

A decepção de Tinker Bell e a luta das classificações: o artesanato, o Governo Federal e o Sebrae

Tinker Bell's disappointment and the fight of ratings:
Handicraft, the federal government and the Sebrae

Maria Salete de Souza Nery¹
saletenery@uol.com.br

Resumo

A partir da Base Conceitual do Artesanato Brasileiro, documento publicado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), e do Termo de Referência de Atuação do Sistema Sebrae no Artesanato, ambos publicados em 2010, busca-se problematizar a questão das classificações, e as lutas que estão em sua esteira, na canalização de valores e práticas no fazer artesanato. Tomado como aceite e consensual, o termo artesanato é lugar de disputas em sua tensão, em especial, com a arte e com o mercado. Deste modo, evidencia-se o papel e poder do Estado enquanto definidor dos sentidos legítimos que irão regular ações coordenadas de diferentes instâncias e, igualmente, dos indivíduos que se julgam e são julgados como artesãos. Assim, cabe perguntar: quais os embates presentes na definição de artesanato e quais os posicionamentos de agentes seminais a respeito? Os citados documentos são o pano de fundo para evidenciar tais questões e, igualmente, as dificuldades e impasses do governo e do Sebrae, enquanto parceiros na tarefa de impulsionar o trabalho artesanal, e mesmo nos ajudam a discutir, ainda que introdutoriamente, os possíveis significados dessa parceria.

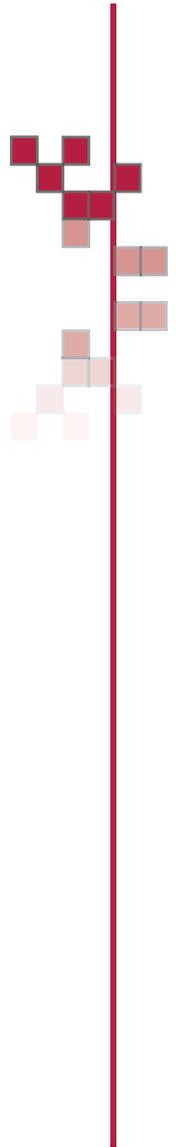
Palavras-chave: artesanato, Estado, mercado.

Abstract

Based on the Conceptual Basis of Brazilian Handicraft, a document published by the Ministry of Development, Industry and Foreign Trade (MDIC), and on the Reference Term of the Sebrae System in Arts and Crafts, both from 2010, we seek to problematize the issue of ratings and the struggles that are at stake in the channeling of values and practices in arts and crafts. Taken as accepted and consensual, the term handicraft is a place of disputes, particularly in its tension with art and the market. We outline the role and the power of the State in defining the legitimate meanings that regulate coordinated actions of different agencies and also of the individuals who are considered craftsmen. Thus, we ask: What are the clashes present in the definition of handicraft and what are the positions assumed by seminal agents about this? The documents cited above are the basis to highlight these issues and also the difficulties and dilemmas of the government and Sebrae as partners in the task of promoting handicraft and they help us to discuss, even in introductory terms, the possible meanings of this partnership.

Keywords: handicraft, State, market.

¹ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia. Professora do Programa de Pós-Graduação e do Colegiado em Ciências Sociais da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. Rua Treze de Maio, 13, Centro, 44300-000, Cachoeira, BA, Brasil.



Introdução

O que se entende por artesanato e quais os impactos dessa definição em termos de políticas públicas voltadas ao setor? A ilusão de pleno compartilhamento de mundo que constitui nossa *segurança ontológica* (Giddens, 1989) por vezes obscurece o lugar das lutas por classificação na construção dos fazeres. Aquilo que se apresenta como formalismo, determinado por uma intenção de melhor organização dos trabalhos (o esforço em definir noções-chave), é diminuído quanto às suas consequências e esquecido quanto às tensões que podem caracterizar o seu fazer. Em 06 de outubro de 2010, o governo brasileiro, através do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), lançou, no *Diário Oficial da União* (Seção 1), a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro, a fim de, segundo o documento, "subsidiar o Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro [...], [contribuindo, assim,] para a definição de políticas públicas e o planejamento de ações de fomento para o setor" (MDIC, 2010, p. 100). Tais definições, ainda em conformidade com a citada portaria, teriam sido desenvolvidas num trabalho conjunto, iniciado em 2006, pelo MDIC em parceria com as Coordenações Estaduais do Artesanato, no sentido de unificar as definições ligadas ao setor e que servem de base às ações do Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), que teve início a partir de decreto de 1995.

Tais definições contribuem para as ações articuladas entre o MDIC e o Ministério da Cultura, em especial a partir da criação da Secretaria da Economia Criativa (2012), em que o artesanato comparece como um dos setores da categoria cultural de *expressões culturais*. A interface é a compreensão de que o artesanato é uma atividade criativa que guarda potencialidades econômicas ainda pouco exploradas. Ele é um trabalho associado, em geral, à população de baixa renda e que não figura como principal fonte de ganhos nas famílias. Ao mesmo tempo em que se percebe um aumento de demanda por produtos cujas características seriam artesanais, impulsionar o setor significaria aumentar o rendimento dessas famílias, contribuir na sustentabilidade de regiões mais empobrecidas e diminuir o fluxo migratório dirigido aos grandes centros urbanos. Por fim, estimula-se o desenvolvimento de uma atividade ligada à identidade nacional, moeda de valor na inserção do Brasil no mercado internacional.

As críticas e o descontentamento em relação ao mercado capitalista levaram, a partir já do século XIX, a uma desvalorização crescente do produto industrial, mecanizado e, portanto, destituído de alma em comparação àquele bem advindo da dedicação de um indivíduo singular no processo de fabrico. A falta ou a precariedade da divisão de trabalho garantiria uma relação mais íntima, humanizada e afetiva entre aquele que faz e o que é feito, numa comunhão em que parte de seu produtor se estende e se mantém presente na obra: a alma. Em acréscimo, tem-se um produto que, a despeito da possível repetição do fazer, mantém-se único a ponto de aquilo que poderia ser entendido como defeito (de proporção das formas, diferencialidade

de tinta, linhas tortas, tamanho de traço, etc.) se transformar em marca de alto valor positivo na explicitação da unicidade da obra. O artesanato de parte da população mais empobrecida do Brasil se confunde com o que é reivindicado como novo luxo, o bem autêntico (com alma), ligado a uma experiência única do fazer (no hoje) e que remonta a uma tradição (na história) e que, portanto, estaria distanciada do caráter espúrio do mercado com meros fins de lucratividade. Se o consumo do bem industrializado é alvo de uma visão muitas vezes pejorativa, o consumo de um bem artesanal redime o seu comprador.

