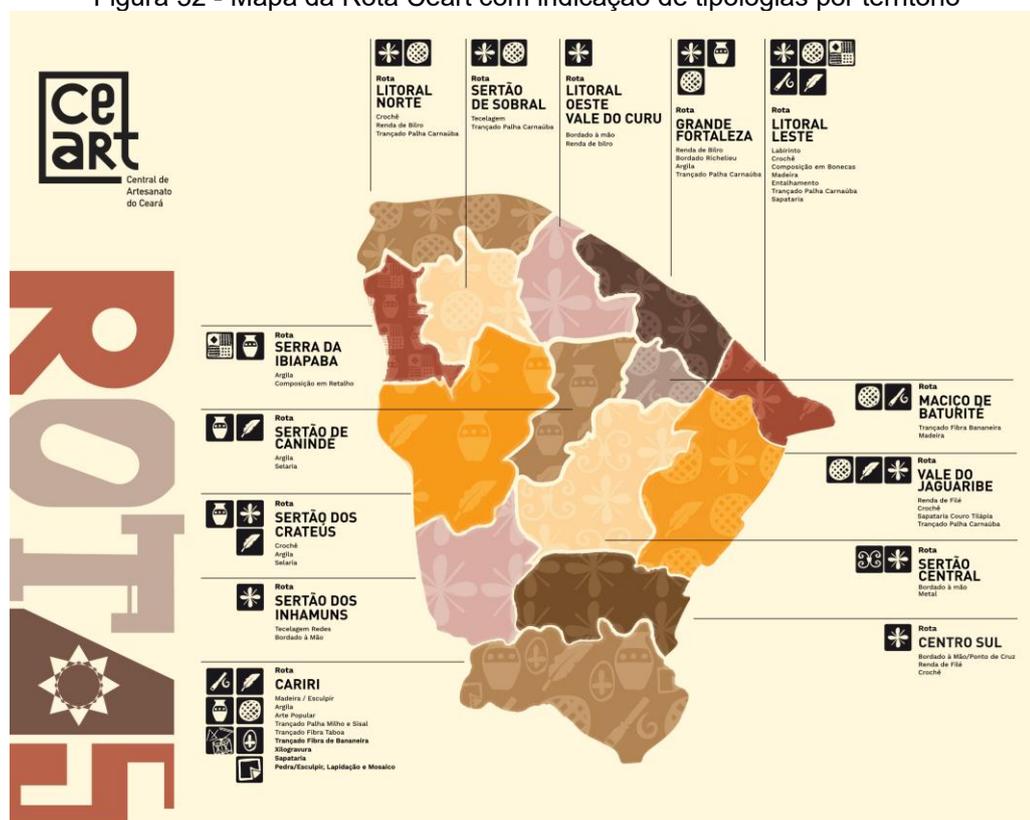
Fonte: CeArt, 2023.

As ações em torno do consumo são aquelas que mais impactam os artesãos do couro. Espedito Seleiro e André Cardoso, por exemplo, compõem a Rota Cariri que:

São rotas turísticas artesanais com artesãos cadastrados e certificados pela CeArt, com habilidades que seguem e valorizam a tradição cultural das comunidades onde vivem. As Rotas CeArt te convidam a descobrir o Ceará por um novo ângulo, a partir da produção dos produtos artesanais que tanto encantam moradores e turistas, além da história, paisagens e costumes desses locais. Os visitantes poderão assistir a esse fazer artesanal e adquirir os produtos diretamente dos artesãos. Nosso objetivo é enriquecer a experiência turística do Estado, valorizando e mantendo viva as tradições (CeArt, site 2024).

Além da Rota Cariri (fig. 52), existe ainda a Litoral Leste e Grande Fortaleza, nas quais a entidade promove a divulgação de artesãos, estimulando o consumo de seus produtos nas próprias oficinas. Como Espedito e André são integrantes desta Rota, os outros artesãos do couro acabam se beneficiando. Através da colaboração, esses artesãos são convocados para produzir quando surgem demandas que excedem a capacidade das oficinas que receberam as encomendas oficialmente.

Figura 52 - Mapa da Rota Ceart com indicação de tipologias por território



Fonte: Ceart, 2024.

6.2.2.2 Designers

No Brasil, os designers começaram a trabalhar em diversos modelos de parcerias com artesãos a partir dos anos 1990. Por meio de diferentes modelos de atuação, como projetos acadêmicos, associações sem fins lucrativos e profissionais autônomos, a aproximação entre design e artesanato se estabeleceu com a criação de soluções inovadoras com impactos sociais, ambientais e econômicos.

No Cariri, a CeArt é uma das pontes para que ocorram processos de inovação no artesanato em couro por meio da colaboração com designers. Para Du Gay “Designers são diferentes de artistas porque seu principal propósito é tornar os artefatos atraentes para que eles vendam” (2013, p. 56) resultando em impacto na produção, no consumo e também na construção de novos significados dos artefatos feitos na região.

No processo de criação de novas peças junto aos designers, os artesãos aprendem novas técnicas, utilizam materiais diferentes e acabam por encontrar soluções diferentes para produtos rotineiros. Na parceria com a Farm, em 2015, (fig. 53), por exemplo, Espedito adaptou a sandália Maria Bonita, utilizando como fecho uma tira de couro e o solado mais elevado. Esse tipo de solução, apesar de aparentemente simples, acaba sendo incorporado no repertório dos artesãos, impactando em projetos futuros.

Figura 53 - Imagem do catálogo e sandálias resultado da parceria Farm e Espedito Seleiro



Fonte: Farm, 2021.

Outro exemplo do impacto dos designers na produção local pode ser vista na participação da marca Caruá, no programa Mandando Bem²³ da Rede Globo, apresentado por Luciano Huck em 2019. Designers da equipe criativa de uma grande marca brasileira desenvolveram uma coleção para a marca, resultando em produtos que são vendidos até hoje. No programa, as designers também falaram sobre diferenciação dos produtos, identificação de custo e padronização, conhecimentos que Daniel e Emanuel continuam empregando em seu trabalho.

Ao inserir os artefatos em couro para passarelas e no mercado de moda, os designers atuam estimulando o consumo do artesanato dada a visibilidade que estes novos espaços de circulação possuem. Por outro lado, ao incorporarem elementos do artesanato em suas coleções, os designers tornam seus artefatos mais significativos pelos valores culturais e históricos que carregam, valorizando o trabalho dos artesãos e fortalecendo a identidade cultural dos produtos.

6.2.2.3 Canais de Comercialização de Artesanato

Espaços de comercialização e representantes comerciais, muitas vezes artesãos dedicados à venda de artefatos em couro em outras cidades e estados, também podem ser identificados como agentes que promovem a cultura do artesanato em couro. Eles desempenham um papel crucial na exposição, comercialização e divulgação do trabalho dos artesãos mesmo em épocas que habitualmente costumam ter menor consumo destes produtos.

Um exemplo é a Loja do Bem (fig. 54), uma iniciativa do Shopping Iguatemi em Fortaleza que, desde 2015, disponibiliza um espaço em seu centro comercial para promover e comercializar artesanato de todo o estado do Ceará.

A Loja do Bem nasceu para ajudar e fazer a diferença na vida das pessoas. Tudo começou no final do ano de 2015, quando a vontade de fazer o bem conquistou um espaço no Iguatemi Bosque e no coração dos seus clientes.

Com o shopping como vitrine, o trabalho dos artesãos ganhou mais visibilidade e centenas de famílias recuperaram sua principal fonte de

²³ O quadro "Mandando Bem" fazia parte do programa "Caldeirão do Huck", apresentado por Luciano Huck. Ele tinha como objetivo ajudar pequenos empreendedores a impulsionar seus negócios. Durante o quadro, os participantes recebiam consultoria especializada, treinamento e suporte financeiro para melhorar suas empresas.

renda. Uma importante contribuição para a preservação da nossa cultura.

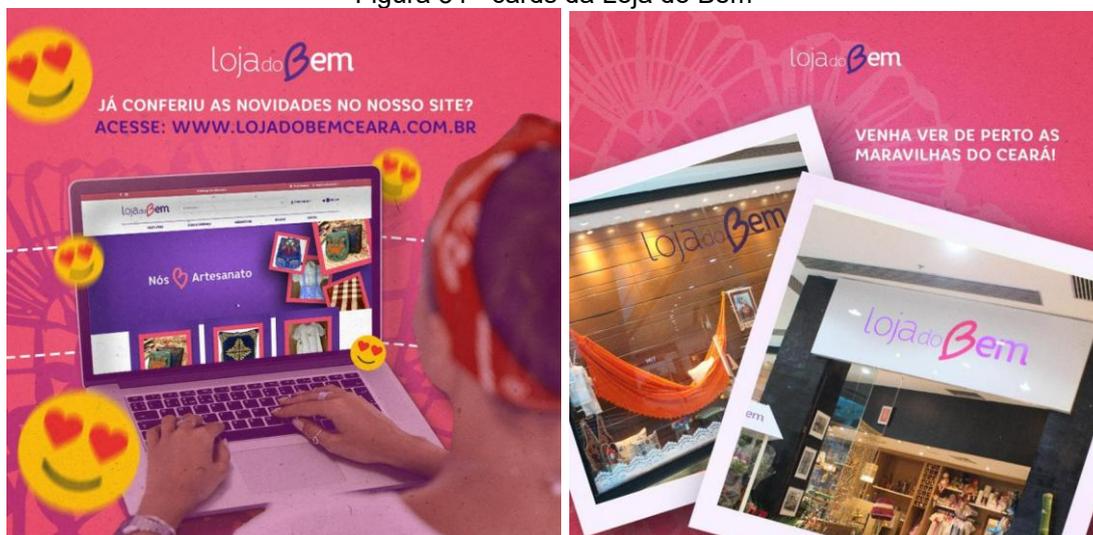
A Loja do Bem é um instituto sem fins lucrativos que, ao longo dos anos, tem sido incansável em divulgar o artesanato do Ceará. Hoje, a iniciativa apoia milhares de famílias e possibilita a cada artista tirar o sustento do trabalho. Um projeto que atinge 48 municípios, contemplando mais de 800 artesãos em todo o estado. (Loja do Bem, 2024, site).

Além de inserir o artesanato cearense de diversas tipologias em um local de venda com visibilidade privilegiada, a Loja do Bem contempla também os artesãos do couro do Cariri. André Cardoso e Espedito Seleiro, desse modo, são contemplados por terem produtos comercializados nesse espaço.

Outro espaço de comercialização que tem sido utilizado por alguns artesãos, como a Caroá, são os *Marketplaces*, tais como Olist e Mercado Livre. Uma vantagem nesse tipo de canal é a possibilidade de disponibilizar os produtos confeccionados localmente para consumo nacional.

Seja virtual ou presencialmente, realizado por grandes instituições ou por pequenos distribuidores, esses agentes tem um grande impacto no aumento da visibilidade dos artesãos do couro para além da região do Cariri. Essa ampliação dos canais de comercialização é importante, pois garante a demanda ao longo do ano, já que o artesanato do Cariri tem maior demanda em períodos de festividades, movimentação turística e quando há encomendas de um número alto de peças. Eles também alcançam espaços que, individualmente, os artesãos não poderiam manter, seja por não conseguirem administrar à distância ou pelo próprio custo para tanto.

Figura 54 - cards da Loja do Bem



Fonte: Perfil do instagram da Loja do Bem, 2023.

7 ESTUDO DE CASOS

Este capítulo apresenta as descrições e as análises de cada estudo de caso realizados: Zé Moreno, André Cardoso e Chico Arte Nossa. Estes artesãos representam dois aspectos das oficinas onde foram verificadas maiores distinções: a variedade de produtos confeccionados e o nível de mudanças inseridas principalmente na oficina. A ordem de apresentação dos relatórios segue da oficina com menos mudanças implementadas para aquela que mais passou por transformações, considerando os momentos do circuito da cultura.

Na análise de cada caso, determinados momentos do Circuito da Cultura foram tratados simultaneamente e de modos distintos. Além disso, os elementos de consumo, produção, identidade, regulação e representação foram apresentados individualmente no referencial teórico, para fins de melhor compreensão do leitor; no entanto, na prática eles estão interligados.

Ainda persiste uma assimetria no volume de informações apresentadas em cada caso estudado. Essa diferença está relacionada à quantidade de dados disponíveis em outras fontes, como a internet, à receptividade dos artesãos em abrir suas oficinas e às características individuais dos próprios sujeitos, que podem ter maior ou menor facilidade em descrever o próprio trabalho.

Outras fontes de informações foram utilizadas também, como o perfil do instagram dos artesãos e o site da Marca X, que comercializa os produtos da oficina Chico Arte Nossa. Além disso, fizemos uma entrevista com Ivone Moraes²⁴, que falou um pouco do trabalho da CeArt no Cariri com o artesanato de diversas tipologias.

Após a apresentação dos três relatórios, foi feito o cruzamento de informações, buscando trazer reflexões acerca dos processos de resignificação e hibridismo que ocorreram no artesanato em couro do Cariri ao longo do tempo. Este cruzamento se pauta ainda nos momentos do Circuito da Cultura, traçando um panorama atual dos caminhos trilhados pelos artesãos.

Por último, um esclarecimento sobre o recorte temporal da pesquisa. As entrevistas foram realizadas entre 2021 e 2022. No final de 2024, durante o período

²⁴ Ivone Bezerra de Moraes é técnica de atendimento na CeArt no Cariri, fazendo a gestão das atividades realizadas pela instituição junto aos artesãos da região.

final de escrita, foi necessário retornar às oficinas de Zé Moreno, André Cardoso e Chico Arte Nossa para a coleta das assinaturas do termo de consentimento de pesquisa. Nesse retorno, diversas mudanças ocorridas ao longo do período foram identificadas e serão apresentadas como atualizações na pesquisa após cada relatório.

7.1 Zé Moreno – Entre o gado e o couro

7.1.1 Descrição do Caso Zé Moreno

Quem sabe a secura, a caatinga em seu esplendor, o chão esturricado, remetam à travessia dos rebanhos que eram levados para o Piauí. Nessas viagens, foram criadas fazendas, que depois se transformaram em vilas e cidades. E o vaqueiro foi sempre o homem livre (não poderia ser de outra forma), encourado, sob o sol, enfrentando o mormaço, personagem de narrativas orais, dos folhetos de cordel, e do romance regional, trotando, altivo, ao som de chocalhos, e dos mugidos, e aboiando, ao final da tarde, neste grande sertão, que está dentro de nós (Gilmar de Carvalho, 2005).

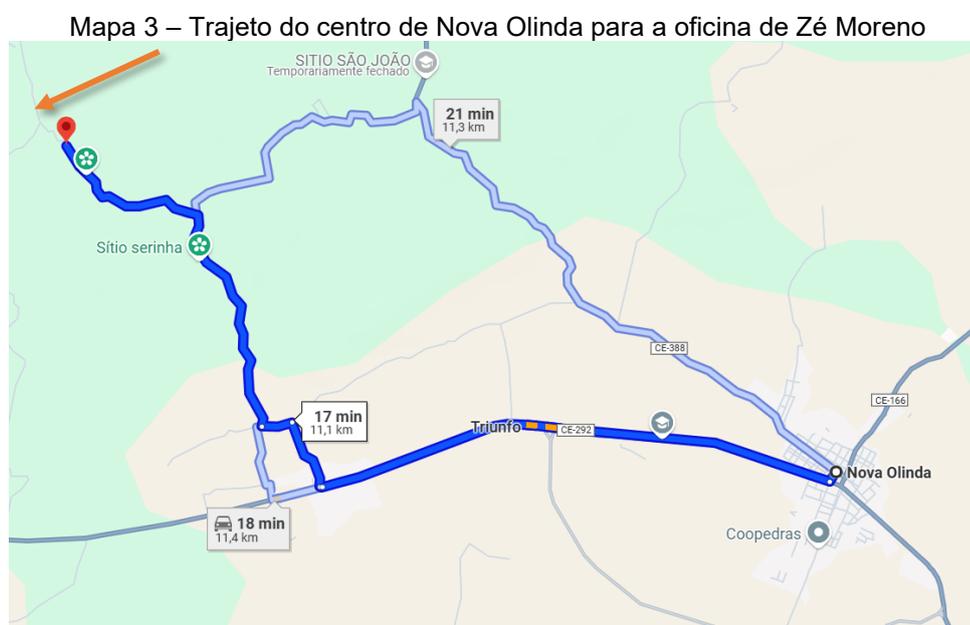
A escolha por iniciar a apresentação dos relatórios da pesquisa por Zé Moreno se dá por compreender que, dentro do universo de pesquisa, ele representa aquele artesanato em couro que compreendemos por tradicional. Por tradição aqui podemos apontar a descrição de Gilmar de Carvalho, o qual afirma que “é esse lastro comum de experiências (e vivências) de determinados homens em um determinado tempo e lugar” (Carvalho, 2005, p. 5).

Durante a pesquisa, foram realizadas três visitas à oficina de Zé Moreno: no mapeamento, em 24 de julho de 2021; após a seleção das unidades de análise para o estudo de caso, onde foi realizada a entrevista gravada, em 10 de novembro de 2022; e, por fim, em 20 de novembro de 2024. O objetivo desta última visita foi o de coletar sua assinatura no termo de consentimento, tirar algumas dúvidas não sanadas nos contatos anteriores e verificar possíveis transformações que porventura tenham ocorrido. Além disso, o contato com o artesão se manteve pelo WhatsApp, canal que permitia a troca de informações pontuais como datas e nomes.

José Lopes Diniz, conhecido como Zé Moreno, aprendeu o artesanato em couro ainda criança com seu pai, que faleceu em 2016, aos 81 anos de idade. Segundo conta, o pai permaneceu em atividade até quinze dias antes de seu falecimento, quando veio a adoecer. O legado da família hoje tem continuidade graças

ao trabalho dos dois filhos do artesão: Jocilânio e José Filho, os quais estavam presentes na oficina em todas as ocasiões registradas na pesquisa.

Em pequenas cidades e/ou distritos aqui no Cariri, a pesquisa no Google Maps e outras ferramentas digitais, que são facilmente utilizadas em cidades de maior porte, tornam-se menos eficazes. Para chegar à oficina de Zé Moreno, na zona rural da cidade de Nova Olinda (mapa 3), foi necessário recorrer às pessoas nas ruas, que descreviam o percurso onde estaria a casa do artesão. Depois de passar por posto de fiscalização eletrônica, “baixas”, ladeiras e recalculando algumas vezes a rota, finalmente a oficina foi localizada.



Fonte – Google Maps.

A oficina de Zé Moreno é um espaço de dois cômodos e fica ao lado de sua casa onde vive com a mulher e os dois filhos. Na primeira sala está uma mesa grande onde realiza boa parte do trabalho (fig. 55). Do outro lado desta sala encontra-se uma espécie de varal (fig. 56), onde alguns couros e peças prontas estão penduradas. Nas paredes, ferramentas e moldes (fig. 57) ficam disponíveis com fácil acesso, assim como algumas peças prontas que aguardam a entrega. Na sala seguinte, mais couros estendidos e as máquinas de costura, que são os equipamentos mais complexos vistos ali. Além disso, apenas estiletos, alguns marcadores/vazadores, chifres de veado e suas habilidosas mãos que transformam o couro em produtos utilitários.

Figura 55: Espaço da bancada da oficina



Figura 56: couros pendurados



Figura 57: Zé Moreno e a parede com insumos



Fonte: Samanta Sales, 2022.

7.1.2 Análise do Caso



7.1.2.1 Identidade e representação

Seu trabalho, na terra, com o gado e também com o artesanato, tem ainda um forte componente familiar, já que o ofício vem desde seu avô e tem continuidade com seus próprios filhos, os quais participam ativamente ao lado do pai nas atividades. Ferramentas e moldes (figura 58) que herdou do pai, assim como o conhecimento sobre o processo de beneficiamento do couro, são provas de que ele se reconhece como um elo que conecta o passado da família e sua atuação nos dias de hoje.

Figura 58 - Moldes de Zé Moreno herdados do pai



Fonte: Constance Pinheiro, 2024.

O artesanato em couro está na família desde o seu avô e é uma herança que envolve também a vida em seu sítio, o cuidado com gado e com a terra. Justamente por estarem tão entrelaçados, foi possível perceber, nas entrevistas a Zé Moreno, que sua identidade transitava entre ser agricultor e artesão. Isso dependia de qual trabalho lhe tomava mais tempo naquele momento: a lida no campo ou o trabalho com o couro. Em certa altura, foi necessário remarcar uma entrevista, porque o artesão precisou viajar para prestar serviços em fazendas vizinhas; já em outro momento, estava com os dois filhos na oficina pra dar conta das encomendas de artesanato.

Para a família, o trabalho no campo e o artesanato são indissociáveis, como é possível constatar nas palavras de seu filho:

É desafiador. Estudo Agronomia no Crato e só posso ajudar nos fins de semana e feriados. Mas é importante manter a tradição da família. Com certeza [quero passar o trabalho em couro pros meus filhos]. Não podemos deixar essa tradição morrer. Quero ensinar meus filhos e sobrinhos para continuar esse legado (José Filho, 2024)²⁵.

Segundo Woodward, “uma forma pelas quais as identidades estabelecem suas reivindicações é por meio do apelo a antecedentes históricos” (2014, p. 11). Tanto pai quanto filho recorrem à questão familiar, quando questionados sobre o trabalho com couro. A escolha do filho pela agronomia demonstra que não apenas o artesanato é coisa de família, mas também o trabalho com a terra, reforçando que a identidade está atrelada também a uma questão de pertencimento, à história da família e aos modos de vida do território onde vivem.

Bauman (2004) afirma que a identidade e toda a elaboração sobre ela só existem porque estamos diante de múltiplas possibilidades de identidades. O próprio Zé Moreno compreende que sua identidade transita entre agricultor e artesão, a partir do trabalho que mais lhe toma tempo naquele momento. Seu filho, ao resolver cursar agronomia, aponta também que existem elementos de sua identidade que se referem ao contexto familiar, mas, diferente de seus antepassados, também aponta a possibilidade de educação formal para constituí-lo.

Para comunicar a identidade do próprio artesão e acerca também dos produtos desenvolvidos em sua oficina, são escolhidas, além de palavras, imagens que remetem ao território, à família e ao estilo de vida rural. Assim, “conceitos e imagens são acionadas num sentido de buscar uma representação de quem se é” (Hall, 2016).

²⁵ José Filho, informação verbal. Entrevista concedida em novembro de 2024.

No caso de Zé Moreno, além de sua fala na entrevista, seu perfil no Instagram é repleto de imagens de objetos de selaria (fig. 59) e, para reforçar, a imagem com seu filho vestidos com indumentária de vaqueiros.

Figura 59 – Zé Moreno e José Filho vestidos com terno de couro.



Fonte: Perfil do Instagram de Zé Moreno, 2022.

Selecionar as imagens que serão publicadas em seu perfil no Instagram é também escolher aquilo que o artesão considera representativo de si e de seu trabalho. Para Hall (2016):

Representação é parte essencial do processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre membros da mesma cultura. Representar envolve o uso de linguagem, signos e imagens que significam ou representam objetos (p. 31).

Apesar de não haver muita explicação textual sobre os artefatos, as imagens deixam claro que se trata de um artesanato conectado com sua origem rural. Há imagens de outros produtos no perfil como bolsas, bancos e carteiras, mas a sela (fig.60), artefato preferido de Zé Moreno, está sempre presente assim como o próprio artesão que personifica seu trabalho.

