

ENTRE O CONTEMPORÂNEO E O TRADICIONAL: TURISMO, ARTE E ARTESANATO NA CASA DO ARTISTA POPULAR DA PARAÍBA

João Matias de Oliveira Neto¹

RESUMO

Neste trabalho, busca-se uma reflexão a respeito das classificações do artesanato na Casa do Artista Popular da Paraíba entre o que se denomina artesanato tradicional e o que é chamado contemporâneo. Assim, com o olhar voltado para o aspecto turístico das obras expostas na casa, questiona-se, na interação do turista com a instituição, como os conceitos de autêntico e inautêntico nas peças operam nas relações entre patrimônio e tradição, representação e reinvenção dos objetos enquanto traços da cultura popular, além de um falseamento do olhar do turista sobre a história das peças e dos artesãos. Percebeu-se, na pesquisa, que aspectos institucionais, simbólicos e representativos do contemporâneo e do tradicional estariam mais ligados à relação da instituição com o turismo, o imaginário do turista e as relações mediadas entre este e o artesão do que em um conceito estético classificatório.

PALAVRAS-CHAVE: Autenticidade. Artesanato. Representação. Turismo. Cultura Popular.

¹ Mestre em Ciências Sociais (Universidade Federal de Campina Grande). E-mail: j.matias@msn.com.

INTRODUÇÃO

O modo como a antropologia vai ao encontro dos estudos do turismo remonta a discussões em que se ressalta o caráter "turístico" (GRABURN, 2009, p. 14) da pesquisa antropológica e o modo como o contato com o outro revelou-se produtivo para a percepção de que conceitos como alienação, bastidores, representação e reciprocidade estão diretamente ligados à conectividade entre estruturas e fatos, mudança social e questões relacionadas à identidade, etnicidade, arte e gênero dentro da sociedade. O contato empírico, por volta da década de 60, entretanto, tornou-se inevitável para que os pesquisadores compreendessem que, mais do que intromissões, os turistas significavam uma nova relação entre os nativos e os próprios turistas, do ponto de vista de uma disseminação global do turismo (GRABURN, 2009).

Nessa perspectiva, questões centrais sobre os primeiros impactos do turismo nas comunidades visitadas após a segunda guerra mundial revelou uma forte atração, em parte motivada pelas metrópoles ricas para com o sul pobre e colonizado, pelas especificidades das colônias ou nações distantes. A partir deste viés, o trabalho etnográfico guiou-se no sentido de desvendar até que ponto havia um colapso e mudança social e cultural no contato entre o hóspede e o anfitrião, e em qual medida o receptor passivo, no caso o anfitrião, estaria completamente sujeito às influências e interesses externos do invasor, o hóspede-turista. Atestou-se, porém, que

[...] os destinos turísticos normalmente se transformam em "espaços transnacionais", atraindo mão de obra migrante de dentro e de fora do país, estrangeiros de várias nações e um amplo espectro de população flutuante além dos turistas (GRABURN, 2009, p. 19).

Parte integral da cultura, sem a qual não é possível pensar muitas comunidades enquanto doadoras e receptoras do amplo complexo de visitas,

estadas e partidas dos turistas, o turismo incorpora-se como uma característica da modernidade à medida que contribui para os contatos entre localidades, a atenção dada a regiões outrora esquecidas e as benesses do *marketing* movido por especificidades étnicas e culturais para o desenvolvimento econômico local. É certo, ainda, que tal quadro de interrelações entre o local e o global, nas várias mediações feitas por instituições governamentais, agências de viagens e demais instrutores criam um tipo especial de turista. Este tipo específico de turista está empenhado em criar narrativas de si através de diários, fotografias e cartas, de modo a incorporar o processo de reconhecimento do outro e de si mesmo, isto é, sua experiência à narrativa biográfica pessoal com o objetivo de restabelecer uma certa segurança ontológica, dar sentido à sua vida (LABATE, 2000).