No entanto, se as características do novo luxo se aproximam das da produção do bem artesanal; se o artesanato ajuda a compor, na forma de bens, uma imagem do Brasil em um produto comercial com potencial de circulação internacional com, inclusive, a incorporação do debate sobre como o artesanato nacional pode contribuir para a alavancagem da moda internacional; se o artesanato é impulsionado governamentalmente também por suas possibilidades de sustentabilidade para comunidades carentes, é fundamental discutir o que significa essa maior aproximação do artesanato com os interesses de mercado. Apesar de sempre ter assumido um caráter comercial, a produção artesanal funciona a partir de uma lógica singular. O seu tempo, por exemplo, é o da paciência, em especial quando falamos de trabalho sob encomenda. Assim, impulsionar o setor significa criar um tensionamento entre a produção artesanal convencional e a dinâmica de produção capitalista que, assumimos aqui, é a lógica da moda, independentemente de o produto ser, ou não, ligado ao vestuário. Nessa lógica, exige-se produção constante (aumento de ritmo de produção) e lançamento de novidades. Duas questões se interpõem. A primeira delas se refere ao novo: qual é o lugar da novidade na compreensão do artesanal? Aí entramos na diferença e na relação entre artesanato e arte que, na hierarquização de ambos, subordina o artesanal por se caracterizar como produção repetitiva. Por isso, o artesanal é original enquanto exótico, ou seja, objeto de consumo para "estrangeiros". A segunda questão é: qual é o lugar da técnica no trabalho artesanal? São possíveis inovações? Mais uma vez: o que define o artesanal?

O objetivo deste artigo é discutir a construção da definição de artesanato por parte do Governo Federal a partir das tensões, por um lado, entre artesanato, arte e moda e, por outro lado, das relações de proximidade e distanciamento entre o que é apresentado na Base Conceitual do Artesanato Brasileiro e no Termo de Referência de Atuação do Sistema Sebrae no Artesanato, documento também publicado em 2010. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade que foi criada em 1972 (como Cebrae) por iniciativa do Ministério do Planejamento e, portanto, dentro da administração pública, mas que foi dela desvinculada em 1990, tornando-se uma entidade civil sem fins lucrativos, autônoma, cujos objetivos primordiais são o fortalecimento e promoção das micro e pequenas empresas, com atuação, em parceria, com o governo e a iniciativa privada. Além de sua sede nacional, em Brasília, o Sebrae tem pontos de atendimento nas 27 unidades da Federa-

ção (Sebrae, 2014). Como agente que contribui para a "capacitação e promoção do desenvolvimento", o Sebrae "pensa" setores como o artesanato a partir da perspectiva do negócio e, nesse sentido, tende a buscar as estratégias para sua impulsão sob esta ótica, encarnando a voz do artesanato em sua proximidade com as dinâmicas da moda. Por isso, sua documentação de base nos serve de interessante canal para problematizar as tensões que o artesanato envolve, sendo este pensado seja a partir da produção de colchas de fuxico ou mesmo da produção (artesanal) de bebidas alcoólicas.

Para tanto, na primeira parte do artigo é desenvolvida a discussão sobre a valoração do artesanato em sua relação com a arte a partir do mote proporcionado pela animação da Disney que traz uma artesã, Tinker Bell, como personagem principal. A segunda parte do artigo busca, a partir da relação entre artesanato e lógica da moda, discutir os posicionamentos do Governo Federal e do Sebrae, expressos em seus documentos oficiais, a respeito do que tomam por artesanato e suas possíveis consequências em termos de fazeres.

A decepção de Tinker Bell: "Não quero ser artesã!"

A animação *Tinker Bell – uma aventura no mundo das fadas*, produzida pela Walt Disney Pictures em 2008, retoma a personagem da Terra do Nunca e apresenta a história de Tinker Bell. Esta fada, surgida, como as demais, do primeiro sorriso de uma criança, tem, logo no início do filme, seu primeiro momento ritual, que é a descoberta de qual é o seu talento. O talento é o dom, a habilidade especial, inata e imutável, que definirá a sua atividade enquanto fada. Entre classes de talento, como a velocidade (dos ventos), a jardinagem, o domínio da luz, ou qualquer outro, o talento especial da recém-nascida Tinker Bell é revelado: ela é artesã, e de um talento muito raro, segundo avaliação e comentários das outras fadas. Assim, apesar de diferentes fadas poderem ter talentos de artesanato, algumas têm mais que outras (o talento literalmente, na animação, brilha em diferentes graus de intensidade, a depender da raridade e força do dom, quando a fada toca o objeto representativo de sua classe no momento ritual). No entanto, a primeira decepção de Tinker Bell ocorre quando dois artesãos vêm recepcioná-la para lhe servir de "anfitriões", para lhe apresentar o ofício. Longe de padrões convencionais de beleza ou *glamour*, os dois colegas da fada, ao serem vislumbrados por ela, despertam na iniciante um notório desconforto. Ela queria um trabalho vibrante e glamoroso, e a aparência dos colegas não coadunava com tal imagem e com as expectativas dela, que, inicialmente, resolve desconsiderar isso e acompanhar os dois amigos para conhecer seu local de trabalho. A primeira visão de Tinker Bell ao voar é uma esplendorosa paisagem. Ela fica maravilhada quando eles afirmam ter, enfim, chegado ao lugar: a Sala das Artesãs. No entanto, Tinker Bell tinha seus olhos voltados para a paisagem além. Eles guiam a cabeça dela para baixo. É a segunda decepção: seu local de tra-

balho e moradia parece feio e sem graça. Ainda assim, ela insiste. Recebe suas roupas e logo as transforma, de modo que fica quase irreconhecível. Primeiro sinal do talento de Tinker Bell.

Daí vem e se explica sua terceira decepção. Em que consiste o trabalho artesanal no Refúgio das Fadas? Segundo seus colegas artesãos, é resolver problemas práticos criando instrumentos úteis: "Fabricamos e criamos com arte". No entanto, a reação de uma de suas colegas fadas ao Tinker Bell buscar comparar e assemelhar o trabalho das fadas-artesãs ao das fadas-velozes revela, de imediato, a Tinker Bell que o artesanato não é visto como uma das atividades de maior prestígio na comunidade das fadas: "Eu faço forças da natureza; você faz potes e panelas. Eu trabalho no alto; e você trabalha num buraco. [...] Eu não sairia por aí me gabando do seu talento". Tinker Bell, então, resolve provar a importância das fadas-artesãs criando novos instrumentos para o momento de sua ida ao Continente para levar a primavera. Mais duas decepções: a criatividade exacerbada no discurso parece longe de se efetivar na prática: as criações de Tinker Bell para agilizar os trabalhos são simplesmente ignoradas. Elas parecem descabidas, em especial devido às aspirações de Tinker Bell, que queria ir ao Continente, sem saber que isso era vetado apenas às fadas-artesãs. Daí a verdadeira decepção: ser uma artesã era repetir as soluções pregressas numa infinidade de potes iguais. Conclusão: "Ser artesã não tem graça. Por que não vamos ao Continente? [...] Fazer isso [potes] pro resto da vida? Eu não quero ser só uma artesã ridícula!" Decide, por fim, que não será mais artesã e investe em tentar fazer o trabalho de outras fadas; tentativa frustrada, pois falta-lhe talento para tais tarefas.