Figura 60 - Imagens do perfil do instagram de Zé Moreno



Fonte: Perfil do instagram de Zé Moreno.

7.1.2.2 Consumo

No início de sua atividade como artesão do couro, as peças de Zé Moreno eram voltadas ao público de vaqueiros. O trabalho em paralelo como agricultor, a vida no sítio afastada do centro urbano de Nova Olinda, constituía um ambiente propício para se focar nesse tipo de produção. Da sela ao terno, ele tanto consumia estes artefatos, quanto vendia para a população local e as cidades vizinhas.

A produção e consumo voltados para selaria possuem ainda relevância na sua oficina, mas, atualmente, dividem espaço com a produção de bolsas, mochilas e outros artefatos similares. Quando questionado quem são as pessoas que compram seus produtos, Zé Moreno afirma que são pessoas diferentes que adquirem os dois tipos de produtos: os vaqueiros que compram artigos de selaria para uso no trabalho ou esportivo e o público em geral que adquire os demais produtos.

Além do público que compra artigos para uso próprio ou presente, existem também os consumidores institucionais, que fazem encomenda para uso na própria

entidade, o Clube de Tiro de Juazeiro do Norte, que encomendou capas de espingardas.

Figura 61 - Capa de Espingarda feita por Zé Moreno



Fonte: Perfil instagram de Zé Moreno, 2023.

A compra ocorre com o contato direto com o artesão através das redes sociais e WhatsApp. A entrega de cada peça encomendada também é feita diretamente pelo próprio Zé Moreno, enviada pelos correios, quando se trata de compradores mais distantes ou através dos topiqueiros conhecidos, quando são clientes das cidades vizinhas.

A oferta dos produtos de Zé Moreno tem um caráter privado (Firat; Dholakia, 2003), pela dificuldade de acesso dos consumidores aos artefatos. Como visto, quando interessados, os clientes precisam entrar em contato direto com o artesão, realizar a encomenda, esperar o tempo de produção (que pode chegar a mais de um mês a depender da peça) e posteriormente combinar o recebimento. Diante da dificuldade de se acessar seus produtos, questionamos o critério o qual o artesão atribuía a escolha destes consumidores por seus produtos.

Acho que é o acabamento, a qualidade das peças e a garantia que oferecemos. Se algo não agradar, o cliente pode devolver, e eu

resolvo. Por exemplo, um chapéu que mandei para Minas Gerais voltou porque o tamanho não ficou bom. Paguei o frete de ida e volta. Não quero dar prejuízo ao cliente, e acho que essa postura faz a diferença. Além disso, a amizade e o respeito pelos clientes. Isso ajuda muito no boca a boca (Zé Moreno, 2024)²⁶.

Por não haver atravessadores ou disponibilidade de seus produtos em outros pontos de venda, Zé Moreno consegue manter uma experiência de consumo quase que individualizada com cada comprador. Por outro lado, os consumidores possuem uma participação ativa por escolherem e assim, determinarem que tipo de produtos serão consumidos (Firat; Dholakia, 2003).

7.1.2.3 Produção e regulação

Os processos, maquinários, ferramentas e insumos utilizados na oficina de Zé Moreno não sofreram muitas alterações ao longo do tempo. Como falamos acima, algumas ferramentas e moldes que herdou do pai artesão ainda são utilizados na oficina. A máquina de costura industrial é a única que utiliza energia elétrica para funcionamento, permanecendo os demais processos realizados à mão.

O couro cru que é comprado de Pernambuco e muitas vezes recebe é pintado pelo próprio artesão (fig. 62). Os demais acessórios como fivelas e rebites são adquiridos nas lojas do centro em Juazeiro do Norte e algumas peças de selaria, como a estrutura das selas são encomendadas por artesãos das cidades vizinhas.

Figura 62 - Couros pendurados em frente a oficina de Zé Moreno para beneficiamento



Fonte: arquivo próprio, 2024.

²⁶ Zé Moreno, informação verbal. Entrevista concedida em novembro de 2024.

Participam da produção seus dois filhos, Jocilânio e Zé filho (fig.63), e eventualmente sua esposa. Pontualmente, ele conta com alguns terceirizados, que trabalham em suas casas; Zé Moreno não pretende contratar ninguém de fora da família, embora deseje formar alguns parentes, como sobrinhos, como forma de manter a produção familiar e também perpetuar o legado da família.

Figura 63 - Filhos de Zé Moreno trabalhando na oficina



Fonte: Constance Gonçalves, 2024.

A capacidade produtiva pode ser considerada baixa, se comparada a oficinas de maior porte que possuem maquinários para otimizar a produção e o envolvimento de mais artesãos. Questionado sobre a participação em feiras, ele diz que recebe diversos convites (fig.64), mas, devido à baixa capacidade de produção, é inviável sua participação.

Figura 64 - Convite para exposição em Nova Olinda



Fonte: Constance Gonçalves, 2023.

Por conta de ter uma baixa capacidade produtiva, todas as peças confeccionadas na oficina de Zé Moreno são feitas sob demanda, não havendo estoque. É o consumidor que define o que vai ser produzido, escolhe cores, formas, tamanhos, cabendo ao artesão gerenciar as demandas e sugerir melhorias a partir de sua experiência.

7.1.3 Atualizações de pesquisa

Na manhã de novembro em que foi realizada a coleta da assinatura de Zé Moreno no termo de consentimento, observou-se uma mudança significativa: o artesão construiu uma nova oficina. O espaço contava com pé direito elevado, portas e janelas maiores, com o objetivo de proporcionar maior conforto para ele e seus filhos durante o trabalho. A construção, localizada ao lado da oficina anterior, apresentava ainda um grande letreiro indicando que "o couro vira arte pelas mãos dele e de sua família".

Apesar do novo prédio, a configuração do espaço segue a mesma lógica anterior, a mesa grande na entrada, ferramentas e moldes pendurados nas paredes e a máquina de costura ao fundo. A quantidade de couros crus pendurados no entorno da oficina indica o aumento de encomendas. Apesar de precisar até recusar trabalho por conta da capacidade produtiva, Zé Moreno reafirma que continua trabalhando somente com a família e que deseja continuar assim.

Figura 65 - Fachada da nova oficina de Zé Moreno e artesão concedendo entrevista à pesquisadora



A máquina continua sendo o único equipamento elétrico da oficina. No entanto, observando algumas peças, foi identificado o uso de corte a laser. Questionado, o artesão disse que utiliza há pelo menos 6 anos e quem executa é uma amiga em Assaré. A tecnologia é utilizada para personalizar as peças com nomes que os clientes pedem e também para confecção da etiqueta com a marca do artesão (fig. 66).

Figura 66 – Chaveiro e bolsa com marca do artesão com gravação a laser



Fonte: A autora, 2024.

O artesão informou que, naquele momento, as encomendas haviam crescido, o que levou ao aumento do trabalho com os filhos em pelo menos 12 hs por dia, deixando um pouco de lado o trabalho com gado e roça. Ali, Zé Moreno e seus dois filhos eram artesãos. Ele contou com orgulho a encomenda de algumas bolsas pra cachaça, feita pelo prefeito de Barbalha, cidade a 62 km de distância dali.

7.2 André Cardoso – Eu sou entre o antigo e o novo

7.2.1 Descrição do Caso

O contato com André Rocha Cardoso, aconteceu em três momentos principais: em 24 de julho de 2021 durante o mapeamento das oficinas, em 23 de novembro do mesmo ano, durante a realização do estudo de caso com entrevista gravada e em 12 de novembro de 2024, para atualizações de pesquisa. Além desses momentos, o contato via WhatsApp foi outra maneira de tirar dúvidas pontuais.

Quem passa pela Av. Tomaz Osterne de Alencar, no Crato, dificilmente deixa de perceber a loja (fig. 67) de André Rocha Cardoso, uma construção de tijolo

aparente cuja arquitetura se assemelha a de uma casa de sítio. A varanda ocupada por pedaços de couros, cadeiras, bolsas e demais peças produzidas ali se destaca na paisagem urbana. Esse espaço abriga também a oficina, organizada no fundo da loja em uma posição mais elevada, pensada pelo artesão estrategicamente pra valorizar o trabalho que é realizado ali.

Figura 67 - frente da loja de André Cardoso



Fonte: a autora, 2024.

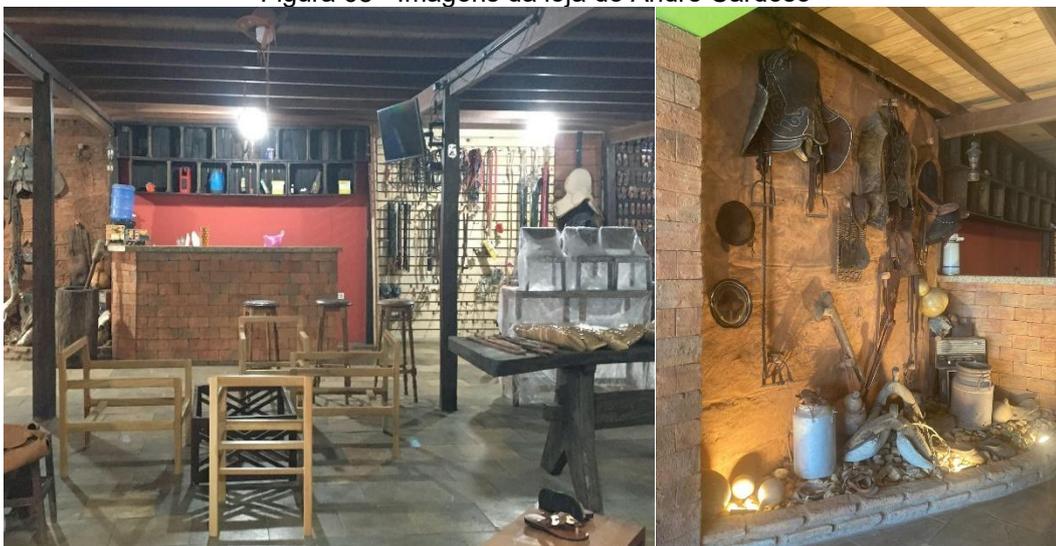
André começou a trabalhar com couro ainda em sua infância, como possibilidade de sustento e melhoria de condições de vida, prestando pequenos serviços à artesãos mais velhos da cidade. Ele e seu irmão, Adriano, tiveram uma história com o trabalho artesanal construída fora do ambiente familiar, o que vimos acontecer frequentemente com outros artesãos.

A idade de André, 49 anos, o situa entre os artesãos mais antigos e os mais novos, como ele mesmo destaca. Na prática, isso implica que aprendeu muito cedo o feitiço da selaria – produto que essa pesquisa identificou ser realizado por artesãos mais experientes – mas que também produz artefatos mais distantes deste universo como de mobiliário, objetos decorativos, além dos calçados e bolsas.

A presença de elementos que remetem mais à vida do vaqueiro e outros mais contemporâneos é percebida também na organização do espaço onde se encontra a loja e a oficina. Entre a “varanda” e a oficina instalada ao fundo da construção, encontra-se a loja que ocupa dois vãos espaçosos. Ali é possível adquirir produtos mais simples, como chinelas de tiras ou mais complexos, que demandam, inclusive, o envolvimento de outros fornecedores, como as espreguiçadeiras. No canto esquerdo do segundo espaço da loja foi construído um balcão, onde André pretende

instalar um café, conforme podemos ver abaixo. Ao lado deste balcão (fig. 68), o artesão montou um cenário com algumas sandálias antigas, sela, pote de água, uma remontagem de uma típica casa sertaneja de décadas atrás.

Figura 68 - Imagens da loja de André Cardoso



Fonte: a autora, 2021.

A oficina (fig. 69), posicionada em um patamar mais elevado que o restante da loja, permite uma visualização completa da produção, remetendo às cozinhas de restaurantes *gourmet*, estrategicamente posicionadas para possibilitar que os clientes vejam os grandes chefes trabalhando.

Figura 69 - Imagens da loja de André Cardoso



Fonte: a autora, 2021.

Esses espaços foram todos pensados por André, que planejou ainda o mobiliário, texturas das paredes e teto, entrada de banheiro e expositores de alguns objetos da loja como bolsas. Além disso, ele abastece as redes sociais com imagens registradas de seu celular, gerencia a produção na oficina e lida com fornecedores, compradores e parceiros.

Figura 70 - Cartões de visita



Fonte: A autora, 2021.

7.2.2 Análise do Caso

Figura 71 - Circuito da Cultura de André Cardoso



Fonte: A autora, 2024.

7.2.2.1 Consumo

Ao longo do tempo, o perfil do consumo e dos consumidores dos artefatos produzidos por André se alterou de modo significativo. No início de seu trabalho, nos anos 1990, ele era fornecedor de lojas situadas em Juazeiro do Norte, que negociavam com ele as sandálias a preços baixos, já que eram artefatos produzidos por muitos artesãos, gerando uma alta concorrência, conforme informou em sua entrevista.

Eu comecei em noventa e oito vendendo só pro mercado de Juazeiro. Só que com o decorrer dos anos é porque quando você vem no mercado local com a concorrência muito grande que os artesão em couro aqui na região do Cariri, né? Sim tipo assim conhecido é poucos mas artesão fundo de quintal tem muitos aí fica aquela concorrência grande no Juazeiro que quem dava o preço era o comerciante (André Cardoso, 2023)²⁷.

Atualmente, André vende suas peças para uma clientela bem diversificada: turistas que vêm ao Cariri, instituições que compram seus produtos para presentear clientes e parceiros e a população local. Durante uma das entrevistas, foi possível presenciar um trabalhador da construção civil comprando na loja do artesão uma bota para uso no serviço. Além disso, André também envia peças para lojas em algumas capitais do Nordeste como Fortaleza, Recife e Salvador.

A percepção da relação assimétrica entre lojistas de Juazeiro do Norte e os artesãos produtores conduziu André a repensar os canais de comercialização que utilizava para escoar sua produção. Conforme Du Gay (2013) já apontou, o consumo já não é mero reflexo da produção, ou seja, é preciso que os artefatos agreguem elementos para que sejam desejados e, por consequência, consumidos. Diante disso, André buscou outras soluções para valorizar seu produto.

Aí o que foi que eu fiz? Eu fui. Vim pra aqui pra essa avenida aí coloquei essa lojinha. Aí a loja foi abrindo porta pra outros mercados, ir pra outro mercado depois vem uma tipo uma exportação, eu trabalhei um uns três anos exportando pra Europa que deu uma alavancadinha, aí todo passo foi dado por causa de crise e teve uma crise que a gente teve que sair pra vender nessas capital senão não ia parar Aí saiu pras capital oh! Já começou melhorando! Aí eu já esqueci o mercado local! Que eu chamo o mercado local em Juazeiro! (André Cardoso, 2023)

²⁷ André Cardoso, informação verbal. Entrevista concedida em novembro de 2023.

A venda direta aos consumidores, livre de atravessadores, permitiu que o artesão fornecesse seus produtos a um preço mais vantajoso. No entanto, também foi importante a busca de novos mercados com acesso a clientes com maior poder aquisitivo, mesmo que por meio de atravessadores.

Que tipo hoje no dia de hoje eu estou com o governo do estado loja da CeArt, né? E que são bem umas cinco lojas. A gente tá com uma loja do bem, que é Iguatemi. É, Loja do Bem é uma loja que tem Iguatemi tem de apoio ao artesão. A gente também tá aqui vendendo bem e hoje eu, por exemplo, hoje eu estou muito fechando muito muitas vendas pra Salvador da Bahia, hum, André e a gente vem, faz pro Brasil todo assim picado, né quase por todas as capitais, sempre dá um pingadozinho pra um pra outro né. (André Cardoso, 2023)

A exposição de seus produtos em lojas como CeArt e Loja do Bem, bem como a do próprio André, atualmente constroem uma trama de significados em torno do artefato que resulta numa maior valorização de seu trabalho. Enquanto, no começo de sua carreira, vendia para comerciantes em Juazeiro do Norte, a ferramenta de negociação era apenas o preço. À medida que André insere suas peças em espaços de maior prestígio, seus produtos vão assimilando novas características, tendo em vista que são espaços que selecionam criteriosamente as peças que vendem, a partir de sua qualidade e valor cultural que representam.

Além da boa localização da loja, o ambiente cuidadosamente construído por André permite que seus consumidores possam ver toda a diversidade de produtos executados ali. O acesso à oficina onde as peças da loja são confeccionadas foi cuidadosamente projetado por André para recriar, de forma estratégica, um ambiente que remete a uma típica casa de interior. Essa ambientação promove uma conexão mais íntima e envolvente entre os consumidores e os artefatos, fortalecendo a experiência cultural com os produtos.

A loja constitui também um espaço para receber outros tipos de clientes, as instituições que chegam ali ou pela indicação de terceiros ou pela identificação da loja. Essas instituições são empresas privadas ou governamentais que adquirem produtos de André para ofertar brindes a parceiros e clientes. Alguns exemplos desse fato foi a produção de peças para decoração de um bar na cidade do Crato, a confecção de bancos para os espaços de exposição do Centro Cultural do Cariri Sérvulo Esmeraldo

– CCCSE²⁸ e as carteiras para esta mesma instituição que foram ofertada aos seus empregados.

Ainda durante a reforma do Centro Cultural, André já demonstrava sua atenção com a ampliação da comercialização, comentando o quanto este equipamento faria aumentar a circulação de pessoas no Cariri e traria visibilidade pra sua loja, já que o espaço está localizado na mesma avenida e bem próxima à sua loja.

Além dos brindes para o CCCSE, André também fabricou os bancos que ficam dentro das galerias de exposição (fig. 72). Esse tipo de produção confere ao artesanato legitimidade pelo porte das instituições que buscam atrelar sua imagem aos produtos, construindo também novos significados em torno dos objetos. Além disso, insere estes artefatos em novos espaços nos quais circulam indivíduos e possíveis consumidores que não teriam acesso ao artesanato por outras vias.

Figura 72 - Banco trançado e carteiras feitas sob encomenda para o CCCSE



Arquivo próprio, 2024.

Outro fato que permitiu a ampliação do consumo de seus produtos foi a sua inserção em outros contextos, como na moda. Na figura 73, podemos ver Paulinha Sampaio, influenciadora de Fortaleza, posando com colete de André para um editorial de moda. Aqui podemos ver o artesanato em couro sendo apresentado ao público consumidor de moda, cuja dinâmica bem se difere daquele observado no início das atividades de André. Esse consumo em novos contextos por diferentes consumidores traz aos produtos do artesão outros significados, principalmente simbólicos.

²⁸ O Centro Cultural do Cariri Sérvulo Esmeraldo é um espaço cultural localizado no Crato, Ceará, gerido pelo Instituto Mirante de Cultura e Arte e integra a Rede de Equipamentos Culturais do Ceará. Inaugurado em 1º de abril de 2022 e com área de mais de 50 mil metros quadrados, o centro oferece diversas instalações, como: espaços para realização de exposições artísticas, formação e práticas esportivas além de realizar eventos culturais.

Figura 73 - Paulinha Sampaio usando colete de André Cardoso



Rede social Paulinha Sampaio, 2023.

Outro aspecto onde foi observada a mudança no consumo destes produtos é a inserção da oficina de André na Rota CeArt²⁹. Fazer parte da rota significa que existe um reconhecimento institucional destes artefatos enquanto cultura material da região do Cariri e indica também a inclusão de seus produtos num circuito de turismo cultural.

Figura 74 - Placa da Rota CeArt na loja de André Cardoso



Fonte: A autora, 2023.

²⁹ A Rota CeArt é uma iniciativa do Governo do Ceará que valoriza o artesanato local e os artesãos do estado. Por meio de rotas turísticas artesanais, ela conecta visitantes às comunidades onde os artesãos vivem e trabalham, destacando suas técnicas, tradições e histórias. Essas rotas permitem que os interessados explorem diferentes tipologias e técnicas de artesanato que têm sido transmitidas de geração em geração no Ceará.

Uma característica geral dessas novas formas de consumo é a relação com as redes sociais criadas por André e também por seus clientes. É comum repostagens no perfil do artesão de clientes, famosos e anônimos que não somente adquirem seus produtos, mas também publicam nas redes sociais, demonstrando o prestígio que o artesão alcançou ao longo do tempo.

Pôde-se notar, portanto, que o consumo dos artefatos de André ganha uma dimensão cada vez mais pública, à medida que amplia os canais de comercialização e a clientela.

7.2.2.2 Identidade e representação

Optou-se por abordar as questões relacionadas à identidade em diálogo com as referentes à representação, considerando que, ao construir um discurso sobre si, seja por meio de palavras ou imagens, ocorre a seleção de um conjunto de representações que melhor define o sujeito. Além disso, afirma Hall (2016):

As imagens que vemos constantemente a nossa volta nos ajudam a entender como funciona o mundo em que vivemos, como essas imagens apresentam realidades, valores, identidades, e o que podem acarretar, isto é, quem ganha e quem perde com elas, quem ascende, quem descende, quem é incluído e quem é excluído (p. 10).

Quando se aborda a questão da identidade do sujeito contemporâneo, os autores apontam que aqueles marcadores com os quais nascemos, tais quais nacionalidade, classe ou gênero, tornam-se cada vez menos relevantes diante dos que são construídos ao longo do tempo. No caso do artesanato em couro do Cariri, no entanto, ter nascido em uma família de artesãos do couro acaba por conferir certo reconhecimento³⁰. Por outro lado, a partir do mapeamento realizado nesta pesquisa, pudemos identificar que a maioria dos artesãos em atividade adquirem a capacitação técnica em oficinas chefiadas por artesãos com os quais não possuem laços consanguíneos.

Quando questionado acerca de “quem é André Cardoso”, ele acessa as memórias da infância pobre, da constante necessidade de trabalhar para seu próprio sustento, mesmo não surgindo a questão familiar relacionada ao ofício, apontando

³⁰ Podemos exemplificar a partir das matérias sobre Espedito Seleiro que sempre destacam a história em que seu avô produziu as sandálias de lampião, conferindo uma autenticidade ao seu trabalho a partir da referência familiar.

que sua história de vida é um importante elemento constitutivo da sua identidade. Nesse sentido, o reconhecimento de André Cardoso enquanto artesão, assim como tantos outros, foi sendo construído a partir do próprio trabalho o qual obteve desde criança, prestando serviços nas oficinas de terceiros.

Uma outra característica que reforça a ideia de identidade como um processo em construção pode ser constatada no nome da oficina e loja do artesão. "A Griffe do Vaqueiro" passou a ser nomeada "André Cardoso", evidenciando não apenas a importância da identidade do artesão como elemento constitutivo do trabalho realizado ali, mas também a intenção de se comunicar de forma mais próxima com seus consumidores. Ou seja, o nome que leva a loja/oficina do artesão também representa de modo mais atualizado tudo que aquele espaço significa.

Quando, ainda na descrição sobre quem ele é, afirma que está "entre o antigo e o novo", além do elemento do passado, André aponta também o elemento de inovação que permeia sua identidade. No sujeito contemporâneo, construir a identidade a partir de premissas aparentemente antagônicas é, na verdade, um processo de negociação da própria identidade, onde devemos levar em conta as mudanças sociais, as novas tecnologias e as narrativas culturais que emergem, que podem impactar na forma como nos vemos e como nos relacionamos com os outros. Para Hall, "tem a ver não tanto com as questões de 'quem somos' ou 'de onde nós viemos', mas muito mais com as questões 'quem nós podemos nos tornar'" (Silva, 2014, p. 109).