É certo que o turista, tendo crescido com as relações não só com o mundo visitado, mas também com a própria mudança do modo como se viaja, o que se procura e quais os objetivos e interesses pessoais nessas viagens possuem uma ligação direta com as noções de autenticidade e inautenticidade construídas, comprovadas e sentidas. Apesar de haver um debate sobre tipos diferentes de turistas, que ora buscam a autenticidade, ora reiteram a natureza difusa entre o real e o falso (GRABURN, 2009), Labate (2000) argumenta que uma das preocupações superadas pelo chamado turista pós-moderno é a da noção de autenticidade com a qual lidavam ou persistem tratar os objetos, rituais e cenários exibidos ao turista. Distante do que se considera autêntico, o turista pós-moderno abandona os conceitos originais de autenticidade com relação aos objetos e as interações estabelecidas na viagem. Tudo, assim, trata-se de um cenário, uma representação, na qual,

Sabendo que tudo é colocado no "cenário" a título de entretenimento, os turistas acreditam que as partes "reais", autênticas, do mundo podem ser encontradas nos "bastidores", escondidas da visão. A "indústria" turística responde, fazendo que o cenário pareça um bastidor, mas, na verdade, é mais um cenário. De acordo com esse modelo, os turistas estão condenados a fracassar na busca por autenticidade (GRABURN, 2009, p. 20).

Não havendo, desta maneira, experiência turística única, autêntica e exclusiva, o chamado pós-turista busca por mecanismos de institucionalização da experiência ao criar esse projeto auto-reflexivo outrora descrito, que inclui narrativas biográficas coerentes combinadas a experiências turísticas frequentemente revistas (LABATE, 2000). Todavia, para a emancipação da antropologia do turismo não bastou somente detectar a relação do turista e dos anfitriões com as concepções de autenticidade, mas pensar como objetos de arte, suvenires, identidade, patrimônio e experiência servem para refletir sobre como "impactos" contribuem para as mudanças culturais e a reestruturação de atividades turísticas.

Acerca de arte e artesanato, Graburn expressa ainda como, pouco a pouco, a arte em trânsito dos locais de compra de suvenires e a arte étnica foi passando ao patamar de reconhecimento artístico no mercado global. Na década de 1960, ainda fortemente atrelada a concepções esteticistas e autênticas de cultura, a arte étnica inicia sua jornada na relação com os turistas, sendo uma arte étnica e comercialmente atrelada a uma identidade local. Após revista em suas categorias maleáveis, híbridas e geograficamente ressignificadas em termos de valoração, classificação e circulação, e tendo também artistas cujo reconhecimento se dá através dessa arte, Graburn (2009) ainda destaca que um sistema global de significados e mercados cria um lugar para eles, inclusive na apropriação pela cultura pública de propriedade privada.

Desde 1960, ainda dentro das primeiras percepções sobre a antropologia ou antropologias do turismo, Graburn ressalta a relação entre o turismo e a noção de etnicidade, reiterando o turismo como uma forma de relacionamento étnico. Se é de praxe que o turista inevitavelmente entre em contato com um grupo muitas vezes distante do seu, o turismo étnico depende do impacto, dos anseios e da interação sobre a diferença ou mesmo o exotismo da comunidade receptora. Como já fora deixado claro que nada é puramente autêntico em se tratando de turismo, nesta lógica a distância entre o real e o falso dá-se de acordo com a necessidade de corresponder às expectativas dos turistas ao longo da viagem. Os nativos

aprendem a reconstruir-se enquanto comunidade para os olhos do turista, forjando a linguagem, os rituais religiosos, objetos materiais e conjugando a linha tênue entre o compartilhar e o vender para os turistas em uma etnicidade reconstruída.