Mais um momento de revelação: Tinker Bell encontra uma série de estranhos objetos perdidos que, apesar de estarem na Terra do Nunca, teriam sua origem no Continente. Instigada, ela olha, experimenta ligações, testa, pensa e, enfim, remonta uma caixinha de música. Suas amigas fadas, que estão à espreita, maravilham-se e sinalizam a Tinker Bell que ela está sendo artesã: "Criar instrumentos, dar um jeitinho nas coisas, consertar tudo... Isso é que é ser uma artesã", afirma a fada-jardineira. Contudo, o talento criativo de Tinker Bell só é efetivamente aceito na iminência de a primavera não acontecer, quando os seus instrumentos, mais rápidos na realização das tarefas, tornam-se a única solução possível. Tinker Bell, em conclusão, não é artesã de repetição. Ela é criadora e, assim, passa a ter orgulho de seu raro talento (e ainda é facultado a ela ir ao Continente sob o pretexto de devolver a caixinha de música à sua dona).

Ora, o primeiro elemento a nos chamar a atenção na animação diz respeito à ligação entre artesanato e fabricação de instrumentos úteis. Saindo do mundo das fadas e observando os chamados produtos artesanais que temos à nossa volta, somos, imediatamente, lançados em meio a uma miríade de bens que podem, ou não, ter a utilidade prática como seu fim primordial. Observamos instrumentos "úteis", no sentido convencional do termo, mas igualmente objetos de decoração da casa ou adornos pessoais, por exemplo. No entanto, tal definição de artesanato apresentada nos reenvia ao cerne da questão central deste deba-

te: a fluidez dos significados associados a esse modo de produzir bens. Ora, se a intenção do Governo Federal em 2010 foi unificar a base conceitual do artesanato brasileiro, subentende-se a preexistência de diferentes definições. Enfim, independentemente de podermos discordar do caráter unicamente utilitário atribuído à artesanaria, no escopo da animação, evidencia-se um ponto de relevância na (baixa) valorização do trabalho artesanal: o lugar possível para as inovações. É nesse sentido que se erige a distinção fundamental entre artesanato e arte.

O propósito da repetição, da criação de semelhantes, constituía a base da arte, ainda entendida enquanto habilidade em fazer algo, até a época do Renascimento. Ainda assim, mesmo lentas, as inovações aconteciam. Lembre-se a leitura renascentista da *mimese* aristotélica, no período, como imitação, a fim de compreender o direcionamento dos trabalhos e os resultados intentados, bem como a ruptura ocasionada com o descolamento do trabalho artístico (das artes plásticas) e suas mudanças de significado na afirmação da intelectualidade do fazer arte e sua associação à ideia de criação e de gênio. Até aí, fazer esculturas e pinturas era entendido como trabalho de artes mecânicas, que exigia, pois, elevado conhecimento técnico, aprendido em anos de imersão nas corporações de ofício, e baixo conhecimento intelectual (teórico). O mencionado descolamento se referiu à tentativa de fazer crer que o domínio das artes plásticas era das chamadas artes liberais, e não mecânicas. Nisso podemos ler a construção da separação entre arte e artesanato. Nesses termos, apesar de nascer do artesanato, a arte se diferenciaria daquele pelas consequências do intenso uso do intelecto, pela base teórica necessária à confecção das "artes". Tal base teórica, posteriormente, será convertida à ideia de genialidade da produção artística, que conferiria às obras uma especialidade que as colocaria fora do tempo e do espaço e tornaria o elemento da originalidade criativa uma exigência à qualificação da produção enquanto arte. A distância, pois, entre arte e artesanato cresce substancialmente; ainda mais com a afirmação do desinteresse, mesmo que interessado – como diria Bourdieu (2002) –, como condição de artisticidade. Como nos lembra o autor, a arte sempre foi comercializada, enquanto mercadorias feitas por uma pequena burguesia para serem postas à venda no mercado. A separação da arte em relação ao artesanato promove também essa ruptura: a arte, para ser genial (ou seja, para ser arte), deve ser livre e, pois, desinteressada economicamente, uma vez que uma produção interessada estaria amarrada à necessidade de aceitação pelo público; o artesanato, que teria permanecido com as características de uma arte mecânica, manter-se-ia como o labor repetitivo, interessado e fruto de um conhecimento de caráter mais técnico e, portanto, menos criativo, longe da genialidade artística.

No Renascimento, a noção aristotélica de *mimese* é lida de modo a fazer ressaltar a busca pela semelhança, em conformidade com a ideia de que se deve, acima de tudo, imitar o modo de vida de Cristo, a divindade que se fez homem para nos libertar e servir de exemplo a nossas ações. Como categoria social, ela não pode ser retirada de seus contextos de uso. É desse modo que a estética barroca enfatizará a dificuldade e mesmo impos-

sibilidade de tal imitação. A obra humana é marcada por essa busca, que acaba sempre desviada de seu propósito pela curva da artificialidade que compõe o ornato. Já os primeiros românticos repudiarão tanto a imitação como o ornato. É contra a arbitrariedade de regras exteriores que os românticos erigem o gênio como critério para a arte. Tal provocação só pode ocorrer a partir do momento em que se discute o *status* do indivíduo no que concerne ao "processo criativo". Os românticos acabam por ressaltar, junto com a valorização do indivíduo, a busca pela diferença, e nisso rejeitam a noção de *mimese*. Assim, o desaparecimento da *mimese* seria correlato da exaltação do artista como criador. No entanto, a partir dessa nova concepção de arte, como produto de um gênio criativo, nem tudo que é produzido é entendido como artístico. A arte se diferencia e deixa para trás toda uma ordem de fazeres julgados como repetitivos e, pois, inferiores. Contudo, em lugar de invalidar a noção de *mimese*, Lima (1995) propõe sua devida atualização, tendo em vista que, mesmo em Aristóteles, a *mimese* não pode ser confundida com imitação. Para o autor, a fascinação ocasionada pela *mimese* está nas promessas que ela não consegue cumprir: "ela diz o que não sabe plenamente". Ela é inesgotável em termos de compreensão. "Não há discordância em se declarar que a *mimesis* se põe em ação movida por um desejo de semelhança. E não será preciso muita perspicácia para se entender que entre essa situação inicial e o resultado final a distância é (felizmente) imensa" (Lima, 1995, p. 257). Ou seja, mesmo na tentativa de imitação, cria-se, mas em diferentes graus. No caso da arte, do modo como essa noção foi, de modo arbitrário, sendo socio-historicamente construída, a criação não apenas existe enquanto espontaneidade. Uma vez que a inovação se torna critério de avaliação, ela se coloca como obrigação. Tal obrigação permanece inexistente na artesanaria.