O trabalho de André, nesse sentido, sempre foi atravessado pela projeção para o futuro. Desde a decisão de buscar mercados onde seria mais valorizado, a escolha estratégica do local onde atualmente funcionam a oficina, os passos do artesão são sempre em direção a produzir peças cada vez de maior qualidade e ser reconhecido pelo seu trabalho.

Eu me considero de uma geração nova. Sim. Mas com pensamento maior do que o do Geração Velha... E outra coisa, meu estilo, eu quero que todo mundo siga. Porque não tem coisa melhor do que você fazer o que você tem vontade (André Cardoso, 2023) .

A fala do artesão revela que seu trabalho carrega referências antigas, mas buscando atender às novas demandas de mercado, o que é caracterizado por uma busca ativa na construção de sua identidade. De acordo com Woodward (2000), a identidade precisa ser ativamente construída. Nesse contexto, o artesão a projeta em

direção ao futuro, almejando se tornar uma referência para outros artesãos. Para alcançar esse objetivo, ele busca incessantemente a excelência em seu trabalho.

No processo de construção da identidade, não se destacam apenas os elementos internos ao sujeito, mas também suas relações com os pares, sobretudo considerando as diferenças que o distinguem dos demais. Uma via que André se utiliza para diferenciar seus produtos, por exemplo, é a diversidade de sua produção, tendo em vista que a maioria dos artesãos se especializa em um tipo específico de produto.

Eu tenho o meu estilo. Hm-huh. Quando não for meu estilo eu não faço questão de botar minha mão. Entendeu? Se ela disser André, eu quero que tu faça, eu mesmo vou propor a ela criar uma marca pra ela. Entendeu? E você seu fornecedor. E eu terei isso pra ela. Só que tipo eu, por exemplo, minha loja aqui vai pro meu minha cara porque eu vou ter aqueles insetos tudo vendo não é? Sim. Que porque tipo assim ó eu conversei com artesanato eu sou o irmão mais velho de quatro. Sim. Meus outros irmãos, eles desistiram todos por quê? Porque eu vi artesanato como arte, como eu via de um jeito eles viam de outro e eu acho que eu fiquei por isso (André Cardoso, 2023) .

Segundo Woodward, “a identidade é relacional e a diferença é marcada pela exclusão (2000, p. 11)”. É o que acontece quando, de diferentes modos, André se utiliza de características de outros artesãos para se destacar dos demais artesãos, mostrando o que possui em diferença a eles para relatar sua identidade.

7.2.2.3 Produção e regulação

Como já citamos, a oficina de André Cardoso está disposta no fundo da loja em lugar elevado dando uma grande visibilidade aos consumidores. Isso significa dizer que, além da valorização do processo, a produção precisa ser um espaço que agregue à marca e, portanto, está sempre organizada, limpa e ativa.

A produção vendida na loja é bem variada, mas durante a visita pudemos perceber um maior volume de calçados – sandálias e botas –, chapéus, mobiliários – espreguiçadeiras e bancos. As selas e bolsas estavam presentes, mas em menor proporção, assim como chicotes, chaveiros e porta celular. Durante o tempo da entrevista, entraram clientes de origens diversas, desde pessoas que demonstraram possuir maior poder aquisitivo em busca de selas a trabalhadores da construção civil à procura de botas.

A organização da produção em ilhas de trabalho é uma marca bastante visível em seu trabalho, e acerca disso o artesão nos fala que:

Sempre foi (setorizada). Sempre a gente dentro das condições, né? Porque tipo, eu comecei com três pares de forma e um pé de ferro. Aí logo a gente comprou uma máquina de costura, aí depois comprou um balancinho. Aí depois veio uma máquina de prensar, aí foi melhorando e depois fazer tipo uma linhazinha de produção, né? Que artesanato não tem como fazer em grande escala. Mas fazer uma linha de produção pra ver se andava rápido, né? (André Cardoso, 2023).

A setorização significa dizer que existem zonas para realização de trabalhos específicos como corte, costura, preparação e montagem das peças. Além disso, no caso de André, vimos também espaços destinados ao trabalho mais administrativo, estocagem de matéria prima e organização de ferramentas. Esses elementos dizem respeito ao modo de produção realizado naquele espaço, que são maquinário, disponibilidade de matéria prima e processos utilizados (Srouf, 1978).

Figura 75 - Imagem na oficina de André Cardoso



Fonte: A autora, 2023

Ao longo do tempo, a oficina foi incorporando mais máquinas de costura, refiladora³¹ e balancim³², o que contribuiu para o crescimento da produção. Hoje, esses equipamentos são facilmente encontrados nas oficinas da região, mas André conta que foi um dos primeiros artesãos a adquirir um balancim hidráulico, aproximadamente em 2004.

Embora tenha inserido esses equipamentos, que permitiram uma mecanização maior dos processos, a percepção dele enquanto artesão é que o trabalho em couro deve ser realizado tal qual um processo de arte, buscando sempre a qualidade. Aponta ainda que a mecanização dos processos sem o cuidado manual e a busca por se igualar a uma produção industrial foi o motivo que levou alguns artesãos da região a desistirem da profissão.

A partir deste panorama da descrição acerca das condições de produção denominadas de forças produtivas (Srour, 1978), percebe-se que, no que diz respeito à oficina de André, houveram diversas mudanças. A oficina aumentou em relação ao espaço físico que ocupa, ao número de artesãos envolvidos e também na quantidade de produtos confeccionados.

Já as relações de produção, segundo Srour (1978), dizem respeito ao tipo de vínculos e hierarquias estabelecidos dentro da oficina. No caso de André, são 12 artesãos que trabalham na oficina. Quando existe um aumento de demanda, ele aciona pequenos artesãos de fundo de quintal³³, que recebem por produção.

As encomendas que seguem para lojas em outros estados acompanham nota fiscal, tendo em vista que o artesão possui a sua loja e oficina formalizadas. Isso dá uma maior segurança pra todos envolvidos ali, mas André informou também que traz uma enorme responsabilidade, pois precisa manter sua equipe mesmo nos meses de menor movimentação nas vendas.

³¹ Uma refiladora de couro é uma máquina utilizada para cortar e ajustar peças de couro com precisão. Ela é projetada para realizar cortes retos ou específicos, removendo excessos ou ajustando o material de acordo com as necessidades do artesão ou da indústria.

³² Balancim de corte é uma máquina utilizada para cortar materiais diversos, como couro, tecidos, borracha, EVA, papel e outros materiais sintéticos. Ele funciona por meio de um sistema de pressão, que pode ser manual, hidráulico ou elétrico, permitindo cortes precisos e consistentes.

³³ Esta nomenclatura é utilizada pelos próprios artesãos de oficinas para se referirem àqueles que trabalham individualmente em suas casas produzindo para oficinas de maior porte.

7.2.3 Atualizações de pesquisa

O contato estabelecido com André ao longo dos anos de pesquisa ultrapassou as visitas formais realizadas. Além das visitas à loja em companhia de amigos interessados em conhecer seus produtos, também houve ocasiões em que alunos do curso de Design da UFCA estiveram presentes. Essas visitas tinham o objetivo de compreender o funcionamento da produção e incorporar seus elementos no contexto das disciplinas de projeto ministradas.

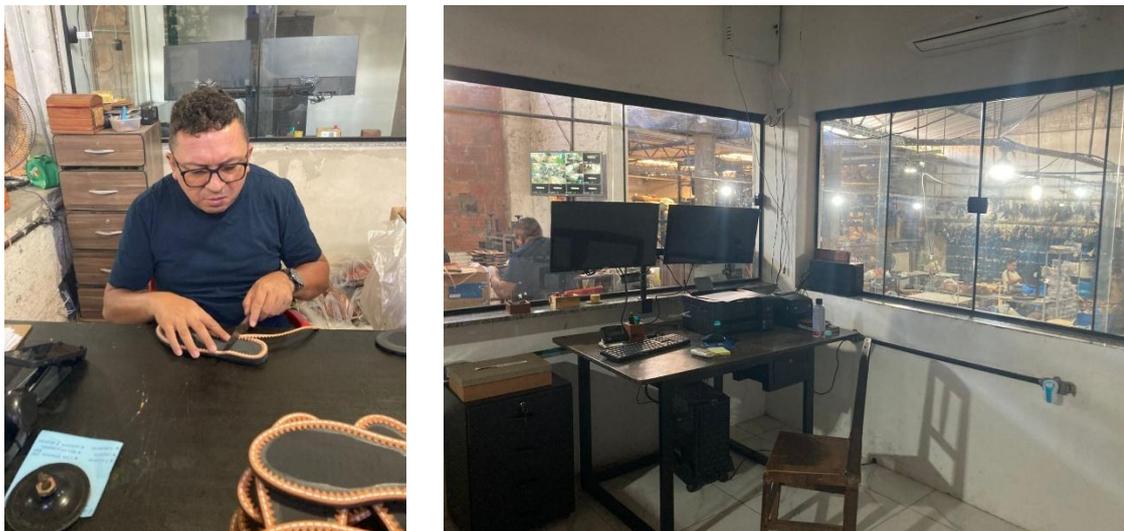
Em dado momento, André também buscou indicações de alunos ou ex-alunos que pudessem trabalhar com ele na produção de mídias para redes sociais. Assim, Kalígia Siqueira, recém formada, ficou alguns meses auxiliando o artesão até que teve que sair por conta da criação de marca própria.

Uma das atribuições de Kalígia foi auxiliar na inscrição do artesão no edital de Mestres da Cultura do governo do estado. Procurei a designer para saber informações sobre o procedimento e o que acreditava ter ocorrido para que André não fosse contemplado. Ela informou que, pelo perfil dos novos mestres, é necessário um trabalho evidente junto à comunidade, como abertura dos ateliês para visitação e realização de oficinas abertas.

O fato de sua empresa ser formalizada permitiu firmar um termo de convênio com a UFCA e, em breve, um estudante irá estagiar com André, atuando principalmente na sua maior demanda atual: a operação de uma máquina de corte a laser. A máquina, que foi comprada de segunda mão, possui uma área, e com ela André pretende acelerar processos de customização de brindes de clientes institucionais, algo que, segundo ele, tem tido cada vez uma maior demanda.

Nesta última visita, à medida que o artesão conversava, continuava na produção colocando “viras” em sandálias (fig. 77). André mostrou também o tipo de produto que deseja produzir com a máquina de corte a laser: um chaveiro de sandália com inscrição no solado e que utiliza pequenos pedaços de couro, excedentes da produção.

Figura 76 - André aplicando vira em sandálias e a sala onde fica o computador que opera a máquina de corte a laser.



Fonte: A autora, 2024.

7.3 Chico Arte Nossa – Marca X

7.3.1 Descrição do Caso

O contato com Chico ocorreu em novembro de 2021, durante o mapeamento, e uma entrevista foi registrada em novembro de 2022, como parte dos estudos de caso. Em dezembro de 2024, realizou-se um novo encontro para atualizações da pesquisa e coleta do termo de consentimento.

A loja Chico Arte Nossa, de Francisco Alves de Souza foi uma das primeiras a serem identificadas logo no início da pesquisa, pois fica no centro da cidade do Crato. Ali estão expostos na parede calçados, sandálias e botas, vendidos por sua esposa, responsável pelo atendimento aos clientes. Um tanto escondido nos cômodos seguintes da loja, ele organizou sua oficina, onde produz as peças com um ou dois ajudantes.

A loja e oficina (fig. 77) estão abrigadas em uma construção que, anteriormente, era uma residência. A construção possui uma planta recorrente naquele bairro, que é uma casa estreita, porém comprida, com diversos cômodos integrados entre si e entre um corredor que conecta a sala de estar à cozinha, que fica aos fundos. Em cada um dos cômodos, Chico estabeleceu um setor de produção de calçados em couro: corte, montagem, pintura, colagem, costura e balancim.

Figura 77 - Frente da loja de Chico



Fonte: A autora, 2023.

Chico aprendeu a fazer sapatos em couro com o pai e é desse saber que ele sustenta e sempre sustentou a si e a família. O irmão também trabalha com o couro, mas seus filhos, apesar de terem trabalhado um tempo com ele, atualmente seguem outras profissões. O artesanato se alinha à sua paixão pela mecânica de máquinas a qual desempenha à medida que necessita consertar ou fazer adaptações no maquinário de sua oficina.

Há 11 anos ele começou a produzir calçados para a marca Marca X. Aos poucos, Chico foi deixando de lado os modelos mais consumidos localmente para produzir as peças exclusivas para a marca pela diferença de retorno financeiro. A análise da sua produção, portanto, inclui seu trabalho como fornecedor da marca pelo entendimento de que é uma situação singular dentre o universo de pesquisa e que necessita ser investigado.

A Marca X é uma marca de calçados voltada para o público europeu. Desde 2009, ele recrutou artesãos do Crato para desenvolver novos modelos e confeccionar sapatos em couro utilizando as técnicas artesanais presentes no Cariri, couro curtido livre de cromo. Diversos artesãos que conversamos, como Leo, André, Emanuel

(Caruá) em algum momento foram produtores para a marca, mas atualmente somente Chico e seu irmão trabalham com o produto da Marca X.

Desde o início da pesquisa, ciente da importância de seu trabalho e conhecimento sobre os artesãos da região, buscamos contato com a marca. Eles possuem uma representante no Crato que é responsável pela logística de produção e envio das peças para Europa. Entramos em contato, mas fui informada de que não havia autorização para conceder uma entrevista. As informações que trago aqui são, portanto, aquelas disponíveis no site da Marca X e na rede social Instagram.

A escolha de Francisco como uma das oficinas deste estudo de caso se dá pela posição singular do artesão em meio à produção de artesanato em couro do Cariri. O ofício de sapateiro, como ele se identifica, que aprendeu com o pai ainda na infância, hoje é voltado quase que exclusivamente para o mercado europeu através da Marca X. A marca fundada em 2009, ao longo de sua existência, trabalhou com diversos artesãos do Crato, inclusive André Cardoso, Leo e outros que entrevistamos durante a pesquisa. Mas, atualmente, somente Chico e seu irmão prestam serviço para a marca.

7.3.2 Análise do Caso

Figura 78 - Circuito da cultura Chico e Marca X



Fonte: A autora, 2024.

7.3.2.1 *Identidade e Representação*

Compreender a identidade de Chico é uma tarefa complexa. Isso porque engloba elementos particulares da vida e trabalho do artesão e as características inseridas ao longo de seu envolvimento com a produção para a Marca X. Por outro lado, a marca, de modo consciente, incorpora características do trabalho do artesão e constrói a representação da sua própria identidade.

Chico afirma que se identifica como sapateiro e é reconhecido na região como tal, assim como seu irmão. O elemento familiar é acionado também quando fala que a habilidade de sapateiro se origina do seu pai, com o qual aprendeu, segundo ele, o único ofício que domina.

Na fala do artesão ainda o ofício como sapateiro é, antes de tudo, uma fonte de renda. A escolha por trabalhar como fornecedor da Marca X é uma forma de ter seu trabalho valorizado social e culturalmente, mas também economicamente. O artesão deixou claro já ser reconhecido na região pela qualidade de seu trabalho e que na sua relação com a Marca X não busca por visibilidade. A marca em sua comunicação reforça a importância da valorização econômica de seus fornecedores quando afirma: “Acreditamos em trabalhar com artesãos qualificados que recebem salários justos e são tratados com dignidade e respeito. Priorizamos o apoio às comunidades locais e a preservação do artesanato tradicional” (Marca X, 2022).

Os produtos comercializados pela Marca X também são vendidos a partir da noção de um saber coletivo e localizado no Cariri. No site da marca estão presentes imagens de artesãos, da cidade do Crato (fig. 78 e 79) e um discurso que toma de empréstimo o artesanato em couro como cultura para construir uma identidade que também é da marca. Segundo Borges:

Num momento em que crescem o consumo consciente e a coordenação de práticas de exploração de trabalhadores em países como a China, todas essas ações servem como um atestado de procedência, ajudando o produto a se destacar dos concorrentes (Borges, 2011, p. 119).

Figura 79 - Banner do site da Marca X com imagem de um artesão



Fonte: Marca X, 2024.

Figura 80 - Banner do site da Marca X com imagem da Praça da Sé na cidade do Crato



Fonte: Marca X, 2024.

Como a Marca X necessita se conectar a consumidores que tem menor acesso ao que vem a ser o Crato, o Ceará e a tradição do artesanato em couro, percebe-se que a marca utiliza outras representações que são mais acessíveis ao seu público. É através da palavra Brasil e a imagem do Cristo Redentor que a Marca X inicia sua comunicação com os consumidores europeus, pois são representações mais fáceis de serem assimiladas por este público.

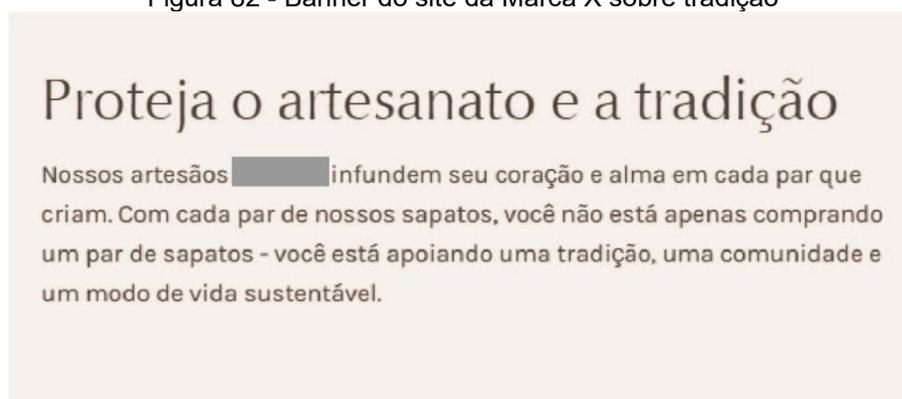
Figura 81 - Detalhe do banner do site da Marca X com imagem do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro



Fonte: Marca X, 2024.

Em toda a comunicação disponível da Marca X, como site, perfil no Instagram e vídeos publicados no YouTube, a tradição e a exclusividade são elementos presentes. Até as “imperfeições” das peças, decorrente do trabalho predominantemente manual são características valorizadas pela marca e expressa aos consumidores.

Figura 82 - Banner do site da Marca X sobre tradição



Fonte: Marca X, 2024.

A sustentabilidade da marca e dos produtos é anunciada também no uso de pneu no solado dos sapatos (fig. 82). Esse tipo de material, era comum nas oficinas até uma década atrás, quando ficou mais acessível para os artesãos comprarem placas de EVA ou borracha para produzir as solas das sandálias. Segundo Chico, o

uso de sapatos com o solado nos quais muitas vezes é possível observar a marca do pneu é motivo de orgulho pros clientes. A Marca X também ressalta o material no site, sempre evidenciando seu uso na descrição e nas imagens dos produtos.

Figura 83 - Descrição do sapato no site da Marca X



Fonte: Marca X, 2024.

Nas descrições dos produtos no site e no perfil do Instagram da Marca X, além da questão cultural, da tradição impressa nos produtos e da identidade local existe uma fusão com expressões que buscam uma representação atualizada do artesanato:

Inspirada na elegância modesta da simplicidade, esta sandália lembra o estilo icônico dos Frades Franciscanos.

Apresenta um design minimalista com pontos mínimos, permitindo que a beleza natural do couro ocupe o centro do palco.

Estes lindos sapatos Barcelona ficam lindos com um vestido de linho natural ou um par de jeans ajustado. Perfeitos para usar em um passeio pitoresco ou para uso diário, quando você quer se sentir inspirada, delicada e única.

Estes sapatos Gaudi de virar a cabeça adicionam um estilo moderno-clássico único a qualquer vestido fluido. Perfeito para usar em um passeio à tarde com uma brisa quente no ar ou para uma reunião casual com amigos que dura até tarde da noite.

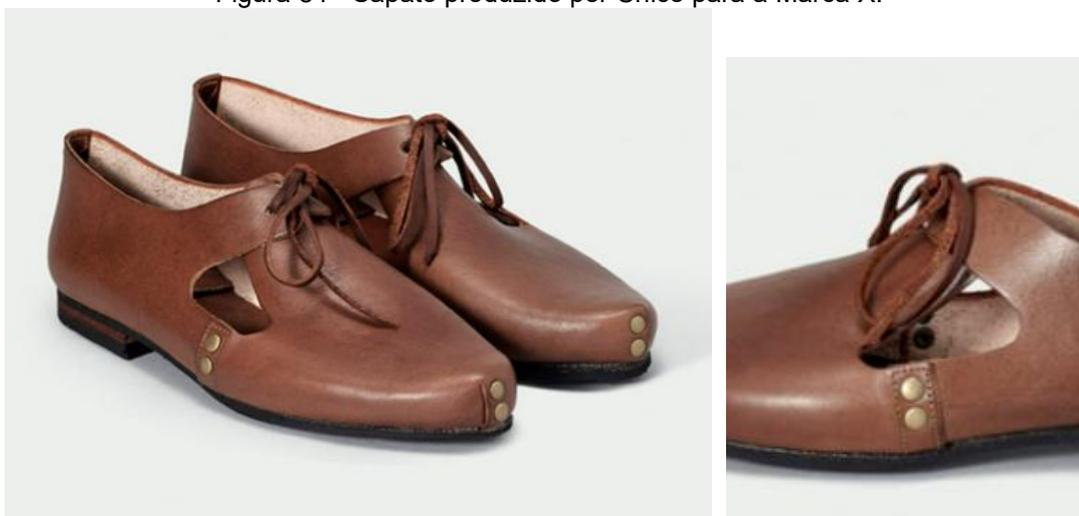
Transforme seu look de verão com esses sapatos refinados. Cada elemento exala charme, sofisticação e exclusividade. Da ponta fina às intrincadas tiras cruzadas, cada detalhe é um toque atemporal de elegância. Os Cuqi's são uma sapatilha versátil, ideal com um vestido fluido ou um par de jeans (Marca X, 2024).

Ao expressar a tradição e identidade local da produção e dos artesãos e também destacar as características contemporâneas das peças, a Marca X busca honrar as raízes do artesanato em couro ao mesmo tempo que atualiza e responde às demandas de consumo de seu público. Essa necessidade de atualização das tradições é, para Luvizotto (2010), mais que uma estratégia, mas um processo inevitável para que a tradição se perpetue.

7.3.2.2 Produção e regulação

De modo geral, Chico não precisou modificar a estrutura da oficina para atender às demandas da Marca X, permanecendo setorizada com estações de corte, colagem, montagem e pintura. Alguns modelos da marca utilizam rebites no lugar de costuras, utilizando a mesma rebidadeira manual que usava para colocar fivelas em seus modelos anteriores.

Figura 84 - Sapato produzido por Chico para a Marca X.



Fonte: Marca X, 2024.

As formas utilizadas são específicas para a Marca X, por se tratarem de uma modelagem diferente das sandálias e sapatos feitos para o público local. O artesão afirma que esses sapatos dão mais trabalho de confeccionar, mas que o retorno financeiro é bem melhor do que as sandálias mais básicas vendidas em sua loja.