A obra de arte, afirma Benjamin (1986), sempre foi reproduzível, imitável, mas nunca em sua inteireza. Faltava às cópias, mesmo às mais perfeitas, "o aqui e agora da obra de arte, sua existência única, no lugar em que ela se encontra" (Benjamin, 1986, p. 167). Essa existência única, conforme o autor, confere a ela a possibilidade de uma história, que remonta não apenas às transformações em sua matéria, mas também em seu *status*, sempre variável, e à observação de quem teria sido seu(s) proprietário(s), sob quais condições e em que época. É nisso que consiste, aos olhos de Benjamin, a autenticidade da obra de arte e que escapa a qualquer reprodução técnica. No caso desta, perde-se a possibilidade de distinguir original, com seu aqui e agora, e cópias. O objeto, segundo o autor, é retirado do domínio da tradição, da possibilidade de conter uma história que o distinga de outros.

Na medida em que ela [a técnica] multiplica a reprodução, substitui a existência única da obra por uma existência serial. E, na medida em que essa técnica permite à reprodução vir ao encontro do espectador, em todas as situações, ela atualiza o objeto reproduzido. Esses dois processos resultam num forte abalo à tradição, que constitui o reverso da crise atual e a renovação da humanidade (Benjamin, 1986, p. 168-169).

Conhecer a história inscrita na trajetória da obra reproduzida tecnicamente se tornaria um trabalho inócuo. É cabível aqui lembrar um ponto fundamental: Benjamin está tratando da reprodução técnica. Apesar de a imitação compor o trabalho artesanal, não se trata, como no caso da reprodução técnica da arte, de cópias perfeitas. Apesar de se distinguirem do original, do primeiro criado, cada peça produzida, mesmo sendo cópia de um modelo, mantém sua unicidade, sua ligação com uma experiência do fazer e com a história, e guarda, como lembra Lima, o potencial da mudança. Nunca se consegue efetivamente imitar. O artesão não se coloca, e não é visto, como um falsificador. No caso deste, todo o trabalho se dirige à construção de uma cópia ao máximo próxima do "original" a ponto de ludibriar como se fosse o original. A falsificação se apoia numa inverdade e se assenta num problema ético: a intencionalidade de enganar.

O caso do artesanato parece se distinguir disso, mesmo havendo modelos que referenciam a elaboração das peças em repetição. Tal ordem de cópia é legítima no âmbito dessa produção, o que permite que as cópias sejam, inclusive, mais distantes do "original". Na verdade, tal original é, muitas vezes, um objeto perdido na história das várias gerações que se mobilizaram na continuidade do fazer. Mais que isso, as pressões por originalidade – seja pelo desejo de ser artista, seja pelas demandas do mercado em busca por novidades – impulsionam inovações na arte, criando tensões entre o reproduzir e o inovar. Tais tensões se apresentam igualmente no embate entre as vozes do artista e do artesão na defesa de seus trabalhos e no acento que cada um confere aos elementos da semelhança e da diferença nos produtos avaliados.

Ainda segundo Benjamin, a dispersão dos objetos ocasiona o acesso mais facilitado às produções, diminuindo sua sacralidade, em grande medida mantida pela unicidade da obra, seu distanciamento (pouca acessibilidade) em relação ao olhar e entendimento "comum" e pela ritualidade que marca os contatos com elas. O apelo da maioria à possibilidade de produzir e/ou ter uma obra se configura como uma espécie de ameaça à distinção do produto e do produtor. Segundo Horkheimer e Adorno (2000), a demanda crescente acarretou a formação de uma espécie de indústria voltada à produção de bens culturais com fins de comercialização. A partir do momento em que o consumo se torna objetivo primordial, este passa a nortear as produções, guiadas pela ideia de imitação e não mais de inovação, que caracterizaria o fazer artístico. A *indústria cultural*, tal como denominada pelos frankfurtianos, teria o negócio como ideologia, o que diminuiria a validade de suas produções, feitas com menor atenção à qualidade. A atitude típica do artista, de inconformismo e suspeição para com o aceito, seria substituída pela busca do aceito e do aceitável, por servirem como garantias de consumo, combinando, deste modo, as ideias de reprodução (seriada) e de mercantilização da arte.

Sobreviver de arte, ainda que apenas como intenção, fez parte do processo de autonomização do artista. Ainda que tenham existido alguns bem-nascidos, a exemplo de Flaubert, discutido por Bourdieu em *As regras da arte* (2002), há igualmente

aqueles que careciam do trabalho para a sobrevivência. Para estes, o ideal era sobreviver de arte, ou seja, vender o que não tinha preço, a sua obra. Mozart nos oferece a oportunidade de discutir a ideia (Elias, 1995). As intenções deste músico eram, a partir da comercialização de sua obra, conquistar a liberdade de produção. Contudo, a vida de Mozart evidencia como a necessidade de sobreviver da mercantilização de sua obra pode ser incompatível com a liberdade do criador. Mozart, então, opta pela liberdade, o que acaba lhe acarretando a ruína econômica, pois não viveu numa época que facilitava esses empreendimentos. O artista precisa ser reconhecido como tal para poder usufruir de relativa liberdade ou dispor de recursos econômicos de antemão para poder assumir uma atitude deveras desinteressada economicamente. O teor de sua obra passa pelo crivo de avaliação de outros, que definirão o valor da obra e se ela é arte. Trata-se de uma complexa figuração de instáveis equilíbrios de poder, e é só nela que se pode compreender como as validações de uma obra vão se conjurando. No entanto, para os que pertencem às camadas mais empobrecidas, esperar o reconhecimento como artista, na era das academias, significava estar à mercê de um debate cujos participantes, em geral, eram os especialistas, ou seja, pessoas consideradas privilegiadas no conhecimento do artístico e que teriam em suas opiniões expressas o valor do saber legítimo. Estas opiniões, por sua vez, não podem ser descoladas do fundo principal que sustenta as classificações a que procederam os especialistas: a necessidade de manter a distinção (prestigiosa) do artista e da arte. Esta, enquanto produção intelectualizada, exigiria de seu público uma intelectualidade igualmente superior para sua compreensão ser possível. Deste modo, o quilate do público consumidor se torna também um critério para a avaliação do artístico.