O couro utilizado é encomendado de Petrolina – PE, aonde existe um curtume que trabalha com taninos vegetais em vez de cromo, que é bastante poluente. A legislação³⁴ ambiental europeia tem se tornado cada vez mais rigorosa em relação ao uso de substâncias tóxicas, incluindo o cromo hexavalente³⁵, que é considerado

³⁴ A Diretiva 2010/75/UE, também conhecida como a Diretiva de Emissões Industriais, estabelece as melhores técnicas disponíveis (MTD) para o curtimento de couros e peles. Esta diretiva visa controlar e prevenir a poluição causada por atividades industriais, incluindo o curtimento de couros. Além disso, a Lei de Desmatamento da União Europeia (EUDR), aprovada em 2023, exige que as empresas que comercializam produtos como couro no mercado europeu garantam que esses produtos não estejam associados à degradação florestal. Isso inclui um processo rigoroso de rastreabilidade e diligência para assegurar que os couros sejam obtidos de maneira sustentável.

³⁵ O cromo hexavalente é reconhecido como um agente cancerígeno. A exposição pode ocorrer por inalação, ingestão ou contato com a pele, causando irritações, problemas respiratórios e aumentando

perigoso para a saúde humana e o meio ambiente. Os elementos que trazem maior sustentabilidade à produção feita por Chico são apontados no site da marca:

Comprometemo-nos a utilizar apenas materiais naturais e não tóxicos nos nossos sapatos. Nosso couro é curtido vegetalmente e isento de cromo, garantindo maior segurança ao meio ambiente e a quem com ele trabalha. Também utilizamos solas de pneus recicladas para reduzir o desperdício e evitar que os pneus acabem em aterros sanitários (Marca X, 2022).

No site da marca, a produção manual, o uso de couro livre de cromo e o uso de solado de pneu como elemento sustentável também estão sempre presentes nas descrições dos sapatos.

A relação entre Chico e a Marca X teve início a partir de um processo de colaboração. No site pudemos observar que muitos modelos da marca são pequenas variações de sandálias populares feitas pelos artesãos do Cariri. Outras possuem um desenho mais diferenciado que foram criados de modo conjunto entre designers e o artesão.

Figura 85 - Sapato produzido por Chico para a Marca X.



Fonte: Marca X, 2024.

Por serem vendidas em lugares onde o inverno é rigoroso, foi necessário desenvolver peças que pudessem suportar também o frio. Por conta disso, os modelos mais fechados foram criados em colaboração, cabendo a Chico a modelagem³⁶ dos mesmos.

o risco de câncer. No curtimento de couros esse produto é utilizado diluído em água podendo contaminar o solo e a água, afetando ecossistemas e organismos aquáticos. Sua alta solubilidade em água facilita a dispersão no meio ambiente.

³⁶ A modelagem de calçados consiste em desenhar o modelo sobre uma forma coberta com fita crepe. Em seguida as fitas são destacadas e posicionadas em papel para construção dos moldes de cada peça que constrói o sapato. É um trabalho que necessita de experiência e habilidade do artesão.

Em vídeo disponível no YouTube, o gerente da marca afirma que um dos objetivos iniciais da Marca X foi fazer a produção artesanal, manual e com processos lentos dos artesãos do Crato atingirem uma escala maior. Quando se trata em aumentar a escala de produtiva, ele esclarece que não se espera uma produção em nível industrial, mas dentro das possibilidades do próprio artesão.

Uma vez realizado o desenvolvimento de novos modelos, compreendidos os limites e potenciais de produção, Chico passou a ter uma relação de fornecedor com a Marca X. Borges aponta que:

Em complementação a essas práticas que pressupõem uma ação compartilhada entre artesãos e designers, há também o uso cada vez mais frequente pelos designers de elementos artesanais em seus projetos. Nesses casos, não há um compartilhamento de projetos, e sim uma relação cliente/fornecedor (Borges, 2011, p. 12).

O material é, então, comprado pela marca e fornecido ao artesão que produz a quantidade de peças e os modelos solicitados, recebendo por par confeccionado.

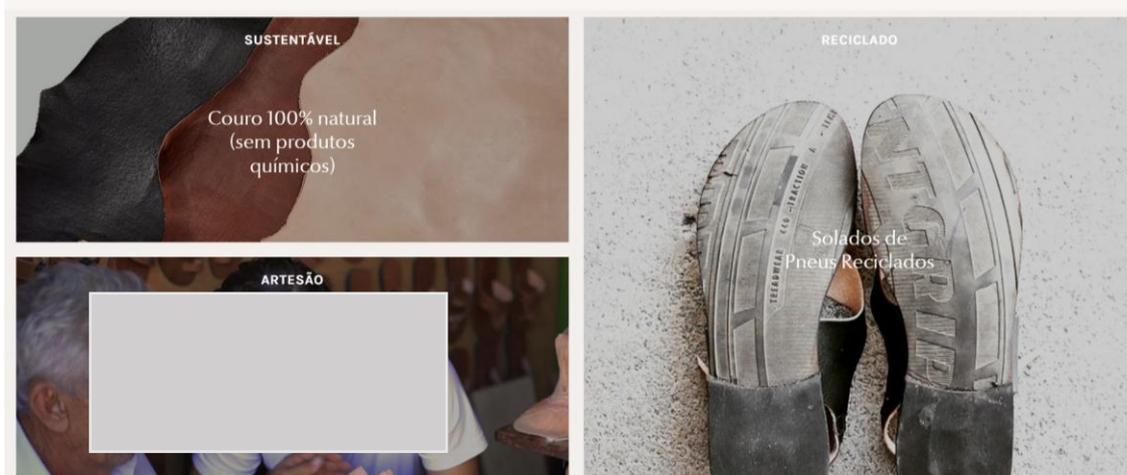
Segundo Chico, após feita a confecção dos calçados, eles são avaliados, passando por um rígido controle de qualidade, antes de serem despachados para a Europa. Alguns sapatos que não passam por esse crivo voltam para oficina onde são feitos os ajustes necessários ou são refeitos do zero, caso não seja possível o conserto.

7.3.2.3 Consumo

Os calçados produzidos por Chico são vendidos em uma loja principal, situada em Barcelona, na Espanha. Além disso, também podem ser adquiridos em lojas multimarcas nos Estados Unidos, Japão, Chile e Holanda. Estas lojas que revendem os produtos da Marca X trabalham com outros produtos artesanais e sustentáveis de marcas variadas.

A comunicação da marca no site e rede social é direcionada para um público consumidor preocupado em adquirir produtos feitos a partir de processos éticos e sustentáveis. As lojas onde são revendidos possuem o mesmo perfil de consumidores.

Figura 86 - banner do site da Marca X falando sobre sustentabilidade.



Fonte: Marca X, 2024.

Quando questionado quem comprava aqueles calçados feitos para a Marca X, Chico responde:

É gente hippie, esse tipo de gente assim. Gente do Ceará que bota a perna assim cruzada só pra mostrar o nome: Pirelli, Goodyear, o que tiver de pneu só pra mostrar. Há pessoas que acham isso bonito, viu... Certamente ele acompanha esse estilo, né, tradicional, esse estilo de família... eles parecem que gostam de novidade, parece que estão fartos de tanta riqueza, sei lá... (Chico, 2021)³⁷.

O acesso que o artesão tem aos consumidores de seus sapatos é através do gerente e a representante da marca no Cariri. De resto, o que vem à sua mente quando questionado acerca dos consumidores daquele tipo de sapato talvez esteja atrelado ao próprio gerente da marca.

A valorização do feito à mão e a preferência por produtos comprometidos com a sustentabilidade são fatores combinados que têm contribuído para o aumento do consumo de artesanato na Europa. A Marca X consegue atender estes consumidores não só por entregar produtos mais autênticos, sustentáveis e culturalmente significativos, mas porque manifesta estas características em todos os meios de comunicação com seus clientes.

7.3.3 Atualização de pesquisa

No dia 11 de dezembro, foi realizada uma visita à residência de Chico, localizada no bairro da Caixa D'Água. Recentemente, chamou atenção o fato de que

³⁷ Francisco Alves, informação verbal. Entrevista concedida em novembro de 2022.

sua loja e oficina, situadas no centro do Crato, foram substituídas por um restaurante (fig. 86). Chico relatou que, há cerca de seis meses, a Marca X deixou de solicitar produções a ele. Atualmente, a confecção dos sapatos da marca está sob responsabilidade de um jovem, com aproximadamente 20 anos, que foi treinado pelo próprio artesão.

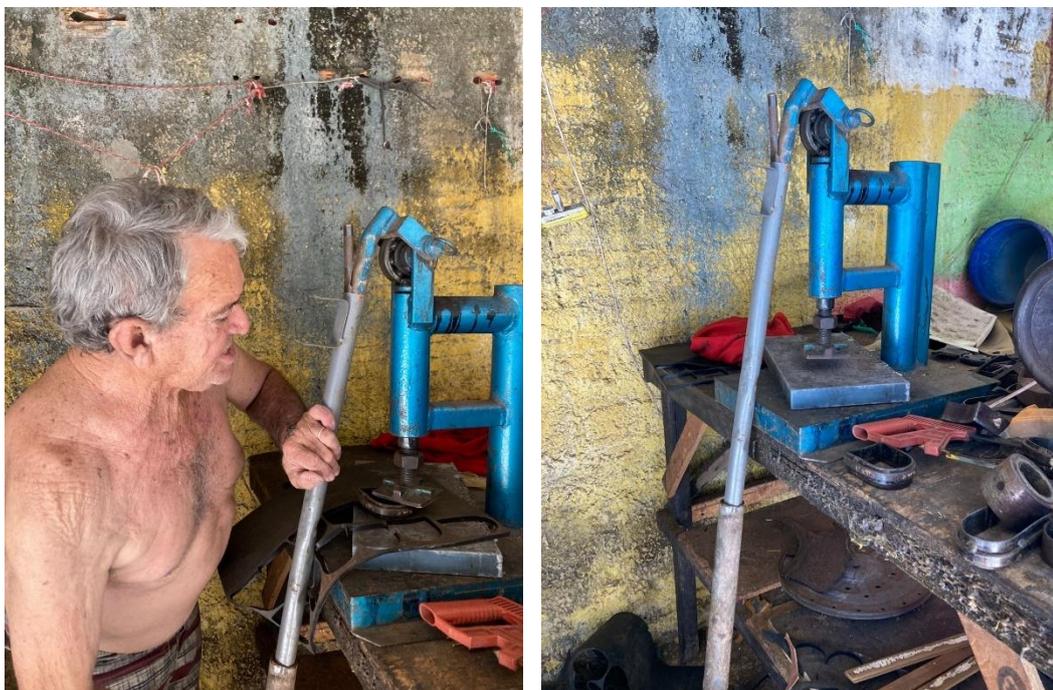
Figura 87 - Antiga loja e oficina de Chico Arte Nossa que atualmente é ocupada por um restaurante



Fonte: A autora, 2024.

Na entrada da casa algumas sandálias e sapatos da loja estavam alocados em algumas mesas, inclusive um modelo que o artesão informou ter criado para a Marca X e que não teve aprovação da gerência. Algumas poucas máquinas da oficina estavam agora em um último cômodo da casa e no quintal. Máquina de costura de pedal, um painel para pintura de couro e uma máquina de rebites que o artesão adaptou para usar como balancim manual e recortar alguns solados.

Figura 88 - Chico demonstrando o uso de um balancim improvisado feito por ele



Fonte: A autora, 2024.

Figura 89 - Sandália que Chico estava produzindo para Espedito Seleiro após não ter mais encomendas da Marca X



Fonte: A autora, 2024.

7.4 Análise Cruzada de Dados

A seleção das oficinas para realização dos estudos de casos foi feita buscando cobrir diferentes modos de atuação de seus mestres cobrindo também diferentes tipos de produtos. Neste sentido, a análise cruzada de dados permite apontar diferenças entre as oficinas, mas também foi possível verificar o que há de similaridade entre elas.

A análise cruzada também segue a cobertura teórica do Circuito da Cultura (Du Gay et al, 2013) utilizada na análise de Zé Moreno, André e Chico, apontando convergências e divergências existentes na identidade, representação, regulação, produção e consumo das oficinas.

Além disso, acrescenta-se a análise dos processos de resignificação e hibridismo, verificando o modo como aconteceram e em que momento do Circuito da Cultura podem ser mais observados.

7.4.1 Identidade

Investigar a identidade dos artesãos revelou-se uma tarefa complexa. Esse processo envolve não apenas aspectos concretos e tangíveis, como suas produções e trajetórias, mas também dimensões subjetivas, como as percepções e reflexões que cada um constrói sobre si mesmo. Trata-se de um entrelaçamento entre o fazer e o ser, entre a memória e o significado que atribuem à própria existência.

É preciso considerar que a reflexão sobre a identidade frequentemente emerge a partir de um tensionamento, um incômodo, uma ruptura ou um questionamento que pode ter se manifestado apenas com a realização desta pesquisa. Antes disso, a identidade pode permanecer como algo implícito, não problematizado, naturalizado no cotidiano dos sujeitos.

Há uma lógica presente nos discursos dos artesãos que rebatem temáticas tratadas no referencial teórico dessa tese. Uma delas diz respeito sobre o papel do mito fundador (Silva, 2014) na construção da identidade dos sujeitos. Para os artesãos do couro do Cariri, esse mito se revela através de suas falas sobre a origem de seu trabalho, que, por consequência, está ligada aos primeiros vaqueiros e artesãos do couro que ocuparam a região do Cariri. Mesmo aqueles que não

descendem diretamente de famílias ligadas ao feitiço de selas e gibões recorrem à memória dos primeiros artesãos do Cariri, como referência para legitimar e compreender seu próprio fazer.

Outra característica apontada por Hall (2016) fala acerca da identidade dos sujeitos pós-modernos não serem unificadas, nem permanentes. Nesse sentido, foi observado que os pesquisados acrescentavam à sua identidade de artesãos outras características tais como: sapateiros, seleiros, agricultores, empreendedores, mostrando que a partir de um elemento comum, cada um adicionava elementos distintos na construção de identidade próprias. Muitas vezes também faziam esse processo reivindicarem sua história para discorrer acerca de si quando esclarecem “sou o mais antigo”, “aos 10 anos eu já era artesão profissional”.

Também foi observado o uso da estratégia de diferenciação (consciente ou não) para construção de suas identidades, conforme aponta Woodward (2014). Ao descreverem quem eram, os sujeitos frequentemente apontavam aquilo que os distinguiam, destacando aquilo que não eram, como forma de se diferenciar dos demais. André, por exemplo, prefere utilizar em suas peças tons de cores mais naturais do couro para se diferenciar daqueles que utilizam muitas cores em seus trabalhos.

Apesar de se observar uma tendência dos artesãos em se identificarem como indivíduos, também é perceptível um sentimento de pertencimento coletivo. Embora atualmente não exista uma associação ou qualquer tipo de organização formal entre eles, é evidente a presença de processos colaborativos que revelam um nível significativo de identificação mútua.

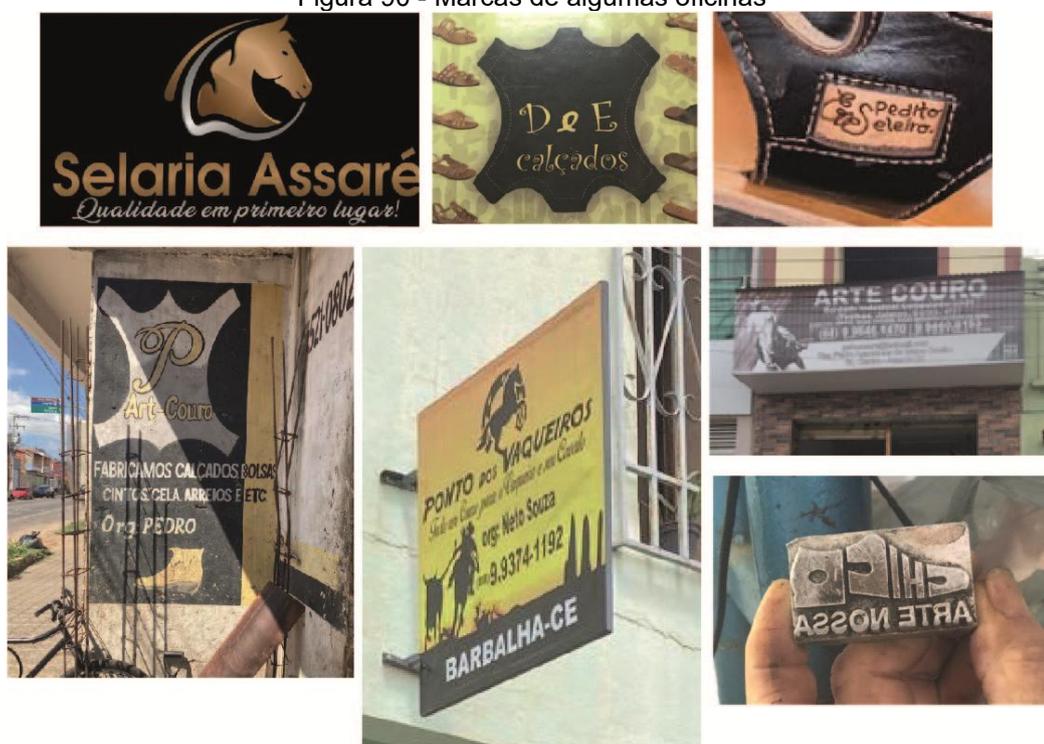
A forma como o mapeamento foi conduzido comprova essa dinâmica: a maneira mais eficaz de localizar as oficinas foi justamente por meio das indicações feitas pelos próprios artesãos, o que demonstra que reconhecem uns aos outros como pares. Essa rede de reconhecimento e apoio se manifesta, por exemplo, quando a demanda aumenta em determinada oficina e outros artesãos são acionados para auxiliar na produção. Da mesma forma, quando há escassez de trabalho, os colegas de ofício colaboram na comercialização das peças em suas próprias lojas.

7.4.2 Representação

A representação diz respeito à linguagem, seja em palavras ou imagens utilizadas, para construir um significado acerca de algo e comunicá-lo aos demais. Para Hall (2016) esse sentido é construído pelos sujeitos e ao longo do tempo vai sendo fixado até parecer natural. Neste sentido, foi observado quais seriam os elementos visuais e palavras escolhidas pelos artesãos para representar seu trabalho e suas oficinas.

O couro, por exemplo, é um elemento bastante utilizado, tanto no uso da palavra para designar as oficinas, quanto a própria forma da pele do boi quando curtida (fig. 90). Isso se dá pelo fato de ser a principal matéria prima do artesanato realizado, independentemente do tipo de produto e também pelo valor atribuído ao material, que é associado pelos consumidores à durabilidade e nobreza. Do mesmo modo, são utilizados elemento para representar as oficinas de acordo com o tipo de produto confeccionado ali. Mais uma vez, os artesãos utilizam tanto o nome quando a forma para indicar a tipologia daquela oficina, como selaria e calçados (fig. 90).

Figura 90 - Marcas de algumas oficinas



Fonte: A autora, 2024.

A partir da representação os artesãos e suas oficinas ganham reconhecimento e se conectam com seus consumidores de modo profundo. Um exemplo disso é o Mestre Espedito Seleiro, que mesmo não executando selas em sua oficina atualmente mantém a palavra em sua marca devido à grande projeção do artesão enquanto seleiro. Em um outro sentido, mas ainda reforçando o poder da representação, a Griffe do Vaqueiro passou a ser chamada André Cardoso, quando o artesão passou a atender um outro perfil de consumidor e para tanto, necessitava apresentar representações que se conectassem com esse novo público.

O Mestre Espedito, por si só, representa de forma emblemática o artesanato em couro do Cariri. Foi pioneiro ao atualizar sua produção e conquistar novos públicos consumidores, sem romper com a tradição. Além disso, é a ele atribuída a introdução do colorido vibrante e do estilo de desenho característico, desenvolvido a partir de um “s”, que se tornou marca registrada dos artefatos produzidos na região.

Figura 91 - Imagens de molde encontrado na oficina de Zé Moreno e de Espedito Seleiro



Fonte: A autora, 2024.

Em sua extensa pesquisa sobre o desenho do couro no Nordeste, Seixas (2017) conseguiu traçar a genealogia dos desenhos encontrados no Cariri, o qual chamou tradição Cariri-Pernambuco, por identificar semelhanças no estilo praticado nos dois territórios.

Um desses “passados” que contribui para o desenho de couro nordestino é o desenho de superfície coureiro de origem hispano-muçulmana (ou mudéjar): o *gadamecí* (gadamecil, gudamecin, ou gudameçir, dentre outras grafias) às vezes referido por *cordobán* ou *cordouan*. Esse tipo de desenho de superfície coureiro, também

chamado generalizadamente como “couro espanhol” ou “couro dourado” (Pereira, 2015a, p. 118), continha seu repertório de motivos; de técnicas; de usos e de representação cultural. Uma vez trasladados ao Brasil se transformaram, se adaptaram e se hibridizaram – mas mantiveram estruturas visuais e metodologias técnicas que deram os indícios possíveis para que as conexões fossem materializadas (Seixas, 2017, p. 70).

Embora os desenhos dos artefatos de couro do Cariri sejam frequentemente atribuídos a autores específicos, as matrizes que os originaram não pertencem a um único artesão. Elas funcionam como referências compartilhadas, permitindo que cada criador desenvolva sua própria interpretação. As formas e padrões que se repetem ao longo do tempo refletem aquilo que encontra maior aceitação no mercado consumidor e, por consequência, garantem melhor retorno financeiro.

Em relação ao colorido das peças visto como algo representativo no artesanato em couro caririense, só são possíveis hoje devido ao avanço recente das tecnologias de curtimento em couro. Isso mostra, mais uma vez, que a tradição é reinventada ao longo do tempo, incorpora elementos atuais, que aos poucos vamos concebendo como algo particular dessa produção. E, mais uma vez, depende dos consumidores sua aceitação e procura para que sejam cada vez mais utilizados pelos artesãos.

7.4.3 Regulação

Com a valorização dos produtos artesanais e sua inserção em novos canais de consumo, as oficinas passaram a ampliar e estruturar melhor sua produção. Esse crescimento também transformou as relações de trabalho: à medida que mais artesãos foram integrados aos espaços produtivos, tornou-se necessário formalizar os vínculos empregatícios para atender à nova dinâmica organizacional. Oficinas que crescem e passam a atender mais lojas e participar de mais feiras precisam de processos mais estruturados para cumprimento de qualidade e prazo. Do mesmo modo, o acesso à linhas de crédito e outros incentivos são direcionados para aqueles artesãos que cumprem normas de trabalho.

Em relação à comercialização os artesãos cearenses têm algumas vantagens fiscais quando vendem seus produtos. Eles são dispensados de emissão de nota fiscal em vendas diretas ao consumidor devido a regulamentações específicas para microempreendedores e produtores artesanais. Quando a transação é realizada com

peças jurídicas, eles estão isentos de pagar o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI). Este abono é assegurado através da Carteira de Artesão que reconhece os indivíduos autorizados a vender sob essas condições, já que ela incide sobre produtos considerados artesanais.

A utilização do couro como principal matéria prima também sofreu implicações a partir de legislações que impactaram no seu processamento. São regulamentações que monitoram a emissão de poluentes como cromo, o tratamento de resíduos e a utilização segura de produtos feitas pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). A maioria dos curtumes locais não conseguiu adequar sua produção e encerraram as atividades, fazendo com que os artesãos passassem a comprar o insumo de fornecedores que revendem couro curtido em outros estados. Quando utilizado, o couro livre de cromo também necessita ser certificado com selos específicos, que garantem sua qualidade e respondem à necessidade de se produzir calçados mais sustentáveis.