Ao estudar a produção literária do século XIX, Bourdieu acaba por evidenciar esse mecanismo classificatório das obras através do público consumidor. Com a valorização do bem artesanal, sob o signo da autenticidade, tal produto, mesmo advindo, como muitas vezes ocorre no Brasil, de um grupo socioeconomicamente desprivilegiado, encontra possibilidades de ser comprado por pessoas intelectualizadas e de elevado poder aquisitivo. O bom gosto, com a discussão sobre a genialidade do artista no século XIX como um dom irracional (inexplicável), deixa de dizer respeito a "berço", ou seja, a uma específica camada da sociedade. O gosto distintivo diz respeito a um conhecimento especial sobre o que é de bom gosto na profusão de produtos, caros e baratos, à disposição dos consumidores. Quando Bourdieu discute este específico ponto no que se refere à arte, menciona a distância temporal necessária até que haja a banalização de dado objeto artístico – o processo é normalmente lento. Além disso, o objeto artístico, estando acima de qualquer consideração temporal, ganha ares de universalidade.

Questionar o "desinteresse" do produtor, contudo, é perguntar acerca do que é primordial para ele: o sucesso, ou seja, a venda, ou a obra em si? No entanto, há outra questão talvez mais importante no que toca a essa discussão: se, no caso da arte, o artista reclama sua independência, quais as possibilidades

e limites para a independência do artesão? Ao que parece, a resposta é a mesma para ambos. Não há nada que leve a crer que o artesão seja mais interessado que o artista, a não ser por um posicionamento pessoal e pela construção de uma concepção de artesanato que se manteve próxima à produção renascentista: uma atividade mecânica para fins comerciais. A história da construção da concepção de arte, em especial a partir do período citado, é que primou por um crescente distanciamento dessas premissas, apesar de a arte sempre ter sido comercializada. Ou seja, há menos pudor em um artesão afirmar seu interesse econômico. Por outro lado, se, ao discutir a consolidação do processo de autonomização da literatura no século XIX, Bourdieu trata, ao identificar os agentes atuantes no campo, da posição dos especialistas e seu quilate de poder na definição do artístico, devemos lembrar, e aqui também é esse nosso interesse, o atual lugar do Estado ao assumir a tarefa de equalizar a difusa e problemática noção de artesanato. Em meio a uma pluralidade de visões e concorrências e a uma noção que socio-historicamente vem sendo tecida e retecida em conformidade com os novos arranjos figuracionais, o Estado se coloca no papel de arbitrar em tom conclusivo sobre o arbitrário, tornando-se a voz por sobre as vozes. Todavia, antes de adentrar nesse ponto, é importante discutir as aproximações entre artesanato e moda.

Quando o artesanato vira moda: o Governo e o Sebrae

Quando se fala em moda, a primeira imagem que surge é a discussão a respeito de vestuário e adornos. De fato, o lugar da produção têxtil e vestimentar nos primeiros impulsos e no desenvolvimento do capitalismo foi notório. Como lembra Werner Sombart (1979), a primeira indústria a assumir características capitalistas foi a da seda. Ao mesmo tempo, a Revolução Industrial se deu com forte peso da indústria têxtil, e o consumo de vestuário, desde o século XVIII, já seguia um ritmo frenético de gosto por novidades e de rápida descartabilidade dos produtos – não por acaso, Veblen (1985) dedica parte de sua obra à discussão sobre o consumo e dispêndio conspicuo a partir das roupas. É nesses termos que o modo de produção e de consumo de vestuário acabam se tornando modelares no capitalismo. Ou seja, os diferentes bens capitalistas seguem uma mesma lógica inspirada inicialmente na moda-vestuário, mas que se expande a ponto de a lógica capitalista de produção e de consumo se confundir com a lógica de produção e consumo da moda.

Se, junto com Simmel (2002) na passagem para o século XX, pensarmos a moda como uma lógica de produção/consumo, em lugar de pensá-la como um setor de produtos, logo somos obrigados a assumir a premissa de que o mundo capitalista é de produção de moda, ou seja, que os diferentes bens comercializados, independentemente do setor, são produzidos sob a marca de um novo que deve se generalizar e fenecer para dar lugar a outras novidades no mercado. Como sugere o autor, para a moda (enquanto lógica) continuar viva, as modas (as diferentes inova-

ções) devem morrer. Tais inovações, contudo, são mais desejadas e divulgadas do que propriamente criadas, uma vez que se trata mais de pequenas diferenças apresentadas nos detalhes das coisas do que propriamente de grandes inovações, com o intuito de atender anseios de individualização. Assim, novos produtos são continuamente buscados, mas, como se trata de mercado, sem que estes (estas “inovações”) signifiquem grandes riscos, a fim de que se tenha a garantia de que o produto encontrará compradores. Logicamente, as mudanças efetivas são mais lentas e processuais do que a imagem do frenetismo das novidades ajuda a evidenciar. E, no mundo da produção industrial, a grande novidade atual é o antigo, isto é, o produto vinculado a uma concepção de tradição que seria, é assim entendido, o avesso da produção capitalista, mas que é por ela fagocitado. Em outros termos: o antimoda torna-se moda. Essa conversão proporciona inquietantes hibridações, pois não se trata meramente de uma maior busca pelo tradicional; este deve ceder, em alguma medida, às características (moda) do mercado. Tal atendimento pode ser lido como pressão por aumento de produtividade, organização do processo comercial, atendimento a demandas (tendências de consumo, por exemplo, de certas cores da estação, definidas pelo trabalho da indústria química e expostas em cadernos de tendências), inovação tecnológica, dentre outros.

Como foi afirmado, as críticas e certo tédio na relação com o produto industrializado convencional aquecem a busca por bens (mesmo comercializados) que suscitem emoções. A afetividade do produto não deve remeter exclusivamente às experiências que seus usos podem proporcionar, ela deve compor, desde sempre, o produto no seu fazer. Ao lado do industrial, pois, figura o manual, o rústico e o “tradicional”, aquilo que demandaria uma experiência no fazer dada pela dedicação de um indivíduo à confecção do bem. Uma comunicação se estabelece entre comprador e fabricante através do produto, liame entre diferentes ordens de histórias e vidas. Assim, a mercadoria recobra sua alma perdida e ganha valor simbólico, mesmo podendo ser barata em preço. Ao mesmo tempo, garante distinção a um seletivo grupo de compradores que, na dificuldade de se diferenciar a partir do caro (mais acessível a grupos emergentes), destacam-se por um saber restrito a respeito das coisas de bom gosto e que podem ser encontradas no caro e no barato. Ora, como afirmado, se a genialidade é um dom que não é associado a qualquer classe específica, a produção de coisas de bom gosto também se torna, digamos, mais democrática, no sentido de que não é privilégio apenas dos bem-nascidos. Contudo, identificar o que é de bom gosto dentre o barato, o acessível a qualquer um, exige um conhecimento burilado, distinto, e uma disposição quase arqueológica em se dedicar a escavar, na diversidade, o bem de valor. Essa procura se torna, em si mesma, uma experiência requisitada como elemento fundamental a também compor o valor afetivo (e, pois, simbólico) do objeto adquirido.

No Brasil, a associação entre trabalho artesanal e trabalho escravo ou trabalho de pobres faz com o que o mercado estrangeiro seja entendido como o mais promissor e com que o escoamento do artesanato no mercado interno signifique maior atendimento

às mencionadas demandas de uma lógica de moda, já que a compra do artesanal como experiência distintiva diz respeito a uma gama muito pequena de compradores. E, mesmo neste caso, ambivalentemente, a valorização do artesanal igualmente impulsiona sua serialização. A repetitividade da artesanaria e a inexistência de obrigação do desinteresse econômico favorecem a aproximação dela com a lógica de produção da moda; no entanto, enquanto moda, a repetição *ad infinitum* é altamente condenável. Do ponto de vista dessa lógica, é fundamental o investimento em inovação para garantir a reprodução do mercado e a possibilidade de um comprador ser fidelizado e não esgotar sua relação com dado fabricante em apenas uma compra. O comprador deve permanecer e, para isso, os produtos devem mudar. A valorização do artesanal implica a manutenção da artesanaria enquanto trabalho manual e dedicado, mas até o sentido do manual (que possibilitava o uso apenas de instrumentos qualificados como rústicos) é questionado. É possível ou desejável barrar inovações técnicas/tecnológicas quanto ao artesanal? Como fica a questão? Ao mesmo tempo em que, portanto, se questiona: a definição/classificação de artesanal deve servir de obstáculo à criatividade? Uma vez que uma série de ações de valorização do trabalho com artesanato se erigem a partir de uma definição imutabilista, isso não pressiona os indivíduos a serem menos criativos a fim de serem beneficiados por possíveis políticas públicas dirigidas ao setor? Ao mesmo tempo, o que esperar do Governo Federal senão políticas que protejam as tradições contra a voracidade do mercado? No entanto, não cabe ao mesmo Governo o papel de incentivar mecanismos que permitam a sustentabilidade de comunidades carentes, e o artesanato, valorizado atualmente, não seria um meio para isso (mas numa associação com o mercado do qual essas mesmas tradições devem ser protegidas)? Um dos mecanismos para ajudar a promover o aumento de produção é o estímulo à formação de cooperativas e associações. Estes e outros incentivos funcionam apenas a partir do momento em que se instituem agentes que funcionariam como intermediários na relação entre artesãos e Governo. Um desses intermediários é o Sebrae, que atua ministrando cursos e prestando consultorias em seu trabalho parceiro com o Governo e com a iniciativa privada. Um de seus objetivos é incentivar o empreendedorismo, o que significa promover a aproximação maior entre artesanato e mercado.

Segundo a *Base Conceitual do Artesanato Brasileiro*, formulada pelo MIDIC (2010) em parceria com as Coordenações Estaduais do Artesanato, esta atividade

compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios (MIDIC, 2010, p. 100).

Na diferenciação em relação à arte popular, afirma-se que

enquanto o artista popular tem profundo compromisso com a originalidade, para o artesão essa é uma situação meramente eventual. O artista necessita dominar a matéria-prima como o faz o artesão, mas está livre da ação repetitiva frente a um modelo ou protótipo escolhido, partindo sempre para fazer algo que seja de sua própria criação. Já o artesão, quando encontra e elege um modelo que o satisfaz quanto à solução e forma, inicia um processo de reprodução, a partir da matriz original, obedecendo a um padrão de trabalho, que é a afirmação de sua capacidade de expressão. A obra de arte é peça única que pode, em algumas situações, ser tomada como referência e ser reproduzida como artesanato (MIDIC, 2010, p. 100).

As características do artesanal seriam, portanto: trabalho de transformação da matéria-prima; trabalho predominantemente manual (com "auxílio limitado de máquinas" e afins) e de execução, por excelência, por um só indivíduo; com valor cultural; de produção repetitiva. Quanto ao valor cultural, o documento acaba por explicitar do que se trata ao definir, no inciso IV do parágrafo primeiro, artigo quarto, que não constituem artesanato as "habilidades aprendidas através de revistas, livros, programas de TV, dentre outros, sem identidade cultural" (MIDIC, 2010, p. 100). Ou seja, para ser artesão, o indivíduo deve ter aprendido as artes do ofício através de contato direto com outro indivíduo ou grupos de indivíduos, num aprendizado intergeracional que o insere numa história, que se entende enraizada, dos saberes e fazeres quanto ao manejo das mãos e de instrumentos, bem como quanto à incorporação de padrões de produtos. Não é, portanto, artesão aquele que

trabalha de forma industrial, com o domínio de máquina e da divisão do trabalho, do trabalho assalariado e da produção em série industrial [...] No artesanato, mesmo que as obras sejam criadas com instrumentos e máquinas, a destreza manual do homem é que dará ao objeto uma característica própria e criativa, refletindo a personalidade do artesão e a relação deste com o contexto sociocultural do qual emerge (MIDIC, 2010, p. 100).

A atuação estatal se firma na proteção de um saber/fazer que se entende, pois, como popular e tradicional, nos termos do que se entende por tais, ameaçados por não permitirem os desejados retornos econômicos por seu baixo preço, pela concorrência desleal por parte dos produtos industriais e pela relação com grupos de cor e de classe de menor prestígio social. O trabalho artesanal, em geral, não garante o sustento desses grupos, o que justifica seu caráter de renda complementar e de trabalho feminino, realizado nos intervalos dos cuidados do lar e da família. A proteção do Estado equivale, ambivalentemente, à criação e implementação de medidas que, como discutido, aproximem essa forma de rendimento tradicional a estratégias de gestão de negócios concebidas como mais contemporâneas, isto é, mais mercadológicas. A proteção às tradições demandaria a incorporação de mecanismos de inovação administrativa, inicialmente. Contudo, a pretendida inserção no mercado nacional

e internacional acaba por não se limitar à assunção de novas estratégias de administração, divulgação e distribuição de produtos, como sites para a visibilização do trabalho e a realização de encomendas. O artesão é estimulado a seguir padrões de qualidade ditados pelo mercado e a apresentar produtos inovadores. Ele é estimulado a criar.