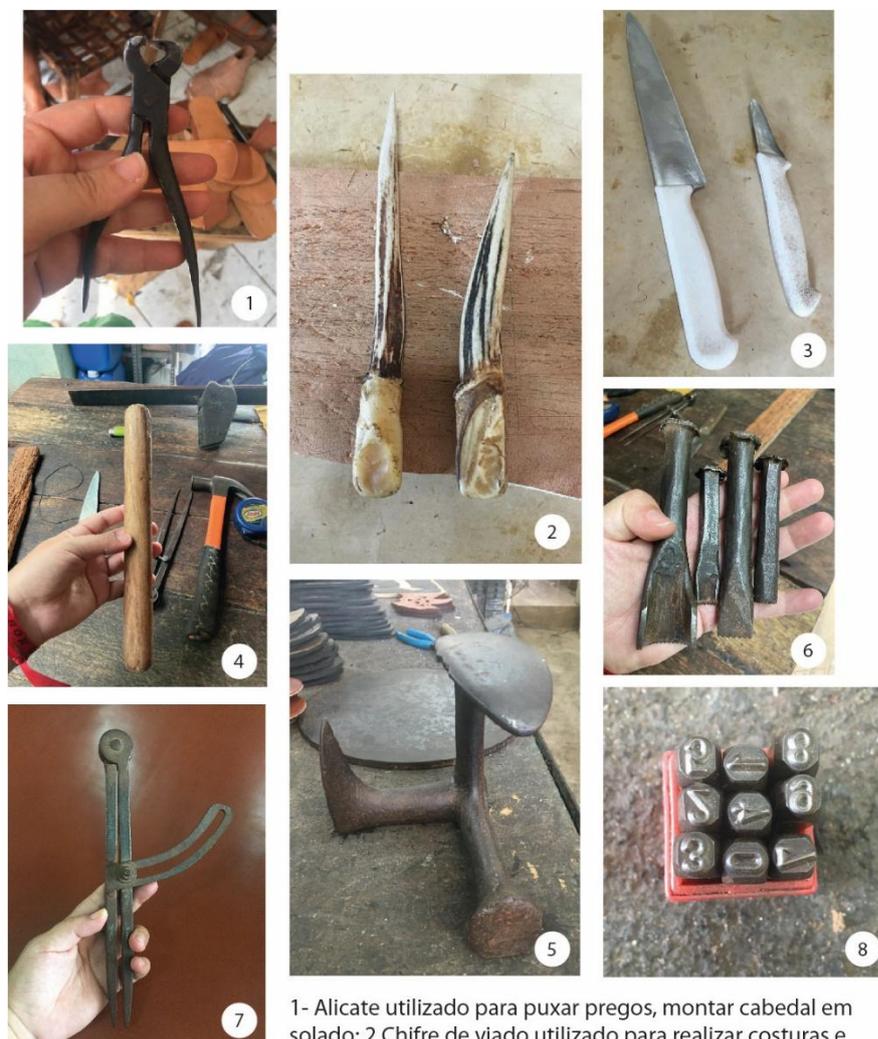
7.4.4 Produção

A análise sobre o momento da produção do artesanato em couro do Cariri contempla dois aspectos. O primeiro diz respeito a como esses produtos são confeccionados de fato, o que envolve a observação dos processos, materiais e tecnologias empregados. O segundo aspecto a ser observado é a produção do artesanato em couro como produto da cultura e como seus significados são construídos (Du Gay, 2013).

Foi observada a presença em todas as oficinas de ferramentas bastante simples (fig. 92), desde facas de corte, por vezes confeccionadas pelos próprios artesãos, alicates ou mesmo chifres de veados. Geralmente são os primeiros instrumentos que os artesãos aprendem a manusear e seguem sendo utilizados cotidianamente, independente do porte da oficina.

Alguns equipamentos de maior porte vistos com frequência foram o balancim hidráulico e a máquina de costura que permitem acelerar bastante a produção. O primeiro faz os cortes no couro utilizando a força de uma prensa, que pressiona uma faca moldada com o desenho desejado. Já a máquina de costura, além de agilizar a produção permite uma padronização nos pontos e exige menor esforço do artesão, devido a dureza do couro.

Figura 92 - Ferramentas manuais encontradas nas oficinas



1- Alicates utilizado para puxar pregos, montar cabedal em solado; 2 Chifre de viado utilizado para realizar costuras e pespontos; 3 - Facas; 4 - Pau para tirar rugas do couro; 5- Pé de ferro para apoiar sapatos e realizar montagens e consertos; 6 - Vazadores para fazer marcações no couro; 7 - Compasos para marcar couros; 8 Chichês para marcar numeração em

Fonte: A autora, 2021.

Embora as oficinas ainda utilizem equipamentos e ferramentas simples, também se observa a adoção de tecnologias mais avançadas, como o corte a laser, realizado internamente ou por meio de serviços terceirizados. Esse tipo de equipamento foi visto em pelo menos duas oficinas: André Cardoso e Caruá. É fato que esta tecnologia transforma a dinâmica da oficina: amplia possibilidades de produção e acelera processos. O equipamento também necessita ainda de mão de obra especializada para operá-la, o que demanda a contratação de alguém especializado ou a formação de um dos trabalhadores na oficina. André preferiu

admitir um designer em formação ao passo que na Caruá o próprio Daniel realiza as operações na máquina.

Essa tecnologia também foi vista nos produtos executados por Zé Moreno (fig 93). Mas como ele encomenda a gravação em uma gráfica, os processos ficam restritos a pequenas inclusões de personalizações solicitadas pelos clientes do artesão. Entende-se que, se Zé Moreno - cuja produção é predominantemente manual, familiar e situada em um contexto rural - já tem acesso a esse tipo de serviço, é possível que outros artesãos também estejam utilizando essa tecnologia.

Figura 93 - Marca de Zé Moreno aplicada no produto com clichê e marca gravada no couro a laser



Fonte: A autora, 2024.

O uso desse equipamento pode trazer uma incerteza acerca da autenticidade artesanal dos produtos que utilizam o corte a laser. Questionado sobre qual seria o impacto na sua produção e qual seria a percepção dos clientes, André afirmou que o uso da tecnologia não chega a afetar substancialmente o modo de produção, pois é empregada em produtos específicos. Acerca da assimilação pelos consumidores, em sua maioria, nem chegam a notar diferenças entre os artefatos que possuem detalhes feitos a laser e que o uso do equipamento consegue responder uma demanda cada vez maior de produtos personalizados.

De fato, é fácil o uso de laser passar despercebido para os consumidores, já que ele se assemelha ao uso de pirógrafo (fig. 94), ferramenta que utiliza calor para gravações em couro. Os cortes só se diferenciam dos realizados com navalha ou balancim devido a diferença de coloração causada pela queima que o equipamento provoca, mas que passa despercebido pelo olhar de um leigo.

Figura 94 - Exemplo de uso do pirógrafo em couro e sandália feita por André com uso de corte a laser



Fonte: A autora, 2024.

No caso de produtos para consumidores institucionais, situação onde se demanda maior uso da tecnologia de corte a laser, o uso se justifica pelo volume de peças iguais e a necessidade de acelerar os processos. Além disso, esses produtos precisam ter a reprodução da marca da instituição, o que seria difícil realizar utilizando ferramentas manuais.

Figura 95 - Parte externa e interna das carteiras produzidas por André para o CCCSE



Fonte: A autora, 2024.

Nas definições de artesanato, a questão do trabalho manual, em detrimento do uso de máquinas que realizam duplicação de peças, está sempre presente, assim como na percepção dos consumidores esse é um diferencial. O próprio PAB define que o artesanato estipula que os artesãos façam uso de técnicas predominantemente manuais e que os equipamentos utilizados não sejam automáticos. Mas, na prática,

há mais de duas décadas, balancins de corte hidráulicos e máquinas de costura com motor estão presentes na quase totalidade das oficinas. A tendência é que também as máquinas de corte a laser se atualizem e sejam cada vez mais acessíveis para os artesãos, que podem vir a inserir em sua produção esses equipamentos.

Acerca das relações de trabalho estabelecidas dentro das oficinas, elas continuam sendo conduzidas sob chefia de um mestre, que além de gerenciar a produção também geralmente se encarrega das relações com fornecedores e consumidores. Isso se altera apenas na oficina de Chico, pois o artesão segue a orientação da Marca X acerca da quantidade e tipos de calçados que serão fabricados, que determina também as cores e tamanhos. A marca também gerencia a compra de matéria prima, a comercialização e o pagamento de Chico e seus aprendizes, ficando à cargo do artesão apenas a produção dos artefatos de fato.

Acerca da produção do artesanato enquanto produto da cultura, foi identificado que os agentes envolvidos são os principais responsáveis por atrelar novos e positivos significados a estes artefatos. As ações de promoção, qualificação e fomento à comercialização atuaram de modo a conferir um novo status ao produto artesanal em couro que deixou de ser visto como segunda categoria e passou a ser reconhecido como representação material da cultura.

Uma das políticas implementadas no estado do Ceará que promove valorização dos artesãos e também estimula sua continuidade através da formação das novas gerações é o Mestres da Cultura sobre o qual esclarece Claudia Leitão³⁸:

O escopo maior desse documento legal é a proteção dos saberes e fazeres tradicionais relativos às diversas expressões das culturas tradicionais cearenses. Os mestres da cultura do Ceará passaram a contar com a proteção do estado, a qual se traduz, de um lado, pelo reconhecimento de seus talentos ancestrais através de registro no livro dos mestres da cultura de outro pela garantia de auxílio financeiro em caráter vitalício ao mestre beneficiado. (Leitão, 2014, p. 165)

Desde 2003 o governo do estado diploma, por meio de editais, os chamados Mestres da Cultura Tradicional Popular. Em 2022 a política passou a incluir também grupos e coletividade e ampliou de 80 para 100 o total de contemplados. A importância desse aparato legal é dar condições mínimas para que as manifestações culturais

³⁸ Claudia Leitão foi secretária de Estado da Cultura do Ceará de 2003 a 2006. Durante sua gestão, ela implementou diversas reformas e iniciativas culturais, incluindo o Plano Estadual de Cultura, que tinha como lema "Valorizando a diversidade e promovendo a cidadania cultural."

tenham continuidade e estimular a transmissão das técnicas e conhecimento dos mestres através das gerações.

Entre os requisitos exigidos no edital, está a reconhecida atuação na área e a realização de ações que promovam a continuidade do fazer cultural através partilha dos saberes, além de comprovada atuação por pelo menos 20 anos no estado do Ceará. O resultado que se espera é que, através dos Mestres contemplados, as manifestações culturais possam, além de sua valorização, garantir sua continuidade.

Essa política reforça a importância do artesanato em couro enquanto manifestação artística e cultural, valorizando aqueles envolvidos em sua produção e garantindo que este saber seja apreendido pelas novas gerações. Isso interfere também em seu valor de mercado, uma vez que, uma vez que os mestres são remunerados através da titulação e ficam menos vulneráveis à explorações comerciais.

Paralelamente à essa política de salvaguarda, existem também ações de cunho econômico, que buscam fortalecer os bens produzidos pelos artesãos através da melhoria de sua qualidade e comercialização. Em nível estadual é a CeArt que realiza o mapeamento, a formação e fornece acesso à espaços de consumo dos artesãos, como já foi citado. Neste sentido, sobressai a noção do artesanato enquanto negócio, onde o cumprimento de prazos, a inovação em produtos e a atenção pela qualidade são fundamentais para a manutenção do funcionamento das oficinas.

7.4.5 Consumo

O processo de consumo dos produtos artesanais foi um dos aspectos que mais sofreu transformações ao longo do tempo. Mudanças significativas ocorreram no perfil do público, nos locais de venda, nas formas de comercialização e no volume de produção desses artefatos. Esses elementos, por serem mais acessíveis e visíveis, costumam ser os primeiros percebidos por quem não conhece de perto o funcionamento das oficinas.

Para os artesãos, o fato de seus produtos serem carregados de cultura e tradição é uma das motivações ao consumo. Ações governamentais de melhoria de produtos e processos contribuem para o entendimento do artesanato como produto de valor, além do incentivo à sua comercialização. Em paralelo, designers e marcas também passaram a desenvolver peças junto a grupos de artesãos, ou inserir

elementos em suas produções. O resultado disso é a aproximação do público geral com o artesanato e incorporação destes nos hábitos de consumo da população.

Em específico, aos produtos feitos em couro, soma-se a vantagem de serem bastante duráveis pela própria característica da matéria prima. A qualidade das peças, a riqueza dos detalhes e o colorido utilizados nas peças produzidas no Cariri resultam em peças únicas que cativam cada vez mais consumidores.

Outro aspecto que permitiu a ampliação das vendas é que hoje o artesanato em couro no Cariri se destina não apenas aos vaqueiros, mas a um público bem mais abrangente, dada a variedade de produtos que são confeccionados. Aos produtos de selaria vão somando-se sandálias, bolsas, mochilas, sapatos, mobiliário e o que mais a criatividade desses artesãos permitiram, peças que alcançam consumidores com os mais variados perfis e poder aquisitivo.

O consumo por instituições que realizam encomendas de brindes ofertados aos clientes e parceiros em datas comemorativas também ampliou o mercado das oficinas. Dessa forma, os brindes fornecidos em datas especiais, os mobiliários ou outras estruturas que constituem seus espaços, quando realizados por artesãos locais, tornam-se pontos de comunicação com seus clientes, informando que as empresas estão conectadas à cultura local e atuam de forma social e ambientalmente responsável.

Além disso, consumidores institucionais operam ainda como agentes que influenciam alterações nos processos de produção, demandando o desenvolvimento de novos produtos e criando a necessidade de adequar o maquinário. O uso de máquina de corte a laser, tanto por André quanto Zé Moreno, foi estimulado pelas demandas desse tipo de cliente, que necessitam uma maior personalização, ao passo que cobram uma maior agilidade para produção.

Os canais de comercialização também passaram por um processo de grande diversificação. A maioria das oficinas iniciaram seu trabalho confeccionando produtos para revenda nos mercados de Juazeiro do Norte. Atualmente, considerando o universo de oficinas identificadas no mapeamento, os artesãos fazem uso de todos os tipos de canais de comercialização existentes: representantes, lojas, *marketplaces*, perfil em redes sociais, aplicativos de mensagens e as lojas próprias, que geralmente estão situadas junto às suas oficinas.

A ampliação do perfil de consumidores e a expansão das vendas através de novos canais de comercialização torna a oferta dos produtos artesanais em couro

cada vez mais pública. Segundo Firat e Dholakia (2003), essa é uma característica de produtos que estão mais disponíveis para os consumidores. De modo geral, esse acesso aos produtos varia bastante de oficina para oficina, existindo aqueles que demandam do cliente uma encomenda com necessidade de espera para produção, como Zé Moreno, ou aqueles cuja produção está presente em diferentes lojas físicas, como André Cardoso ou mesmo virtuais, como Caruá e Artesano.

Com a produção local ganhando maior visibilidade, os consumidores assumem um papel mais ativo na criação de novos produtos. O acesso facilitado aos artesãos permite que os consumidores mesmo distantes fisicamente escolham cores, formatos e até sugiram novos produtos, tornando-se assim parte integral do processo criativo.

7.4.6 Resignificação

O processo de ressignificação dos artefatos acontece quando seus significados são alterados ao longo do tempo, seja pela intencionalidade de quem os produz, pela passagem do tempo, pela mudança de seu contexto ou atribuição de novos usos, conforme explicam Cardoso (1998) e Belchior (2014). Estas práticas tem ocorrido com o artesanato em couro do Cariri desde o momento em os objetos que eram de uso pessoal dos vaqueiros passaram a ser utilizados para outros fins.

Na imagem (fig. 96) observa-se um gibão atualmente exposto dentro de uma moldura no hall de entrada do hotel Lu-á. Neste caso, a ressignificação acontece pela alteração de sua função original, já que o mesmo não permanece ali para ser utilizado, mas como elemento decorativo e representativo da cultura local.

Figura 96 – Gibão do Espedito Seleiro exposto no luá Hotel. Figura 97 – Hall do luá Hotel.



Fonte: Arquivo próprio, 2022.



Fonte: luá Hotel, 2023

Além da alteração do uso, no caso do gibão acima, sua inserção em um local diferente daquele onde geralmente é possível encontra-lo influencia na mudança do significado que se atribui a ele. Isso acontece porque os artefatos não são vistos de modo isolado, mas em relação no espaço e no tempo, como afirma Belchior (2014). Nesta situação, a alteração no local de exposição e a redefinição da jaqueta de vaqueiro como peça decorativa foram conduzidas por um agente externo distinto daquele que o confeccionou, neste caso, Espedito Seleiro, evidenciando um processo de ressignificação independente da intenção original do artesão.

De outro modo, intencionalmente o próprio artesão pode lançar mão desse recurso para ressignificar sua produção resultando uma valorização pelos consumidores. André Cardoso, por exemplo, passou a posicionar seus produtos em pontos de venda mais estratégicos, como lojas de shopping, onde a percepção de valor é superior à atribuída em feiras e mercados populares. Além disso, optou por estabelecer sua própria loja, onde tem total controle sobre o ambiente, a disposição dos produtos e da experiência do consumidor ao entrar no espaço. Esse processo no qual o artesão não apenas atribui um novo significado sobre seus produtos, resulta na valorização, incluindo o preço que o consumidor está disposto a pagar pelas peças ali dispostas.

Outro processo que contribuiu para a ressignificação do artesanato em couro no Cariri foi a diversificação de sua produção, com a criação de novos artefatos para além da tradicional selaria. A ampliação do repertório de produtos possibilitou sua

inserção em diferentes perfis de consumo, promovendo a circulação desses objetos em espaços variados e até distantes das cidades em que são produzidos e como foi visto anteriormente, esses ambientes podem ressignificar a compreensão do artefato.

Diante do exposto, compreende-se que os momentos do Circuito da Cultura (Du Gay, 2013) que mais influenciam na ressignificação do artesanato em couro do Cariri são, sobretudo, os de produção e consumo. A criação de novos produtos e sua inserção em espaços diversos como lojas de shopping, galerias e ambientes urbanos, geram contextos interpretativos que modificam a forma como esses artefatos são percebidos, atribuindo-lhes novos sentidos culturais e simbólicos. Esses processos não apenas transformam a maneira como os objetos são compreendidos, mas também permitem sua atualização ao longo do tempo. A ressignificação é um fenômeno dinâmico que evidencia a maleabilidade da cultura e a diversidade de interpretações possíveis, uma vez que depende, em grande medida, do olhar de quem observa (Cardoso, 1998).

7.4.7 Hibridismo

Os processos de hibridismo ocorrem a partir da mistura ou fusão de diferentes culturas, resultando em novos padrões culturais, práticas, valores ou identidades (Canclini 2019). Atualmente, com o avanço das tecnologias o mundo tem se tornado cada vez mais conectado, seja virtualmente ou pelo trânsito das pessoas resultando em um maior contato com culturas distintas e facilitando a ocorrência de hibridismo.

Como visto anteriormente, os artesãos do couro do Cariri atualmente acessam tecnologias de produção como corte a laser que permite a personalização de detalhes com uma velocidade que os equipamentos e ferramentas manuais não permitem. Isso significa dizer que, mesmo não gerando um produto visualmente diferente, o corte a laser resulta em um produto híbrido, já que incorpora processos distintos daqueles utilizados tradicionalmente.

Outra manifestação da hibridização é observada no desenvolvimento de artefatos em parceria com designers. Entre os exemplos mais notáveis, destacam-se os projetos de Espedito Seleiro com os irmãos Campana e a marca Farm, bem como o processo de criação de sapatos de Chico em colaboração com a Marca X. Essas experiências possibilitaram a integração entre o saber-fazer artesanal, com suas

técnicas e processos característicos dos artesãos do Cariri, e a visão de mercado aliada às novas demandas introduzidas por designers de outras regiões.

Principalmente com a experiência de Chico com a Marca X, foi notado a valorização dos processos locais atrelados ao design de artefatos direcionados a um público distinto do local. Esse processo resulta em criações inovadoras e carregadas de características que trazem tanto elementos da cultura local, mas que se comunicam com consumidores de outros países.

Essas experiências de desenvolvimento de produto híbridos a partir da inserção de novas tecnologias e também pela parceria com designer acontece são respostas ao surgimento de outros tipos de consumidores. Quando produtos são direcionados a consumidores distintos, principalmente aqueles que possuem uma cultura com os quais os artesãos não estão habituados, é necessário inserir elementos do universo deste público facilitando sua aceitação.

Há, no entanto, muitas vezes uma relação assimétrica de poder nos processos de hibridismo, conforme apontou Canclini (2019). Essa assimetria é vista no caso de Chico a partir do momento em que ele participa do processo de criação de novos desenhos e principalmente executa toda a modelagem, mas a Marca X não lhe dá direito de comercialização desses produtos por outros canais que não ela.

No momento em que é dispensado da produção para a marca especificamente, fica numa situação extremamente vulnerável, já que direcionou toda sua produção para ela, perdendo seus contatos comerciais. Como a marca X se recusou a conceder entrevista, não foi possível acessar os termos do contrato, nem a sua versão sobre o ocorrido, mas fica claro que a empresa dispõe de maiores condições de continuar seu trabalho enquanto Chico precisa recomeçar do zero seu ofício.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os questionamentos que deram início a esta tese versam sobre as mudanças ocorridas nas últimas décadas no artesanato em couro no Cariri. Objetos que antes se destinavam aos vaqueiros e pessoas da região passaram a ocupar passarelas de moda, lojas de visibilidade e por muitas vezes foram também assumiram funções decorativas ou mesmo artísticas. Os processos também se alteraram, o couro passou a ter maior variedade de cores e novas tecnologias foram incorporadas, resultando em produtos mais diversificados.

Para analisar esses processos foram identificadas 16 oficinas, das quais 14 se enquadraram no recorte da pesquisa onde trabalham 66 artesãos. São dados numéricos que indicam a relevância dos artesãos na região, tanto do ponto de vista cultural quanto econômico, além de informações qualitativas que permitiram conhecer melhor este universo.

Dentre as oficinas identificadas, o estudo de casos de Zé Moreno, André Cardoso, Chico Arte Nossa permitiu a compreensão dos diferentes caminhos que a atividade seguiu. Foi inesperado perceber que a selaria, apesar de ter diminuído sua demanda ao longo do tempo, ainda possui consumidores fiéis e artesãos como Zé Moreno ainda na ativa. A ampliação da cartela de produtos como fez André Cardoso foi uma estratégia assertiva, mas precisa de uma boa articulação entre produção e demandas dos clientes. A atuação enquanto fornecedor de Chico Arte Nossa, embora arriscada quando se trabalha exclusivamente para um cliente, permite ao artesão dedicar-se apenas com a produção, ficando a gestão e vendas por conta de terceiros.

O Circuito da Cultura de Du Gay *et al.* (2013) foi uma ferramenta teórica e metodológica crucial, que nos permitiu observar o artesanato em couro no Cariri sob diversos aspectos: identidade, representação, produção, regulação e consumo. Considerando a proposta de que os fenômenos culturais apresentam circularidade e interdependência entre os cinco momentos, foi possível, compreender a produção artesanal em couro como expressão dessa dinâmica. Essa abordagem permite reconhecer como os elementos simbólicos, funcionais, estéticos, sociais e econômicos se articulam na prática dos artesãos, revelando um sistema cultural complexo e interconectado.