A proximidade com a moda leva a uma inusitada aproximação com a arte: a obrigação da novidade, mesmo dentro de uma diferenciação marginal. Para obter destaque e ganhar em retorno econômico, o produto precisa ser diferenciado em cores, formas e/ou materiais. Isso não significa a equalização entre arte e artesanato, por conta da reprodução e da relação de interesse econômico que não passa por uma necessidade de denegação, como na arte; contudo, coloca a produção artesanal num interessante ponto de contato entre arte e moda, entendidas desde idos do século XIX como antípodas. Isso esclarece o lugar de desconforto que assume o Governo: entre a proteção às tradições e o estímulo a uma produção-moda. Daí se descolam o discurso, a definição oficial que acentua o caráter tradicional, e as políticas que se efetivam através de seus agentes privilegiados, como o Sebrae, que darão vazão à modernização dos produtos e do negócio. O mesmo ano de 2010, em que foram lançados a base conceitual para o artesanato, pelo MIDIC, e o documento que serve de base à atuação do Sebrae quanto ao mesmo setor, é o da divulgação do Plano Nacional de Cultura (PNC), como primeira fonte para a conformação de políticas públicas no campo da economia da cultura. A cultura, de acordo com o Plano, é tomada em suas dimensões simbólica, cidadã e econômica. No caso desta última, formaliza-se a concepção da cultura como instrumento de desenvolvimento socioeconômico sustentável. Pela carência de políticas que contribuam para a efetivação da dimensão econômica da cultura, iniciam-se os trabalhos, junto com a reorganização do Ministério da Cultura (MinC), de planejamento e criação da Secretaria da Economia Criativa, como pasta do MinC, ainda em princípios de 2011. A partir de reuniões com especialistas, parceiros institucionais (agências de fomento e de desenvolvimento, órgãos bilaterais e multilaterais internacionais) e ministérios parceiros, a Secretaria da Economia Criativa (SEC) elabora e apresenta seu plano de atuação para o período 2011-2014. A oficialização da Secretaria da Economia Criativa se deu em 1º de junho de 2012 pelo Decreto 7.743. Sua missão é:

conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. O objetivo é contribuir para que a cultura se torne um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro (MinC, 2011, p. 38).

Assim, a parceria se estabelece conciliando o que parece contraditório: o artesanato comparece como uma das atividades criativas (junto com as culturas populares, culturas

indígenas, culturas afro-brasileiras e artes visuais) ligadas ao campo das Expressões Culturais. O Sebrae assume, junto com outros parceiros, papel estratégico no desenvolvimento do artesanato – e outras atividades criativas – enquanto negócio, no bojo da economia da criatividade. Na explicitação das relações da Secretaria da Economia Criativa com seus parceiros institucionais, agências de fomento e desenvolvimento, órgãos bilaterais e multilaterais, o Sebrae figura, junto com o SESCOOP, como responsável pelo vetor de formação e empreendimentos da economia criativa (MinC, 2011, p. 51). A SEC é o elemento de ligação que conforma e concilia, enquanto órgão governamental, a concepção de proteção às tradições, capitaneada pelo MIDIC, e o desenvolvimento econômico do discurso do Sebrae a partir da noção de desenvolvimento social. É deste modo que, no *Termo de Referência de Atuação do Sistema Sebrae no Artesanato*, encontramos a seguinte afirmação por parte do parceiro oficial do Governo:

A melhoria do artesanato passa, necessariamente, pela melhoria das condições de trabalho e do uso [SIC] de ferramentas mais adequadas. A adequação do artesanato às mudanças tecnológicas, ou às expectativas de consumo, são modos [SIC] de descaracterizar o trabalho ou afastá-lo de sua pureza original? Embora esse tipo de interrogação tenha em sua essência uma boa intenção embutida, são [SIC], em grande medida, fruto apenas de uma preocupação protetora com a cultura popular, porém ingênua com o objetivo de acreditar ser possível preservar os artesãos e artistas populares das influências do mercado e de um meio em permanente mudança (MIDIC, 2010, p. 33).

É interessante considerar, no quadro mais amplo das definições apresentadas pelo documento, a diferenciação entre três das categorias dos "conceitos de artesanato para o Sebrae": arte popular, artesanato e trabalhos manuais. Segundo a tabela de diferenciação, o artesanato se caracteriza pela produção de "pequenas séries com regularidade" e, portanto, de produtos marcados pela semelhança, "porém diferenciados entre si" e "com compromisso com o mercado" (MIDIC, 2010, p. 13). Distingue-se da arte popular, definida como produção de peças únicas na constituição de arquétipos elaborados com "compromisso consigo mesmo", e dos trabalhos manuais, de produção assistemática de cópias como ocupação secundária. Ou seja, dentre as categorias apresentadas, o artesanato é definido como criativo, em comparação aos trabalhos manuais, e de uma criatividade que permite uma abertura maior na relação com o público, pois não é fruto do indivíduo voltado apenas a si próprio (individualista). Tal abertura confere a essa produção uma maior possibilidade de inserção no mercado, por ser criativa e seriada simultaneamente. A afirmação de criatividade pode funcionar como ingrediente ao aumento da autoestima do artesão, que teria sido injustiçado com a pecha da repetitividade, e lhe faculta e estimula o uso dessa mesma criatividade, sem que lhe sejam retirados os benefícios dos incentivos à produção artesanal. Em compasso com isso, não se nega a serialidade, fundamental à moda, pela ênfase de

que os bens produzidos, apesar de diferenciados entre si, são produzidos em pequenas séries e marcados pela semelhança. No mercado, pouco espaço cabe à produção por "compromisso consigo mesmo": prima-se pela diminuição dos riscos de não aceitação. Enfatizam-se, por fim, as possibilidades econômicas e sociais dos investimentos no artesanato, a ser potencializado por ações que contribuam na melhoria do produto a partir de pesquisas de mercado:

Conquistar um nicho específico de mercado consiste em identificar uma demanda insatisfeita e em seguida oferecer um produto diferente (ou melhor) de todos os demais conhecidos, que venha ao encontro dessas expectativas não satisfeitas. [...] A tarefa de conceber e desenvolver um produto, ou atualizar um produto existente de acordo com as expectativas do mercado e respeitando-se as condições da produção, é uma atividade altamente complexa que requer a colaboração de profissionais experientes (como designers, engenheiros de produção, arquitetos, antropólogos, entre outros) e para isto não basta ter talento e capacidade criativa. É necessária, acima de tudo, uma atitude de respeito à cultura do artesão (Sebrae, 2010, p. 32).