O processo de ressignificação acontece principalmente a partir da inserção dos artefatos em novos espaços de consumo. Fora do contexto rural, onde o artesanato em couro se desenvolveu originalmente, esses artefatos passam a se conectar a outros significados. Ao serem deslocados para novos circuitos de consumo, eles deixam de ser apenas utilitários e passam a carregar valores simbólicos, estéticos e identitários, revelando camadas culturais que vão além da funcionalidade. O artesanato de modo geral adentrou a casa de consumidores mais abastados, que adquirem estes produtos por valorizarem o feito à mão, a cultura e também a tradição. Do mesmo modo, instituições e empresas incorporaram em seus ambientes ou na prática de oferta de brindes aos clientes peças exclusivas feitas pelos artesãos.

Os processos de hibridismo se manifestam principalmente na etapa produtiva, impulsionados pelas parcerias com designers, pelas políticas de formação e qualificação dos produtos, e pelo acesso a novas tecnologias. Esses fatores introduzem novas características aos artefatos, transformando não apenas sua estética, mas também sua funcionalidade e alcance.

Aliados à necessidade de adaptações, ou mesmo à criação de novos produtos voltados para diferentes canais de consumo, esses elementos contribuem para a construção de artefatos que combinam traços do artesanato local com demandas de um mercado mais globalizado. Além disso, a incorporação de tecnologias contemporâneas provoca mudanças significativas nos processos de produção e nos resultados finais, revelando uma prática artesanal em constante reinvenção.

O acesso aos produtos também se diversificou, sendo agora encontrados nas lojas ou oficinas dos próprios artesãos, em lojas especializadas em artesanato ou mesmo em plataformas de e-commerce. Como os artesãos também passaram a utilizar redes sociais e aplicativos de conversa, houve uma maior aproximação entre produtores e consumidores, permitindo os artesãos conhecerem melhor as demandas de seu público, mesmo aqueles distantes.

Este estudo é pioneiro ao abordar o artesanato em couro do Cariri, tanto pelo volume de oficinas investigadas quando pela utilização do Circuito da Cultura como ferramenta de análise. A presente tese preenche uma lacuna de informações sobre as oficinas do couro na região, possibilitando o acesso de outros pesquisadores que poderão incrementar as informações já obtidas ou analisar recortes específicos desta realidade.

Durante a pesquisa, foram encontradas dificuldades ao acessar dados sistematizados sobre a produção de couro fornecidos por prefeituras e secretarias. Esses dados são essenciais para entender a dinâmica do setor e para planejar políticas públicas eficazes, mas muitas vezes estão dispersos ou não são devidamente organizados, dificultando sua obtenção e análise. Isso implicou na dificuldade de acessar oficinas em todas as cidades do recorte territorial, o qual poderia ser facilitado com informações oficiais.

Além da falta de informações disponíveis sobre o objeto de estudo, parte da pesquisa ocorreu em meio à Pandemia do Covid-19, o que atrasou o contato com os artesãos. Além disso, como tantas outras atividades que passaram por dificuldades durante os períodos de confinamento, os artesãos também perceberam os impactos da pandemia.

A cada encontro com os artesãos, muitas ideias, questionamentos e *insights* surgiam, gerando possibilidades de novas pesquisas a serem feitas. No entanto, na pesquisa acadêmica é necessário considerar um foco para ter clareza, profundidade e viabilidade, sendo necessário ter um recorte específico. Neste caso, o Circuito da Cultura foi essencial, pois nos permitiu a análise de vários aspectos da produção do couro no Cariri, bem como nos aprofundar na pesquisa na medida certa.

Dentre as questões pertinentes a serem estudadas, estão as oficinas de fundo de quintal. Elas constituem uma considerável força produtiva com funcionamento diferenciado daquelas que investigamos. Não foi possível adentrar esses espaços neste momento, mas, através dos artesãos pesquisados, foi possível notar que elas fazem parte do cenário do artesanato em couro no Cariri e que seu reconhecimento deve agregar importantes informações para nossa compreensão do território.

Outras pesquisas, investigando momentos específicos do Circuito, como identidade, consumo e produção, também merecem atenção. São pontos de reflexão que podem gerar discussões aprofundadas, agregando novas teorias, investigando outras oficinas.

Como pesquisa sobre um fenômeno cultural, que está em constante movimento e mudança, é essencial que esteja sempre atualizada. O Cariri é uma região em crescimento, onde novos artesãos surgem, oficinas são abertas e outros profissionais se aposentam. Assim, a criação de programas e observatórios para acompanhar esses movimentos torna-se necessária.

Espera-se que este trabalho represente um marco inicial no estudo do artesanato em couro no Cariri, oferecendo uma análise interdisciplinar sobre o fenômeno e um levantamento detalhado do contexto dos artesãos e oficinas. Dessa forma, ele pode servir de base tanto para pesquisadores de diversas áreas quanto para o desenvolvimento de políticas públicas alinhadas à realidade apresentada.

REFERÊNCIAS

- AMORIM, P. **Antecedentes do desenho industrial na Argentina e no Brasil:** constituição das mentalidades industriais e dependência tecnológica. *Estudos em Design (Online)*, Rio de Janeiro, v. 29, n. 1, p. —, 2021.
- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Org.) **Cultura, consumo e identidade.** Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2016.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo:** suas mitologias e estruturas. 2. ed. São Paulo: Elfos, 2009.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida.** São Paulo: Zahar, 2021.
- BAUMAN, Z. **Amor líquido:** sobre a fragilidade dos laços humanos. São Paulo: Zahar, 2004.
- BELCHIOR, C. de L. **Reciclando os sentidos.** 1. ed. Contagem, MG: Ed. do Autor, 2014.
- BORGES, A. **Design + artesanato:** o caminho brasileiro. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.
- BRASIL. Ministério do Empreendedorismo. **Decreto de 21 de março de 1991.** Cria o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB). 2019.
- BURKE, P. **Hibridismo Cultural.** São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2006.
- CABRAL, M. I. R. **A simplicidade mestiça de Lina Bo Bardi:** expressões e transformações conceituais. 2023. 247 f. Tese (Doutorado em Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Design, Recife, 2023.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas:** estratégias para entrar e sair da modernidade. 4ª ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2019.
- CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo.** São Paulo, Cosac Naify, 2012.
- CARVALHO, G. de. **Artes da tradição:** mestres do povo. Fotos de Francisco Sousa. Fortaleza: Expressão Gráfica; Laboratório de Estudos da Oralidade, UFC/UECE, 2005.
- CENTRAL de Artesanato do Ceará – CeArt. Disponível em: <https://www.instagram.com/ceartceara/>. Acesso em: 30 de jul. de 2023

DENIS, R. C. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. **Arcos: Design, Cultura Material e Visualidade**, v. 1, n. único, out. 1998.

DU GAY, P. *et al.* **Doing cultural studies**: the story of the Sony Walkman. 2ª ed. Londres: SAGE, 1997.

DU GAY, P. *et al.* **Doing cultural studies**: the story of the Sony Walkman. 2. ed. London: SAGE, 2013.

ESCOSTEGUY, A. C. D. Uma introdução aos Estudos Culturais. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 9, p. 87-97. Dezembro, 1998. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/3014>. Acesso em: 21 jun. 2025.

FIRAT, A. F.; DHOLAKIA, N. **Consuming people**: from political economy to theatres of consumption. London; New York: Routledge, 2003.

FREITAS, A. L. C. **Design e artesanato** – uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto. 2. ed. São Paulo: Editora Blucher, 2017. E-book. pág.1. ISBN 9788580390308. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580390308/>. Acesso em: 12 jun. 2025.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GIL, A. C. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. pág.15. ISBN 9786559770496. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770496/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

GRANGEIRO, R. da R. **O trabalho do artesão do cariri cearense**: sua história, práticas e significados da atividade profissional. 2015, 166 f. Tese (Programa de Pós-Graduação em Psicologia Doutorado em Psicologia) – Universidade Federal da Bahia, Salvador.

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

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2019.

HALL, S. **Representação e cultura**: escritos de Stuart Hall. Organizado por Arthur Itaussu; tradução de Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Apicuri, 2013. p. 183–196.

HOHLFELDT, A. Estudos culturais, pós-modernidade e teoria crítica. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre. Nº 13. p. 170 – 176. Dezembro, 2000.

ITAUSSU, A. Hall, comunicação e política do real. In: HALL, S. **Representação e cultura**: escritos de Stuart Hall. Organizado por Arthur Itaussu; tradução de Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Apicuri, 2013. p. 183–196.

JOHNSON, R. O que é, afinal, estudos culturais? In: SILVA, T. T. da (Org.). 4 ed. **O que é, afinal, estudos culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

LARAIA, R. de B. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

LIMA, A. *apud* Banco do Nordeste. **Ações para o desenvolvimento do artesanato do Nordeste**. 2ª Edição - Fortaleza: Banco do Nordeste, 2002.

LIMA *et al.* **Cadernos ArteSol 1**. Olhares Itinerantes: reflexões sobre o artesanato e consumo da tradição. Artesanato Solidário/ArteSol, São Paulo: julho, 2005.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal**: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

LOJA do Bem. Disponível em: <https://www.instagram.com/lojadobemoficial/>. Acesso em: 20 de out. de 2024

LUVIZOTTO, C. K. **As tradições gaúchas e sua racionalização na modernidade tardia** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 140 p.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. 104 p. (Cadernos do Grupo de Altos Estudos; v. 1)

MATTELART, A.; NEVEU, É. **Introdução aos Estudos Culturais**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

MENEZES, E. O. O Cariri Cearense. In: SILVA, J. B. da; CAVALCANTE, T. C.; DANTAS, E. W. C. (Orgs.). **Ceará**: um novo olhar geográfico. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2005.

MILLER, D. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zaar, 2013.

NEIVA, S. S. **Desenhos de couro**: registro e memória dos desenhos no encouramento do vaqueiro sertanejo. 2022. 233 f. Tese (Doutorado em Desenho, Cultura e Interatividade) – Universidade Estadual de Feira de Santana, Departamento de Letras e Artes, Feira de Santana, 2022.

O Imaginário. Disponível em: <https://www.oimaginario.com.br/>. Acesso em: 20 de mai. De 2024

ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PAZ, O. **O artesanato**. Disponível em: <https://arteomaguas.wordpress.com/o-artista-e-o-artesao-feira-omaguas-artesanato-arte-feira-de-artesanato-norma-nacsa-pinheiros-passeios-merleau-ponty/o-artesanato-otavio-paz/>. Acesso em: 23 de junho de 2022.

RESTEPRO, E. **Sobre os Estudos Culturais na América Latina**. Revista Educação. Porto Alegre. v. 38, n. 1, p. 21-31, jan.-abr. 2015.

RIBEIRO, D. **O povo brasileiro**: A formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SACHS, I. **The Next 40 years**: transition strategies to the virtuous green path. 1991. Disponível em: unesdoc.unesco.org/images/0009/000902/090217eb.pdf. Acesso em: 4 maio 2016.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). **Termo de referência**: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato. MASCÊNE, D. C.; TEDESCHI, M. (equipe. téc.). Brasília: SEBRAE, 2010.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). **Artesanato vive movimento de crescimento de demanda e do número de profissionais cadastrados**. 2022. Recuperado de: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreadora/artesanato-vivemovimento-de-crescimento-de-demanda-e-do-numero-de-profissionais-cadastrados/>.

SERAFIM, E. F. **Design e artesanato**: análise de modelos de atuação de design junto a grupos de produção artesanal. 2015. 153 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Recife, 2015.

SCHNEIDER, B. **Design** – uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico. Trad. Sonali Bertuol. George Bernard Sperber, São Paulo: Editora Blucher, 2010.

SENNET, R. **O artífice**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

SENNET, R. **Carne e pedra**. São Paulo: Best Seller, 2008.

SILVA, C. R. L. da; LUIZ, S. **Economia e mercados**. 20. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2018. E-book. pág.1. ISBN 9788547227722. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547227722/>. Acesso em: 21 jun. 2025.

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. *In*: SILVA, T. T. (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. 15 ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000.

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. *In*: SILVA, T. T. (Org.). **Identidade e Diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. 15 ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2014.

SLATER, D. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: editora Nobel 2002.

SOUZA, A. C. R. de; MELO, S. C. B. **Circuito da Cultura e a estruturação de um discurso**: fazendo sentido do vinho do Vale do São Francisco. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

SROUR, R. H. **Modos de produção**: elementos da problemática. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1987.

WAGNER, R. **A invenção da cultura**. São Paulo: Ubu Editora, 2017.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In*: SILVA, T. T. (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. 15 ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

APÊNDICES

APENDICE A – GRIFF DO VAQUEIRO

Griff do Vaqueiro / Crato @andrecardoso.couro

 Av. Joaquim Pinheiro Bezerra de Menezes, 529 - Seminário

Mestre: André Rocha Cardoso
Data da entrevista: 15 jul. 2021

Produção: sandálias, bolsas, selaria e mobiliário.
N° de artesãos: 12

Quando tive o primeiro contato com o artesão em 2018 sua loja chamava-se Griff do Vaqueiro, mas na entrevista realizada em 2021 havia mudado para André Cardoso. Ele e o irmão Adriano começaram a fabricar artigos em couro em 1980 e em 2002 ele comprou um pequeno imóvel que nos anos seguintes foi ampliando e que hoje abriga a loja e a oficina.

Tanto o espaço da loja quanto da oficina são bastante organizados e bem divididos. Na fachada do imóvel ele coloca artefatos maiores como selas e gibões, além de peças inteiras de couro. A visita foi feita à noite, quando André dispunha de mais tempo para entrevista, mas Havia também uma vendedora que trabalhava no atendimento aos clientes além dos artesãos que ficavam na produção. André foi responsável pelo projeto da loja e faz também as fotografias dos produtos, a manutenção do instagram, o desenhos de novos modelos, contatos comerciais e formação dos artesãos e aprendizes que vão chegando pra trabalhar na oficina.

Começou trabalhando com sandálias e cintos, depois aprendeu a fazer selas e hoje possui uma produção bem diversificada que inclui bolsas e mobiliário. Atualmente a maior parte das vendas é feita na loja, mas também participa de eventos, comercializa nas lojas da Ceart e pega encomendas institucionais, como brindes corporativos.

Griff do Vaqueiro / Crato



APENDICE B - CARUÁ

Caruá / Crato

 www.carua.com.br

 Avenida Joaquim Pinheiro Bezerra de Menezes, n. 73 -Bairro Gisélia Pinheiro

Mestre: Daniel Saraiva de Lima e
Emanuel Saraiva de Lima
Data da entrevista: 03 jul. 2021

Produção: Sandálias e bolsas
N° de artesãos: 03

A Caruá, anteriormente nomeada DeE, começou suas atividades timidamente em 2016 quando produziam a partir das encomendas que iam surgindo. A oficina mudou de nome e ganhou grande visibilidade quando participou do programa Mandando Bem, do Caldeirão do Hulk em 2019, quando passaram de 500 seguidores para 50 mil no instagram, segundo Daniel. Durante o programa receberam treinamento em gestão e tiveram uma coleção de sandálias desenvolvidas por uma equipe de designers. Além disso, tiveram o maquinário trocado por equipamentos mais novos e o espaço para produção onde atualmente funciona a oficina e a loja. Uma das máquinas adquiridas foi a de corte a laser, utilizada para confeccionar os cabedais com maior velocidade e precisão.

Anteriormente chegaram a ter 12 artesãos na oficina, mas naquele momento trabalhavam apenas Daniel, Emanuel e mais dois artesãos. A redução dos artesãos foi reflexo da queda nas vendas que ocorreu durante a Pandemia do Covid-19.

Os produtos Caruá são vendidos em pontos físicos, como o Hotel Vila Galé em Fortaleza, e também em marketplaces como Olist e Mercado Livre. Recentemente, a partir da visualização do instagram da Caruá, vimos que estão realizando venda também em um site próprio. Além de comercializar peças com o nome da oficina, eles também produzem para outras marcas, como Dona Santa, de Recife e já fizeram peças para a marca Cabocla, que tem lojas na Europa.

Caruá / Crato



APENDICE C – CHICO ARTE NOSSA

Chico Arte Nossa / Crato

 Rua José Carvalho, n. 153 - Bairro Centro

Mestre: Francisco Alves de Souza
Data da entrevista: 11 nov. 2021

Produção: Sapatos e sandálias
Nº de artesãos: 02

A loja de Francisco é localizada em uma casa no centro da cidade do Crato e é a esposa do artesão que realiza a venda das sandálias ali expostas. A oficina fica distribuída nos cômodos seguintes da antiga casa. Francisco aprendeu o ofício com o pai e sempre foi o trabalho com o artesanato em couro que permitiu prover a família. Dois dos seus três filhos ainda chegaram a trabalhar com o ofício, mas com a pandemia mudaram de ramo.

A oficina é equipada com máquinas mais antigas, mas o artesão revela que gosta muito de realizar a manutenção e o reparo nelas. Nos últimos anos Francisco adquiriu um balancim, para substituir o corte manual e uma máquina de dividir pneu que faz a retirada da parte que é utilizada para confeccionar a sola das sandálias.

O artesão possui duas produções diferentes: os modelos mais tradicionais criados por ele e as sandálias e sapatos confeccionados para a marca caboclo que vende no mercado europeu.

Chico Arte Nossa / Crato



Fonte: Arquivo da autora, 2021

APENDICE D - PELÉ

Pelé / Assaré

 @artecouro_assare

 Rua Padre Agamenon Matos Coelho, n. 68 - Bairro Centro

Mestre: Pelé

Data da entrevista: 24 jul. 2021

Produção: Selaria

N° de artesãos: 04

No dia em que fomos a Assaré, Pelé estava em uma viagem entregando alguns produtos e quem nos deu informações sobre a produção foram os artesãos que davam continuidade ao trabalho. Eram quatro artesãos na oficina, que nos informaram que mais quatro artesãos também produziam em suas casas. A oficina fica no quintal de uma casa, cuja frente funciona a loja, onde acontece a maior parte das vendas.

Pelé / Assaré



APENDICE E - DURÃO

Durão / Assaré

 Rua Padre Agamenon Matos Coelho, n. 68 - Bairro Centro

Mestre: Luis Rafael Alencar - Durão
Data da entrevista: 24 jul. 2021

Produção: Sandálias
Nº de artesãos: 01

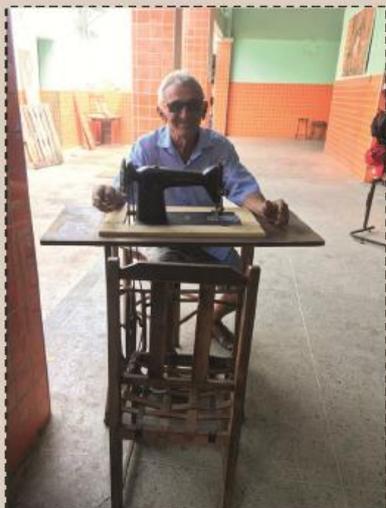
Durão conta que aprendeu o ofício no Maranhão na década de 1950, onde trabalhou em oficinas com um volume grande de artesãos. Porém, desde que retornou a Assaré, há mais de 40 anos, prefere trabalhar individualmente ou com poucos artesãos.

O trabalho é realizado na oficina e também no pequeno estande no centro da cidade, onde dispõe de uma máquina de costura com pedal, além de outras máquinas simples e manuais para confeccionar as sandálias. A venda é feita nesses dois espaços, mas relata que também já produziu sob encomenda para a marca Caboclo durante dois anos.

Ao falar sobre seu trabalho aponta, demonstra, fala com orgulho do seu capricho e faz comparações entre materiais mais macios, duros e uso de ferramentas como o chifre de viado, utilizado para fazer os "nó de buriti" e "nó de nove de peia".

Perguntado sobre os artesãos de Juazeiro, se ele conhecia algum, sua resposta bem humorada foi "No Juazeiro não tem homem pra trabalhar com sola".

Durão / Assaré



Fonte: Arquivo da autora, 2021

APENDICE E – MIÚDO

Miúdo / Assaré @selariaassare2020 Rua Dr. Paiva, n. 17 - Bairro Centro**Mestre:** Israel**Data da entrevista:** 24 jul. 2021**Produção:** Selaria**N° de artesãos:** 05

Miúdo não se encontrava na loja no dia em que fomos a Assaré, então fomos recebidos por sua esposa. Ela informou que a oficina fica em outro local no qual trabalham 5 artesãos além do próprio Israel. De todo modo, fiz alguns registros da loja, que vende artigos variados como sela, calçados, chapéus.

Miúdo / Assaré

APENDICE F – ZÉ MORENO

Zé Moreno / Nova Olinda @ze_moreno_arte_em_couro Sítio X, S/N - Zona Rural**Mestre:** Zé Moreno**Data da entrevista:** 24 jul. 2021**Produção:** Selaria e bolsas**N° de artesãos:** N° de artesãos:
02 artesãos e 01 ajudante

A oficina fica na zona rural de Nova Olinda e foi construída ao lado da casa onde mora com a esposa, que ajuda na finalização de algumas peças, e filhos, que também são artesãos. Aprendeu com o pai o trabalho de selaria, mas também produz bolsas e mochilas, que têm mais espaço no mercado e geram uma maior margem de lucro. Os clientes realizam as encomendas por telefone ou vão até a oficina, pois não conseguem produzir estoque para dispor em outros canais de comercialização.

Além de parte da costura, que é feita em duas máquinas, todos os outros processos são feitos manualmente com ferramentas simples, algumas, inclusive, herdadas do pai. Parte do beneficiamento do couro como pintura e alisar (tirar as "rugas" com facão) são feitos pelo próprio artesão.

Zé Moreno / Nova Olinda



Fonte: Arquivo da autora, 2021

APENDICA G -ESPEDITO SELEIRO

Espedito Seleiro / Nova Olinda  @espeditoseleirooficial

 R. Monsenhor Tavares, n. 318 - Bairro Centro

Mestre: Espedito Seleiro
Data da entrevista: 24 jul. 2021

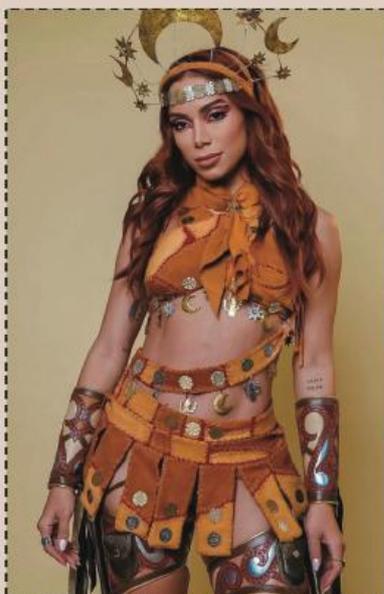
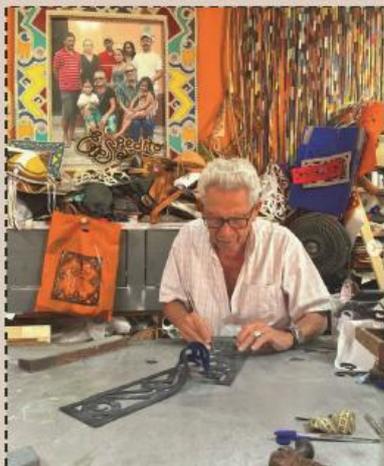
Produção: Diversificado
Nº de artesãos: 04

A entrevista para esta pesquisa foi feita com Erenilda, então responsável pela gestão da loja de Espedito, já que este não estava presente no dia que passamos em Nova Olinda. Por ser um artesão de maior visibilidade e por já termos contato direto com o mestre desde a graduação, quando realizei meu Trabalho de Conclusão de Curso sobre ele, não tivemos dificuldade de acessar informações sobre sua produção.

Espedito vem de uma família de artesãos do couro e aprendeu o ofício com seu pai. Na oficina o trabalho é feito, em sua maioria, pelos filhos e sobrinhos, mas Irenilda nos informou que existem pelo menos 30 artesãos produzindo peças para o mestre.

Iniciou a carreira confeccionando selas para vaqueiros mas, atualmente, produz desde sandálias mais simples até mobiliário. Devido sua projeção midiática é bastante requisitado para realizar customização dos mais variados objetos e também confecciona peças personalizadas para artistas. Hoje a rua onde está localizada a oficina é ocupada também pela loja e pelo Museu do Couro, transformando a via em um uma região dedicada à produção, consumo e apreciação da trajetória do trabalho em couro da família.

Espedito Seleiro / Nova Olinda



Fonte: Perfil do Instagram de Espedito Seleiro, 2021

APENDICE H – ARTESANO

Artesano / Juazeiro do Norte @artesano_fabrica

 R. José Pereira Lima, 108a - Salesiano

Mestre: José Nilton
Data da entrevista: 28 out. 2021

Produção: Sandálias
Nº de artesãos: 06

Meu contato com Gírlânio foi feito por ligação. Ele aprendeu o ofício com o pai, José Nilton, que ainda produz junto ao filho e mais 5 artesãos na oficina. A produção é focada em sandálias, principalmente a Maria Bonita e a comercialização é realizada em lojas de terceiros em Salvador, Feira de Santana, RJ, SP e também no site da própria oficina.

Artesano / Juazeiro do Norte



Fonte: Perfil do Instagram da Artesano, 2021

APENDICE I – JOCI

Joci / Caririaçu

📍 Rua José Joaquim de Santana, 190 - Bairro Centro

Mestre: Joci

Data da entrevista: 16 out. 2021

Produção: Sandálias

Nº de artesãos: 01

A oficina foi indicada por uma ex-aluna que mora na cidade de Caririaçu. O contato se deu através de Eufrásio, artesão e sobrinho do mestre Joci. A oficina é focada na produção e conserto de sandálias, com uso de máquinas simples e foco no reaproveitamento de pneus para uso nos solados. As vendas são feitas na própria oficina e em uma feira mensal de artesanato de alimentos que acontece na cidade.

Joci / Caririaçu



Fonte: Arquivo da autora, 2021

APENDICE J – PONTO DO VAQUEIRO

Ponto do Vaqueiro / Barbalha  @selariapontodosvaqueiros_ce

 R. Maria Angélica Sampaio Cardoso, n. 81 - Bairro Centro

Mestre: Antônio Coelho de Souza

Data da entrevista: 22 fev. 2022

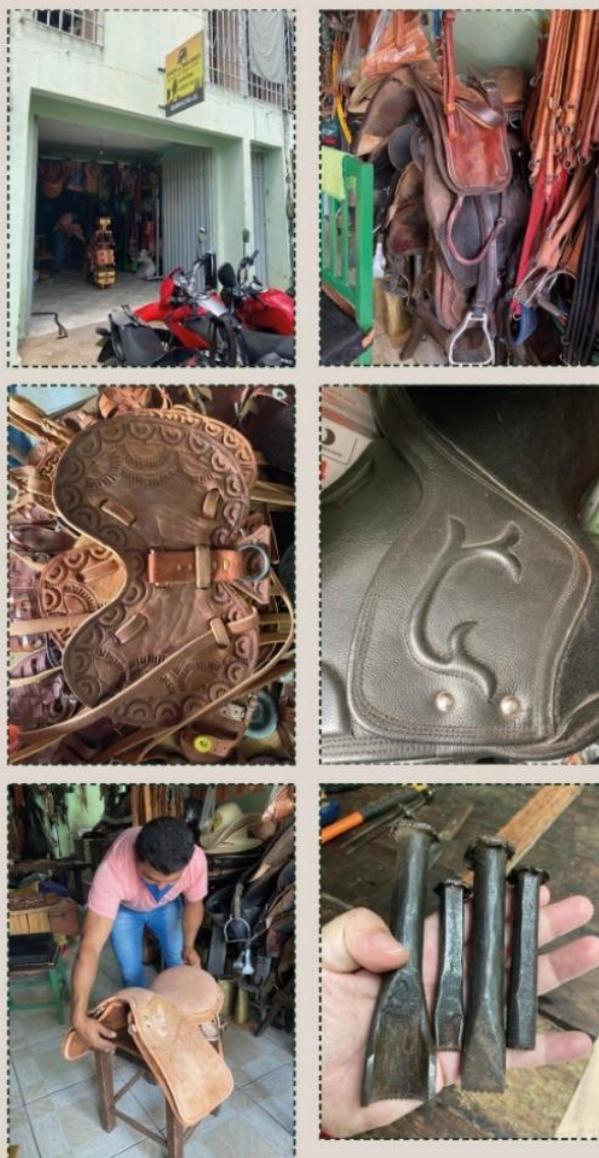
Produção: Selaria

Nº de artesãos: 02

A oficina de Antônio fica no centro da cidade de Barbalha e funciona nos fundos da loja onde vende seus produtos de selaria e outros itens do ramo feitos em fábricas da região. Ele e seus irmãos aprenderam o ofício com o pai, mas somente ele seguiu a profissão na qual trabalha desde 1990.

Para produção das selas utiliza uma máquina de costura antiga e algumas ferramentas manuais. Além de fazer as selas do zero ele também trabalha com conserto, o que gera uma clientela fiel por não existir muitos seleiros na região. Ele explicou que a demanda por selaria se transformou ao longo do tempo pois, apesar de existirem menos vaqueiros hoje, existe demanda de selas por parte daqueles que participam de 'pega de boi' (vaquejada) e de cavalgadas.

Ponto do Vaqueiro / Barbalha



Fonte: Arquivo da autora, 2021

APENDICE K - Termo de Consentimento de José Moreno Diniz



UNIVERSIDADE
FEDERAL
DE PERNAMBUCO

Declaramos para os devidos fins, que aceitaremos a pesquisadora **Juliana Loss Justo**, a desenvolver o seu projeto de pesquisa "**O processo de resignificação do artesanato em couro do Cariri à luz dos fundamentos teóricos do Circuito da Cultura**", que está sob a orientação da Profa. **Virgínia Pereira Cavalcanti**, cujo objetivo é *mapear e compreender o artesanato em couro do Cariri a partir das mudanças de consumo estabelecidas ao longo das últimas décadas*, nesta oficina.

Esta autorização está condicionada ao cumprimento da pesquisadora aos requisitos da Resolução 466/12 e suas complementares, comprometendo-se o/a mesma a utilizar os dados pessoais dos sujeitos da pesquisa, exclusivamente para os fins científicos, mantendo o sigilo e garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades.

NOVA OLINDA _____ -CE, 20/ 11 / 24 .

José Moreno Diniz

Nome / Assinatura

APENDICE L - Termo de Consentimento de André Rocha Cardoso



UNIVERSIDADE
FEDERAL
DE PERNAMBUCO

Declaramos para os devidos fins, que aceitaremos a pesquisadora **Juliana Loss Justo**, a desenvolver o seu projeto de pesquisa "**O processo de ressignificação do artesanato em couro do Cariri à luz dos fundamentos teóricos do Circuito da Cultura**", que está sob a orientação da Profa. **Virgínia Pereira Cavalcanti**, cujo objetivo é *mapear e compreender o artesanato em couro do Cariri a partir das mudanças de consumo estabelecidas ao longo das últimas décadas*, nesta oficina.

Esta autorização está condicionada ao cumprimento da pesquisadora aos requisitos da Resolução 466/12 e suas complementares, comprometendo-se o/a mesma a utilizar os dados pessoais dos sujeitos da pesquisa, exclusivamente para os fins científicos, mantendo o sigilo e garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades.

CRATO

-CE, 11/12/2024

André Rocha Cardoso

Nome / Assinatura

APENDICE M - Termo de Consentimento de Francisco Alves de Souza



UNIVERSIDADE
FEDERAL
DE PERNAMBUCO

Declaramos para os devidos fins, que aceitaremos a pesquisadora **Juliana Loss Justo**, a desenvolver o seu projeto de pesquisa "**O processo de ressignificação do artesanato em couro do Cariri à luz dos fundamentos teóricos do Circuito da Cultura**", que está sob a orientação da Profa. **Virgínia Pereira Cavalcanti**, cujo objetivo é *mapear e compreender o artesanato em couro do Cariri a partir das mudanças de consumo estabelecidas ao longo das últimas décadas*, nesta oficina.

Esta autorização está condicionada ao cumprimento da pesquisadora aos requisitos da Resolução 466/12 e suas complementares, comprometendo-se o/a mesma a utilizar os dados pessoais dos sujeitos da pesquisa, exclusivamente para os fins científicos, mantendo o sigilo e garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades.

CRATO

-CE, 11 / 12 / 2024.

Francisco Alves de Souza

Nome / Assinatura

Transcrição Entrevista André Cardoso Rocha realizada em 22 de novembro de 2021

Entrevistadora (Juliana): Entrevista com André, dia 22 de novembro de 2021. André, pode falar teu nome completo?

André: Meu nome é André Rocha Cardoso.

Entrevistadora (Juliana): Certo! Vou começar perguntando um pouco do processo de venda, de comercialização. Você falou que agora deu uma aumentando devido as demandas do comércio, o comércio agora deu um retorno. Como é que é a diferença desse momento atual para quando você começou a trabalhar com couro? Em relação ao local de venda, quem é que compra e se são as mesmas pessoas que continuam comprando.

André: Não! Durante esse tempo, eu comecei a trabalhar por conta própria, porque eu era artesão, mas trabalhava para alguém e eu comecei a trabalhar por conta própria talvez em 98. Comecei em 98 só vendendo para o mercado do Juazeiro, só que com o decorrer dos anos, quando você vê no mercado local e a concorrência dos artesãos de couro aqui no Cariri. Conhecidos são poucos, mas artesão “fundo de quintal” tem muitos e fica uma concorrência grande no Juazeiro, quem dava o preço era o comerciante. Foi onde eu vi que trabalhava o ano, as vezes com gente trabalhando comigo e quando terminava o ano eu não tinha nem meu décimo, o que foi que fiz? Vim aqui para essa avenida e coloquei essa loja e a loja abriu porta para outro mercado, depois veio uma exportação em que passei três anos exportando para a Europa e deu uma alavancada. Todo passo foi dado por causa de crise e teve uma crise que a gente teve que sair para vender nas capitais para não parar. Saímos para a capital e as coisas foram melhorando, eu esqueci o comércio local do Juazeiro. Hoje a gente tem essas parcerias, hoje eu estou com o governo do estado, que são umas cinco lojas. A gente está com uma Loja do Bem no Iguatemi de apoio ao artesão e estão vendendo bem. Hoje eu estou fechando muitas vendas para Salvador da Bahia e a gente vende quase para o Brasil todo.

Entrevistadora (Juliana): Eu tenho uma dúvida! Esses que você vendia para o Juazeiro, era você que ia lá negociar ou tinha alguém que fazia isso para você?

André: Não! Tudo era eu. Ia ao Juazeiro negociar, comprar material.

Entrevistadora (Juliana): Hoje em dia quem faz essa parte?

André: Tudo ainda sou eu. Por isso estou lhe dizendo, hoje eu tenho essa produção com mais ou menos 8 pessoas e tenho duas produções independentes, mas que são supervisionadas por mim. Criar os modelos, escolha do material... Eu seleciono o material, procuro o material e crio o modelo, entrego para eles fazerem e tem outras pessoas que são uma terceirização, já é diferente e essa é quase a produção toda deles. A gente faz uma parte aqui, manda para fazer nas casas e volta para terminar aqui.

Entrevistadora (Juliana): Tem vários modelos.

André: Vários modelos supervisionados por mim. Parte de Instagram, da divulgação ainda é a gente por ainda não ter um capital de gente para pagar essas pessoas. Porque, por exemplo, quando você contrata uma pessoa para um setor que um custo é um custo alto, então você que tem que fazer aquilo mesmo!

Entrevistadora (Juliana): Em relação a produção, quando você começou a organizar mais setorizada a produção na oficina?

André: Sempre quisemos, dentro das condições. Eu comecei com um martelo, três pares de forma e um pé de ferro, logo a gente comprou a máquina de costura, comprou as formas e comprou um balancim. O balancim é quase um processo industrial, porque quando você tem um modelo que vende muito, aí você manda fazer uma navalha e começa a cortar que agiliza a produção. A gente trabalhava muito com sandália de solado, compramos o balancim e depois veio uma máquina de prensar. Foi melhorando e fazendo uma linha de produção, no artesanato não tem como fazer em grande escala, mas fazer uma linha de produção para ver se andava rápido, agilidade do artesanato. Meu irmão hoje não produz mais, mas nós fomos os primeiros artesãos do Crato a usar o balancim, antes da gente tudo era manual. Nós fomos os primeiros e hoje em dia, quase todo mundo tem um balancim.

Entrevistadora (Juliana): Barateou mais né?!

André: É, barateou mais. Mas fomos os primeiros a comprar o balancim. Quando compramos o balancim, todo mundo achava que éramos loucos, que desperdiçava e hoje em dia só começa uma produção com o balancim.

Entrevistadora (Juliana): Você lembra, mais ou menos, quando foi que comprou esse balancim?

André: Acho que foi em 2004, 2004 a 2005. Em todo canto a gente vê o balancim, mas pode ter certeza de que nós fomos os primeiros a comprar.

Entrevistadora (Juliana): André, essas oficinas, a terceirização que você faz, quando é fora daqui, como você passa a produção? Você escreve, tira foto? Como eles sabem o que vão fazer ou a quantidade?

André: Isso é uma das coisas que estou tendo mais dificuldade, porque eu não sei usar muito o computador e hoje em dia a gente está com uma menina em meio expediente que estou quebrando a cabeça com ela para ver se deixa organizado. Hoje eu quero levar para o fabricante, a gente tira o molde, desenha com meu estilo, tira a foto, coloca uma referência e manda para lá.

Entrevistadora (Juliana): Já diz quantos querem?

André: Depende da demanda.

Entrevistadora (Juliana): Isso já está funcionando ou é uma coisa que você já quer fazer?

André: Não! É uma coisa que eu já tinha feito, mas não como eu quero fazer agora, porque quando eu ia fazer para valer, veio a pandemia. Eu tentei com pessoas, tem um homem no Juazeiro que tem uma grande fábrica de bolsas e eu queria fazer isso com ele, mas ele muito cheio não teve como, então eu recuei, eu fui em um cidadão que fazia bolsas e estava parado, estou montando a fábrica para mim e ele. Eu levo tudo para ele, hoje é uma coisa que eu vou de olhos fechados. Eu tenho uma clientela de bolsa, no Iguatemi vende bolsas demais, então são dois fabricantes que eu tenho a venda garantida até voltar ao normal.

Entrevistadora (Juliana): Hoje você está trabalhando com representante ou é só você o contato?

André: A gente já tentou muito, mas o que é que acontece?! Para artesanato eu já sou um grande, agora para colocar um representante eu sou uma criança, porque para se colocar um representante ele quer uma diária, combustível. Hoje, eu tenho uma cliente em Salvador, para 3000 pares de sandálias mensal.

Entrevistadora (Juliana): Todo mês?

André: Todo mês!

Entrevistadora (Juliana): Você atende ou não consegue?

André: Hoje estamos retomando com um negócio que eu sei que é certo, essa era uma cliente que eu tinha. Vou te explicar, antes da pandemia, eu vendia para a nora dessa cliente e eu nunca dizia quem fazia e agora ela me descobriu, passou todos os pedidos e todos os fabricantes que ela tinha, passando todos para mim, então estou me organizando. Por que eu passei a ter credibilidade? Pela entrega, por ter

compromisso. Ela me mandou “André, quero isso” e eu já fiz hoje para mostrar a ela, sempre melhorando.

Entrevistadora (Juliana): Você vai colocar sua marca!

André: Vou colocar minha marca. Ela é uma cliente tão especial lá na Bahia e hoje eu tenho o meu estilo, mas quando não for meu estilo, eu não faço questão de colocar minha marca. Eu mesmo vou propor a ela para criar uma marca dela.

Entrevistadora (Juliana): E você ser o fornecedor.

André: Fazer esse serviço para ela. Minha loja vai ser a minha cara porque eu tenho aqueles incentivos do governo. Eu comecei com artesanato e eu sou o irmão mais velho de quatro, meus outros irmãos desistiram e eu vi artesanato como arte. Eu via de um jeito e eles de outro, acho que fiquei por isso e insisti, eles viam como indústria. Eu acho o artesanato muito bom ao se dedicar. [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

mas queria ser reconhecido que nem ele e eu dia eu disse “não adianta eu ficar só na sandália se tem gente que faz móveis, gibão, chapéu... não adianta eu ficar só nisso”, porque eu ia me limitar. Se eu fosse começar do zero hoje, eu ia fazer chaveiro.

Entrevistadora (Juliana): Por quê?

André: Porque dá dinheiro e não tem concorrência. Você viu alguém aqui fazendo só chaveiro?

Entrevistadora (Juliana): Não! E eu também não vi ninguém até agora que faça tudo que você faz, de móvel a chapéu, bolsa, a gibão. Tem gente que faz só sandália, só bolsa, gente que faz só sela, mas que faça todas essas coisas, não tem.

André: Se hoje eu fosse começar, eu não ia fazer sandália, eu ia fazer chaveiro. Uma vez eu entrei na casa de uma pessoa na Paraíba, com doze funcionários, na época de mais quente fazendo chaveiro.

Entrevistadora (Juliana): André, como você falaria do seu estilo? O que é a sua cara, sua identidade?

André: [REDACTED]

Seu Espedito é uma referência a nós todos aqui. Eu faço o colorido pelo cliente, mas toda vida eu só gostei do natural, que nem na Missa dos Vaqueiros, só aquele couro mesmo. Graças a Deus, hoje eu estou vendendo bem.

Entrevistadora (Juliana): Hoje também está voltando.

André: Se você compra um móvel para a sua casa, só madeira e couro e tem um rapaz fazendo um colorido, você vai querer o colorido.

Entrevistadora (Juliana): André, você sempre teve essa clareza que se identificava?

André: Nós artesãos temos que fazer o que estava vendendo para alimentar a família, mas eu não fazia gostando.

Entrevistadora (Juliana): O você sempre gostou mais de fazer é esse estilo, mais natural, mais cru?

André: Eu só faço aquilo que acho que eu comprava, quando eu vejo um modelo que não bate comigo, eu só faço se for o cliente que peça e é o jeito. Se um rapaz lá em Fortaleza dissesse que tem um espaço para eu colocar minha mercadoria, eu só colocava as coisas que eram minha cara e graças a Deus foi onde eu cheguei.

Entrevistadora (Juliana): André, se eu perguntasse assim: Quem é André Cardoso?

André: Eu vim do sítio, não tive infância.

Entrevistadora (Juliana): Sempre trabalhou muito né?!

André: Com 13 anos eu fui ser artesão, foi a primeira vez que eu tive contato com o artesanato. Hoje eu me sinto uma criança, tenho 46 anos, porque eu nunca tive esse lado. Eu saí do sítio e faço o que eu gosto, eu não troco esse negócio aqui por capital, não troco por nada. Eu vim tão lá de baixo, que hoje eu me considero rico e eu não quero nada mais que isso, mas eu queria era ser reconhecido pelo meu trabalho e eu sou ambicioso por ser reconhecido.

Entrevistadora (Juliana): Se alguém comprasse ou se chamasse você para uma exposição ou se seu nome aparecesse em algum canto, o que você ia considerar “agora eu sou conhecido do jeito que eu quero”, como é que seria?

André: [REDACTED]

[REDACTED] O meu sonho era voltar para CEART, começar da capital e eu queria tanto mostrar o que eu tinha, que as lojas voltaram e não deu tempo, mas eu tinha um espaço para colocar lá. Eu fazia uma sandália e ficava dentro de uma parte lá que ninguém via e hoje eu coloquei lá peça grande por ser mais visto. Eu só queria ir, porque é um ponto de partida.

Entrevistadora (Juliana): Então você está conquistando aquele reconhecimento!

André: Sim! Para quem não entende o artesanato, não sabem o poder de um artesão conhecido. Quando eu tinha 22 anos eu estava em fortaleza sendo escolhido no meio

de 40 artesãos [REDACTED]. Minha trajetória me dá vontade de chorar, se você for nesses artesãos todos, eles não passaram pelo que eu passei.

Entrevistadora (Juliana): Eu vejo também uma diferença de você e eu fui em alguns que não gostam do artesanato e fazem muitas coisas bonitas, eu não sei se é um medo de dizer “isso é minha vida” e depois se decepcionar, porque as vezes tem isso.

André: Não! Concluindo, se ele soubesse que um artesão conhecido, o poder dele era tão grande, ele dava valor, mas ele não sabe. Assim, tudo é Deus, se tudo tiver de ser, você se encaixa.

Entrevistadora (Juliana): Basta só fazer sua parte!

André: Exatamente! Se você fizer o caminho certo, você chega lá. Ramo ruim é aquele que trabalha dia e noite e não recebe meio salário e eles ficam dizendo que o ramo é ruim. É porque tem pouca paciência.

Entrevistadora (Juliana): Quem está de fora só vê a parte que deu certo.

André: Só para dizer “aquele teve sorte”. Eu também coloquei na cabeça por ficar conhecido, mas é tudo empecilho que Deus vai colocando e eu disse que um dia iria chegar nos cantos e ser conhecido. No artesanato anda toda classe, estamos fazendo 120 bancos.

Entrevistadora (Juliana): E tem produção para todo mundo né?!

André: A gente tem para todo gosto e tratamos todo mundo bem. Foi com o artesanato que eu vou ficar conhecido. Eu tenho o projeto e quero vender, na Expocrato e o que eu sonhei, eu tive bem maior. Meu estande, sem ser dos órgãos públicos foi o mais visitado. Eu ganhei dos órgãos experiência, mas não tive aquela ajuda e estou achando que daqui para frente eu vou ter. .

André: Eu não entendi, a curadoria me disse isso, só que Deus foi tão bom. Caiu a ficha em que eu tenho minha loja e depois eu entrei na CEART, mas lá ainda tenho uma resistência pelos mais velhos, pois criaram uma imagem ruim de mim. Uma imagem de uma abertura dessa loja, lutando só com design e eu lado a lado com Espedito, isso é um reconhecimento muito grande.

Entrevistadora (Juliana): É aquilo que você está buscando.

André: Estou buscando! Eu ia um passo de cada vez. Por exemplo, um centro cultural desses, você acha que eles não vão ter que me apoiar aqui? Eu cheguei primeiro que o centro cultural.

Entrevistadora (Juliana): Conhecendo os artesãos, como é que o Crato não vende isso? Porque o Crato é a cidade do couro, do artesanato em couro e porque não estão

vendendo e mostrando, fazendo divulgação mostrando que aqui era a cidade do couro?

André: Você está vendo como é difícil? Eu tenho uma ideologia muito diferente, eu penso grande. Eu estou criando um estilo! Eu estou chegando aonde eu cheguei, foi com meu suor.

Entrevistadora (Juliana): E o tanto que você terceiriza.

André: No dia que eu puder, eu faço um outdoor. Na Exposição, eu vou estar ‘bombado”, mas é muito bom fazer o que gosta. No ramo do couro, tem muitos itens que eu não começaria...

Entrevistadora (Juliana): Sem vir direto na sandália!

André: Agora a sandália é o mais fácil.