A criatividade, assim posta, não apenas se dirige ao atendimento de demandas identificadas no mercado, mas também significa uma partilha da própria criatividade, uma vez que as diretrizes são definidas a partir de pesquisas de mercado feitas por outros. A criatividade é, portanto, fruto de um trabalho articulado a um grupo de especialistas que, na verdade, pela divisão de trabalho que se coloca, podem acabar se tornando os responsáveis por indicar os caminhos da inovação em produtos, materiais e embalagens. O artesanato permaneceria dedicado a uma arte mecânica, nos moldes do mundo medieval, que apenas executa um trabalho manual sob a direção criativa de outrem: à época, o nobre; hoje, o profissional de área. A diferença é que, agora, em lugar de um indivíduo que dirige a criação, tem-se uma rede de profissionais em atuação, cada qual com tarefas especializadas. Se isso não impede a criatividade do artesão, pode, por outro lado, dificultar seu exercício pelo lugar que ele ocupa, ou pode ocupar, nessa rede de profissionais, uma vez que ele é o não profissionalizado, o não diplomado, o que está sendo ajudado.

Na categorização adotada pelo Sebrae para o artesanato (arte popular, artesanato indígena, artesanato tradicional, artesanato de referência cultural, artesanato conceitual, produtos alimentícios e "industrianato"), o artesanato de referência cultural seria "um dos segmentos mais promissores para o incremento competitivo do artesanato brasileiro, pois trata-se de produtos concebidos dentro de uma lógica de mercado" (Sebrae, 2010, p. 41):

São produtos cuja característica é a incorporação de elementos culturais tradicionais da região onde são produzidos. São, em geral, resultantes de uma intervenção planejada de artistas e designers, em parceria com os artesãos, com o objetivo de diversificar os produtos, porém preservando seus traços culturais mais representativos (Sebrae, 2010, p. 14).

Em tempos em que se discute o papel do Estado e a diminuição de seu poder, pelas pressões advindas de diferentes grupos nacionais e internacionais, evidenciando o caráter reticular de sua atuação, é importante reafirmar o seu lugar na fundamental tarefa de nomeação e, pois, de dotação de sentido legítimo nas definições e classificações que estabelece. O Estado mantém em suas mãos o poder simbólico de equalização dos significados discrepantes, atuando não apenas sobre os discursos, mas fundamentalmente sobre as práticas através das diferentes políticas que chamam à atuação diferentes setores da sociedade, que passam a estar articulados sob suas diretrizes. São bancos, universidades, agências, organismos internacionais, iniciativa privada, dentre outros, agindo em consonância sob os auspícios do Estado. Isso não significa, porém, a harmonia, pois, enquanto arbitrário social, as lutas por classificação permanecem.

Conclusão

Aquilo que se evidencia, para além do debate e seus argumentos, é o caráter de relativa arbitrariedade a que estão ligadas as classificações. Por isso, a compreensão do artesanato e das nomeações socialmente construídas no que se refere a tal tipo de produção se dá apenas à luz dos jogos de força que tomam lugar no decorrer do processo.

Ao invés de eleger qualquer fator ou agente como primordial, a intenção neste texto foi perceber alguns dos meandros do debate que se estabeleceu e se estabelece na aproximação e distanciamento entre artesanato, arte e moda a partir dos elementos da inovação/repetição e relação com o mercado. Observar as tensões e rivalidades postas na definição de artesanato, em especial em seu diálogo com a arte, nos permite, sendo ele uma categoria social, perceber a flutuação de sentidos e a arbitrariedade da tentativa de estabilizar definições. Entre a tradição e uma afirmada vocação econômica pouco aproveitada, o artesanato serve como exemplo interessante do quanto o nomear é uma tarefa que, para além da mera organização dos trabalhos, é um exercício de poder na coordenação das condutas. Quem tem o poder de definir? Aquilo que podemos observar é que se trata de um jogo de forças em que muitos participam, mas assimetricamente. O Estado assume a incumbência de coordenar a uniformização de certas definições. Assim, é a sua assinatura que valida a definição assumida quanto a setores estratégicos e à atuação de seus parceiros. Deste modo, a criatividade negada ao artesão pode ser afirmada, bem como a repetitividade do seu trabalho pode ser relativizada e a vinculação da artesanaria a interesses econômicos declarados pode se tornar fator positivo no jogo discursivo que se estabelece. Deste modo, aquilo que aparece inicialmente como dois discursos contraditórios, como ocorre numa primeira visada dos documentos do MIDIC e do Sebrae, pode se apresentar, posteriormente, como definições em sintonia na harmonização entre os discursos possíveis e as práticas tentadas.

Referências

- BENJAMIN, W. 1986. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: W. BENJAMIN, *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 2ª ed., São Paulo, Brasiliense, p. 165-196. (Obras escolhidas, vol. 1).
- BOURDIEU, P. 2002. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo, Cia. das Letras, 432 p.
- ELIAS, N. 1995. *Mozart: sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 152 p.
- GIDDENS, A. 1989. *A constituição da sociedade*. São Paulo, Martins Fontes, 318 p. (Coleção Ensino superior).
- HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. 2000. A indústria cultural, o iluminismo como mistificação de massa. In: L.C. LIMA (org.), *Teoria da cultura de massa*. 5ª ed., São Paulo, Paz e Terra, p. 169-214.
- LIMA, L.C. 1995. *Vida e mimesis*. Rio de Janeiro, Ed. 34, 336 p.
- MINISTÉRIO DA CULTURA (MinC). 2011. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações: 2011-2014. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/mobile/Startupipi/plano-20112014-da-secretaria-da-economia-criativa-ministerioda-cultura>. Acesso em: 06/09/2014.
- MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR (MIDIC). 2010. Base Conceitual do Artesanato Brasileiro. *Diário Oficial da União*, n. 192, Seção 1, 06/10/2010, p. 100-102.
- RAYMOND, B. (dir.) 2008. Tinker Bell – uma aventura no mundo das fadas. Direção de Animação: Sheryl Sardina Sacket. Produção Digital: Doug Little. Roteiro: Jeffrey M. Howard. Música: Joel McNeely. EUA, Walt Disney Pictures. 1 DVD (78 min), widescreen, color. Produzido por DisneyToon Studios.
- SEBRAE. 2014. Conheça o Sebrae. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos. Acesso em: 06/09/2014.
- SEBRAE. 2010. *Termo de Referência: Atuação do Sistema Sebrae no Artesanato*. Brasília, Sebrae, 64 p.
- SIMMEL, G. 2002. Filosofia de la moda. In: G. SIMMEL, *Sobre la individualidad y las formas sociales: escritos escogidos*. Quilmes, Universidad Nacional de Quilmes, p. 360-387. (Colección Intersecciones).
- SOMBART, W. 1979. *Lujo y capitalismo*. Madrid, Alianza Editorial, 185 p. (Humanidades, 713).
- VEBLEN, T. 1985. *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. 2ª ed., São Paulo, Abril Cultural, 214 p. (Os Pensadores).

Submetido: 16/09/2014
Aceito: 24/09/2014