Entrevistadora (Juliana): Eu acho calçados no geral mais difícil de fazer.

André: É o mais fácil.

Entrevistadora (Juliana): Veja, você tem muitos números, tem que ter muitas opções. Você vai fazer um chaveiro e faz vários do mesmo de uma vez.

André: As sandálias têm mais detalhes.

Entrevistadora (Juliana): Me diz uma coisa, eu queria saber também a questão da legislação, porque tem a lei do artesanato em que vocês têm nota fiscal própria e que muito tempo atrás tinha crianças que aprendiam juntos na oficina e hoje não pode mais.

André: Até pode, mas precisa de muita organização. Mais na frente eu vou promover uma com ajuda do estado. Hoje eu trabalho com um grupo que o que não é de carteira assinada, eu pago todos os direitos avulso, pago férias e pago décimo. Quando é para fazer um acordo, eu faço, só não pago aqueles direitos que é do governo. Sobre a nota fiscal, o que eu vendo no cartão eu pago imposto e o que eu vendo no dinheiro, temos a carteirinha do artesão.

Entrevistadora (Juliana): Dessas leis, tem alguma coisa que te dá trabalho? Você queria fazer alguma coisa, mas não consegue ou tem isso que melhorou?

André: Não! Por causa dos empréstimos. Quando uma empresa movimentou muito, pode provar que movimentou, mas o artesão não pode.

Entrevistadora (Juliana): Tem algum selo de qualidade, um registro que vocês têm que fazer ou que você quer fazer? Por exemplo, para você vender na CEART é como se dissesse “meu trabalho é bom o suficiente para vender na CEART”, ou não caracteriza isso?

André: Não! O que eu vejo na CEART é que tem que criar o estilo próprio para a CEART comprar, mas não é porque tem um estilo próprio, que a CEART vai comprar, porque ela vai vender numa loja com uma vitrine de verdade, tem que ter qualidade. Se for de qualidade e diferente, tem espaço na CEART.

Entrevistadora (Juliana): Quando fala de André, quais seriam as imagens que lhe representa?

André: Em peça pequena, já tem muito pessoal que fui eu quem ensinou. Mas eu fiz tanta coisa, que eu acho que não tem aquela coisa em específico. Eu diversifiquei muito e estou criando uns quadros e acho que vão ser a minha cara, eu fui o primeiro a colocar um gibão e um chapéu no quadro.

Entrevistadora (Juliana): Era isso que eu tinha para falar com o senhor. Muito obrigada!

Transcrição entrevista de Francisco Alves de Souza realizada em 27 de novembro de 2022.

Entrevistadora (Juliana): Seu Francisco, eu queria saber sobre a produção do senhor, o senhor sempre fez as peças que faz agora? O senhor trabalha com calçado, já fez outras coisas?

Francisco: Só o calçado mesmo. Sempre calçado.

Entrevistadora (Juliana): Porque o senhor nunca fez outra coisa...

Francisco: Eu nunca topei fazer outra coisa, só o sapato mesmo. Aliás, eu trabalho nessa arte não é porque eu gosto, a única que meu pai me ensinou foi essa. Eu queria ser era mecânico. Fui para a oficina e lá colocaram apelidos em mim e ele não gostou, me tirou de lá. Eu fiquei com vontade e ainda hoje eu gosto de mecânica.

Entrevistadora (Juliana): Como é o processo de criar os modelos? Cria sempre ou agora já são os modelos mais permanentes?

Francisco: É que nem uma música, que vem aquela inspiração, basta uma palavra às vezes para poder fazer a música toda. No sapato, a gente vai modelando-o, basta um pequeno detalhe juntando uma peça na outra, que já dá o destaque e fica na imaginação da gente. Vai escrevendo em cima da forma e dá certo.

Entrevistadora (Juliana): Qual a peça que o senhor acha que é a cara do senhor?

Francisco: Como assim?

Entrevistadora (Juliana): O senhor olha e diz “esse aqui é o sapato que eu faço”, o que o senhor se identifica mais?

Francisco: São os sapatos mesmo.

Entrevistadora (Juliana): Sapato fechado?

Francisco: Tem alguns tipos aqui.

Entrevistadora (Juliana): É madeira no solado?

Francisco: Isso é manual, de pneus. Imitando o industrial, um pouco mais difícil de fazer.

Entrevistadora (Juliana): Qual a importância que esse artesanato em couro tem na vida do senhor?

Francisco: Ele é importante porque é dele que tiro o sustento. Eu vivo trabalhando e o rapaz me paga muito bem, mais para a Europa e ele leva para lá. Tem 11 anos que trabalho para ele.

Entrevistadora (Juliana): Como foi que vocês começaram esse trabalho juntos?

Francisco: Foi através de um amigo meu, passou um ano para fazer o calçado e não fez. Eu fui até tirar os modelos para ele, fui convidado. Quando ele veio no outro ano, ele vem de ano em ano, o molde do mesmo jeito e eu disse “você não quer que eu faça não?” e ele disse que estava procurando uma pessoa para isso e até hoje ele está comprando.

Entrevistadora (Juliana): Esses moldes que o senhor usa na prensa, são dos calçados dele ou são de outros modelos?

Francisco: Só para ele, eu trabalho só para ele.

Entrevistadora (Juliana): Mas o senhor faz para vender na loja também?

Francisco: Eu parei, não estava saindo e não dava lucro. Eu não ia deixar de fazer um sapato que sai a R\$ 120,00 para fazer uma sandália de R\$ 20,00.

Entrevistadora (Juliana): O trabalho é o mesmo ou não?

Francisco: Não, não é. Pode colocar cinco pares dela que gasta mais material, muito trabalho, mas financeiramente compensa.

Entrevistadora (Juliana): Quando eu vim da outra vez, tinha um senhor e dois rapazes, eles ainda estão aqui?

Francisco: Não! Só tem um, é meu filho. Ele vem só durante a semana.

Entrevistadora (Juliana): Como vocês dividem a fabricação? Ele faz tudo ou tem coisas que só o senhor sabe fazer?

Francisco: Exato! Por isso falei com ele para trabalhar diretamente para ele, fica melhor e ele vai querer quando vier falar com ele em um mês, que ele acha um solador. Ele trabalha muito bem!

Entrevistadora (Juliana): Ele tem a oficina dele?

Francisco: Aqui é meu e dele.

Entrevistadora (Juliana): Então hoje os produtos do senhor só vendem na Europa?

Francisco: Veio um tempo para cá, mas não deu certo.

Entrevistadora (Juliana): Por quê? O que o senhor acha que não deu certo aqui?

Francisco: Qualquer coisa vem consertar e eu não gosto de consertar.

Entrevistadora (Juliana): Por quê?

Francisco: É muito ofensivo o conserto, pisa em todo canto. Não é o pé da pessoa, é onde a pessoa pisa. Passa em poeira e até ali pra dar uma gripe ou um problema sério.

Entrevistadora (Juliana): Entendi! O senhor tem ideia de quem compra o produto do senhor? Qual é o perfil, homem, mulher, jovem, idoso...?

Francisco: Gente hippie, porque eles devem achar bonito.

Entrevistadora (Juliana): Por que o senhor acha que eles devem achar bonito?

Francisco: O estilo tradicional, a tradição de família. Eles gostam de novidade, parece que estão fartos de tanta riqueza e tem gente que é assim.

Entrevistadora (Juliana): Lá é vendido em loja física?

Francisco: Em loja.

Entrevistadora (Juliana): Pela internet também ou não?

Francisco: Eles têm pela internet. Agora é caro. Sabe quanto esse sapato sai daqui? Sai por R\$ 120,00.

Entrevistadora (Juliana): Mas o senhor que vende para eles de R\$ 120,00?

Francisco: Eu que vendo para ele de R\$ 120,00.

Entrevistadora (Juliana): Lá é bem mais caro.

Francisco: Sim! Lá é uns R\$ 1000,00. É em euros que ele recebe.

Entrevistadora (Juliana): O que o senhor acha desse valor?

Francisco: Eu acho o seguinte, se ele gasta tanto para vir para cá e paga dois fretes, um para Fortaleza e as vezes até três quando passa por São Paulo. Ele paga tudo bem direitinho, todos os custos e sai muito caro.

Entrevistadora (Juliana): E para vender lá, tem alguma norma, legislação diferente do que se fosse vender aqui no Brasil? Eu lembro que o senhor disse que não pode usar uma tinta mais tóxica.

Francisco: Só bobagem deles mesmo. Não sou de fazer propaganda, sou de falar a verdade. Se me desse um sapato eu não usaria.

Entrevistadora (Juliana): Por quê?

Francisco: Porque que não gosto. Eu não gosto desse estilo, artesanato eu faço, mas não gosto.

Entrevistadora (Juliana): O senhor se considera o que? Se perguntassem “Qual a profissão de Seu Chico?”.

Francisco: Sapateiro. Eu faço o sapato e o artesanato do sapato.

Entrevistadora (Juliana): O senhor sempre trabalhou com sapato artesanal ou já trabalhou em fábrica alguma época?

Francisco: Não! Só para esse rapaz mesmo. Antigamente eu fazia industrial, em que as rasteirinhas já vinham preparadas e era só colar.

Entrevistadora (Juliana): O pessoal gosta de ver o detalhe do couro. Ele não vem buscar a peça, o senhor manda por transporte?

Francisco: Eu entrego lá no escritório dele e de lá eles mandam.

Entrevistadora (Juliana): Quando o senhor entrega, tem alguma avaliação para ver se está de acordo os modelos?

Francisco: Não, nunca prestei atenção. Mas de toda forma é registrada. Já sai daqui tudo certo, ele nunca teve problema ou sonegação de imposto.

Entrevistadora (Juliana): Não era isso de imposto, era por exemplo se ficou uma costura fora, detalhes.

Francisco: Entendi! Volta muito. Tem uma moça que trabalha lá que parece até que ela olha no microscópio, encontra qualquer defeito e volta para ajeitar.

Entrevistadora (Juliana): Acho que o povo pensa que quando vê uma loja assim simples no centro, tem que ser mais barato, mas se fosse um sapato desse lá no shopping e pedisse R\$ 500,00, ninguém ia reclamar. Se tivesse, comprava e se não, passava.

Francisco: O povo tem essa mania mesmo.

Entrevistadora (Juliana): O filho do senhor faz tempo que está trabalhando aqui?

Francisco: 3 ou 4 meses.

Entrevistadora (Juliana): E os outros meninos, onde estão?

Francisco: Também é por conta.

Entrevistadora (Juliana): Já passou muita gente aqui que aprendeu com o senhor?

Francisco: Já, muita gente já aprendeu. O rapaz que morava na Ponta da Serra, ele aprendeu comigo e faz bem feito e nunca foi reclamado, porque ele não aceitava reclamação e lá no Juazeiro ele faz do jeito que quer.

Entrevistadora (Juliana): Eu não consegui encontrar muito artesão do couro em Juazeiro, acho que porque lá é realmente mais barato.

Francisco: E couro também é uma dificuldade de encontrar e caro, uma raridade.

Entrevistadora (Juliana): O que o senhor acha que representa o artesanato em couro para quem compra seus produtos?

Francisco: Como assim?

Entrevistadora (Juliana): O que eles acham que tem qualidade no produto do senhor? A pessoa compra o produto por conta disso.

Francisco: Eu e meu irmão, aqui no Crato, somos considerados os melhores. É outro estilo, a costura, uma perfeição no serviço e em Juazeiro muita gente acha, mas só eu e meu irmão tem capacidade de fazer. Para chegar nesse rapaz, tem que passar por mim.

Entrevistadora (Juliana): O senhor que tem que avaliar a qualidade.

Francisco: Quatro pessoas aqui que trabalhava com ele. Fabricando.

Entrevistadora (Juliana): Ele faz muito para loja.

Francisco: Ele deixou e agora ele está fabricando para ele mesmo.

Entrevistadora (Juliana): Sempre quem compra o sapato do senhor era esse público ou não? Só mudou quando o senhor começou a vender na Europa? Antes disso, quem comprava?

Francisco: Era no Juazeiro.

Entrevistadora (Juliana): O senhor vendia para a loja?

Francisco: Era para loja. Não gosto de negociar, meu negócio é fabricar. Sou uma pessoa que não discuto muito, não sei discutir preço.

Entrevistadora (Juliana): No Juazeiro vendia para as lojas, que vende mais artesanatos?

Francisco: É! A sandália canoa que o pessoal gostava, já usei, gostei dela! Fabriquei muito ela e está com muito tempo que deixei de fazer, mas acho que se eu voltasse a fazer, vendia também. Dá muito trabalho, mas compensa e gasta muita sola, a sola está um preço absurdo.

Entrevistadora (Juliana): O que é que não está um preço absurdo?

Francisco: Tem dias que está demais. Muitos remédios, aumentando muito os preços.

Entrevistadora (Juliana): Aqui eu tenho visto que é farmácia e óticas.

Francisco: Um dia comprei um mesmo só por comprar, mas faço tudo a olho nu mesmo, tenho 71 anos e não preciso.

Entrevistadora (Juliana): E não usa óculos?

Francisco: Só para ler a bíblia mesmo.

Entrevistadora (Juliana): A vista está boa mesmo!

Entrevistadora (Juliana): Seu Chico era isso mesmo que eu tinha para perguntar. O senhor que colocar alguma coisa?

Francisco: Eu não sei conversar assim de entender.

Entrevistadora (Juliana): Mas é quem mais entende as coisas do trabalho do senhor.

Francisco: Eu não tenho repertório, só respondo o que perguntam.

Entrevistadora (Juliana): Quem mais sabe disso aqui é o senhor. Seu Chico, muito obrigada!

Transcrição entrevista José Moreno Diniz - 20 de novembro de 2024

Entrevistadora (Juliana): Essa marquinha já é feita a Laser e lá manda-se fazer muitas?

Entrevistado (Zé): Sim!

Entrevistadora (Juliana): Onde?

Entrevistado (Zé): Em Assaré.

Entrevistadora (Juliana): Quando começou isso?

Entrevistado (Zé): Já faz uns 6 anos ou mais. Ele tem uma máquina de fazer no couro e de fazer no ferro.

Entrevistadora (Juliana): O que o pessoal já pediu?

Entrevistado (Zé): Já pediram tantas coisas com nome, chaveiro, bolsa, às vezes em carteira. O pessoal pede e a gente manda colocar.

Entrevistadora (Juliana): Para personalizar!

Entrevistado (Zé): Sim! Qualquer coisa que você quiser personalizar, a gente manda fazer tanto a laser quanto aqui no bordado.

Entrevistadora (Juliana): Esse bordado é de onde?

Entrevistado (Zé): Aqui é de Cachoeirinha do Pernambuco, para uma colega minha. A gente faz o nome que quiser, do tamanho que quiser. A gente manda fazer do jeito que a pessoa quer.

Entrevistadora (Juliana): Muito bem!

Entrevistadora (Juliana): Vou começar perguntando um pouco como está a produção, porque estou vendo que o senhor tem um espaço novo. Por que teve que criar esse espaço novo? Qual é a diferença?

Entrevistado (Zé): O espaço estava muito pequeno para trabalhar e estamos com muitas encomendas.

Entrevistadora (Juliana): Encomenda de qual produto?

Entrevistado (Zé): Encomenda de mochila, bolsa, sola, encomendas de celote, uma variedade de coisas. A gente não está dando de conta, começamos 4 horas da manhã e vai até 9 horas da noite e eu estou sem pegar empleita, daqui para o fim do ano, eu não posso pegar empleita.

Entrevistadora (Juliana): São encomendas de uma pessoa só ou de várias pessoas?

Entrevistado (Zé): Várias pessoas. Encomenda daqui até de fora do Ceará. Crato, Juazeiro, Barbalha.

Entrevistadora (Juliana): O que foi esse monte de encomenda?

Entrevistado (Zé): Toda vida a gente teve muito serviço, mas o pessoal vendo isso de divulgar no telefone e a gente nem está divulgando. Não é ruim a gente ter muito serviço, é ruim o pessoal estar querendo e a gente não está podendo fazer.

Entrevistadora (Juliana): O senhor está trabalhando só com a família?

Entrevistado (Zé): Só com a família!

Entrevistadora (Juliana): Não está pensando em contratar mais gente não?

Entrevistado (Zé): Gente de fora, eu não estou querendo. Eu estou querendo treinar mais gente da família.

Entrevistadora (Juliana): A esposa do senhor está produzindo?

Entrevistado (Zé): Não tem tempo né?! Ela tem gravidez de risco e ainda cuidando da casa, dela mesma e de um pequeno, não tem tempo para nada.

Entrevistadora (Juliana): Entendi! Me diga uma coisa, o pessoal está chegando mais através de que? Instagram, boca a boca...?

Entrevistado (Zé): É mais por informação.

Entrevistadora (Juliana): Por que o povo chega no senhor? O que tem aqui que eles não encontram em outros artesãos, por exemplo no Crato?

Entrevistado (Zé): Eles me falam de acabamento de peças. O acabamento é bom, a segurança do serviço, porque eu faço e dou uma garantia. Por exemplo, se uma pessoa lá em Fortaleza quiser uma mochila, eu faço e mando, se ela não se agrada por qualquer motivo, volta e eu recebo. Eu sei que não posso dar prejuízo ao cliente, então ele espera um ou dois meses, porque sabe que vai receber uma coisa com garantia.

Entrevistadora (Juliana): Além disso que o senhor está falando em que o cliente fala com o senhor e o senhor concorda, mas tem alguma coisa que o senhor fala: “aqui na minha oficina, a gente faz diferente e eu acho que isso é uma qualidade do meu produto”, seja no modo de fazer ou na peça em si?

Entrevistado (Zé): Meus produtos têm qualidade, agora eu não sei qual é o maior motivo das pessoas procurarem tanto. Mas isso é garantia, qualidade, acabamento, atendimento as pessoas... isso tudo traz. Um grande conhecimento que eu tenho, vamos levando adiante e graças a Deus está dando certo.

Entrevistadora (Juliana): Conhecimento do trabalho que o senhor fala?

Entrevistado (Zé): Sim! O conhecimento do trabalho e de amizades e você sabe que amizades levam para todo lugar, agora se você decepcionar ela, ela não lhe leva mais para lugar nenhum. Graças a Deus está bom, o cliente procurando é porque está encontrando um agrado, um aconchego e volta.

Entrevistadora (Juliana): Como está a questão de preço de matéria prima, de vendas... o senhor tem sentido que aumentou o custo dos insumos?

Entrevistado (Zé): Eu acho que aumentou pouca coisa, o couro, aumentou muito e estabilizou. A gente está com o preço estabilizado desde o ano passado.

Entrevistadora (Juliana): Qual o produto que o senhor acha que mais representa o trabalho do senhor aqui hoje?

Entrevistado (Zé): Acho que os produtos que mais representam aqui hoje são sela e mochila. Tem muitas saídas.

Entrevistadora (Juliana): Certo! São públicos diferentes.

Entrevistado (Zé): Sim! Normalmente quem usa sela, não precisa da mochila.

Entrevistadora (Juliana): Eu sei que o senhor aprendeu com o pai, lembra a data que ele faleceu, quantos anos ele tinha?

Entrevistado (Zé): Ele tinha 81 anos, faleceu no mês de junho de 2016.

Entrevistadora (Juliana): Ele terminou a vida fazendo couro ou já estava debilitado?

Entrevistado (Zé): Não. Ele resolvia todos os problemas dele, andava a cavalo, trabalhava e dentro de 15 dias, ele adoeceu e morreu. Quando a gente o levou para fazer os exames, já descobriu que era câncer.

Entrevistadora (Juliana): Entendi! Aqui como o senhor trabalha com família, não tem necessidade de contratar, de formalizar, nada de carteira assinada?

Entrevistado (Zé): Não!

Entrevistadora (Juliana): Quando o senhor vai vender as peças para outro estado, precisa emitir nota fiscal?

Entrevistado (Zé): Não, eu sempre mando pelas pessoas. A menina no correio não pediu nota fiscal, só o endereço.

Entrevistadora (Juliana): O senhor consegue participar de feira ou eventos?

Entrevistado (Zé): Nunca fui, me chamaram muitas vezes, mas nunca fui.

Entrevistadora (Juliana): Não tem interesse?

Entrevistado (Zé): Eu nunca consigo peças suficientes para a feira. A gente não consegue dar conta da demanda. Recebi um convite para expor em Nova Olinda, mas não tem o que levar para expor.

Entrevistadora (Juliana): Quer ficar em família, nunca pensou em terceirizar?

Entrevistado (Zé): Como assim?

Entrevistadora (Juliana): Contratar uma pessoa de fora, mesmo que trabalhe em casa.

Entrevistado (Zé): Trabalhar com pessoas de fora, hoje em dia tem um pessoal com a malandragem muito grande. Às vezes eles ficam aqui no seu serviço e com trinta dias te denunciam, coloca na justiça e é cruel. Agora lá na casa dele, dá certo! Se eu encontrar algum que queira fazer alguma coisa na casa dele, eu coloco e tenho vontade, mas tenho medo.

Entrevistadora (Juliana): Hoje em dia o senhor se considera mais artesão ou mais agricultor?

Entrevistado (Zé): Toda vida, eu me considero mais agricultor.

Entrevistadora (Juliana): Mas eu pergunto agora, o senhor é artesão ou agricultor?

Entrevistado (Zé): Artesão. Agora estou me considerando artesão, porque deixei de ir para a roça e estou aqui.

Entrevistadora (Juliana): Qual a importância que tem de uma coisa e outra no seu trabalho? Assim, o fato do senhor ser agricultor, o senhor acha que influencia no trabalho como artesanato?

Entrevistado (Zé): Influencia porque eu gosto de criar, eu tenho meu gado, meu pedaço de terra e são coisas que eu não quero deixar, eu quero ter as duas partes.

Entrevistadora (Juliana): O que o senhor traz da roça para o trabalho no artesanato?

Entrevistado (Zé): Nada! Só a questão do recurso.

Entrevistadora (Juliana): Você estuda né?! Como está conciliando?

Entrevistado (Zé Filho): Um pouco difícil, devido à eu estar morando lá e quando eu venho para cá é sempre na correria. Trabalho fim de semana, à noite, mas tem que manter o foco das duas, não pode deixar o trabalho que é a tradição da família e nem os estudos, que é o futuro que a gente pode ter hoje em dia. Sempre tem que conciliar os dois e organizar da melhor forma.

Entrevistadora (Juliana): O povo lá na escola sabe que você faz essas coisas lindas?

Entrevistado (Zé Filho): Sabe! Eu começo apresentando, eu tenho uma mochila que eu levo e apresento. Inclusive os professores estão querendo as mochilas para encomendar.

Entrevistadora (Juliana): Como é que você se sente quando o pessoal vê tuas peças e elogia?

Entrevistado (Zé Filho): Eu sinto gratidão pelo que meu pai faz, pelo que meu avô já fazia, a tradição da família e que pode ser representado internacionalmente. Gratidão muito grande. Uma tradição que está ficando difícil, poucas pessoas fazem e essa é a oportunidade que a gente tem de mostrar esse artesanato de novo e é gratificante.

Entrevistadora (Juliana): Você acha que quando tiver adulto, com filhos, vai querer mostrar para teus filhos?

Entrevistado (Zé Filho): Com certeza! Se Deus quiser quando eu tiver meus filhos, vai vir aqui para trabalhar e não deixar a tradição morrer. Filhos, sobrinhos e quem puder da família e não pode deixar a tradição morrer, já vem há muito tempo. Sempre incentivar.

Entrevistadora (Juliana): Legal!