Para o artigo que então se apresenta, importa-nos a concepção do turismo enquanto relação com o patrimônio, o museu e a experiência do turista como ser portador de um conjunto rico de significados e representações na interação com os objetos e anfitriões. Se o patrimônio institucionaliza os objetos da cultura, consistindo em um fenômeno cultural étnico, regional ou nacional, a herança de um grupo inteiro (GRABURN, 2009), o conceito de tradição subentende não apenas as estruturas perpassadas por similaridades tempo-espaciais, alocadas em interações sociais localizadas e cujo sentido não se pressupõe autorreflexivo (GIDDENS, 1991), mas como a resultante de uma política de patrimônio, essencial para entender a configuração dos museus enquanto instituições-vitrines desta tradição para o mundo. A saber,

[...] a política de patrimônio determina quem vai selecionar e empacotar, isto é, de quem vai se contar a história, quais os fatos a serem enfatizados [...]. Os sítios arqueológicos oferecem importantes alicerces para o patrimônio e podem transformar-se em sítios turísticos. Como tais, um controle sobre a pesquisa arqueológica é crucial para respaldar e disseminar versões particulares da história e pode, assim, transformar-se numa fonte de conflito político considerável (GRABURN, 2009, p. 28).

É mostrando-se como uma vitrine do mundo que o museu cria a sensação descrita por Graburn como o 'estar aqui', além de significar a própria representação da experiência da viagem, sendo guias autorizados a mostrar objetos que representam importantes traços da cultura de um povo, da história, arte e patrimônio. Traços emblemáticos de comunidades étnicas são assim expostos à experiência do viajante, que varia conforme suas próprias interpretações e nas constantes reconstruções de roteiros turísticos que tomam por base experiências anteriores. A viagem, mesmo que signifique deslocamento, traz uma ruptura liminar com a rotina diária e quando o objeto da viagem torna-se

mais sacralizado que o próprio ato de viajar, transmudando a experiência que se encerraria completa no roteiro lúdico em uma experiência que se revela proveitosa pelas consequências vindouras, espirituais ou memoriais da viagem, há um significado emocional forte para o viajante (GRABURN, 1989).

As experiências dos turistas variam conforme seu conhecimento prévio sobre o lugar visitado, os valores e as expectativas. Para Urry (2001) a cultura que, ao mesmo tempo mediatizada e tida como interesse direto do turista, é ainda a cultura que é reformulada segundo o próprio olhar do turista à medida que parte da experiência contemporânea e dita rápidas mudanças nas práticas turísticas. O caráter pós-moderno dessas mudanças vai de uma diferenciação entre as esferas culturais, por normas apropriadas a cada uma das esferas em relação a seu próprio objeto cultural, à diferenciação por alta e baixa cultura, digna e indigna de ser avaliada, conceitos atribuídos como diferenciação horizontal e vertical (URRY, 2001).

No auge deste processo, traçaremos um parâmetro entre a concepção de criação do espaço físico como o "centro de espetáculo e da exibição e a nostálgica atração", como afirma Urry (2001), embebido de representações e formas ou significados do tradicional e do contemporâneo. Um novo paradigma cultural se constrói em torno do turismo, no qual a volatilidade da experiência e da ação humana encontra no modo de ser do turista um refúgio para o trânsito constante de uma identidade fluida, transformando o viver como aventura e as experiências jogos curtos e estreitos (BAUMAN, 1998).

Uma pós-modernidade, por fim, em que as esferas de apreciação cultural, então distintas e inseparadas, tornam-se desdiferenciadas, sem separação entre o estético e o social (URRY, 2001). Esferas em que cultura e comércio são percebidos pelo turista como eixos interligados, não havendo qualquer incitação à unicidade e originalidade, distinção entre representação e realidade no *pout-pourri* futurístico no qual tradição e contemporaneidade convivem nos laços imbricados da imaginação sociológica.

Para a realização desta pesquisa, foram feitas visitas à *Casa do Artista Popular*, no período da manhã e da tarde, de 25 de Janeiro à 26 de Fevereiro do ano de 2012, com o objetivo de entrevistar a diretoria, o facilitador, funcionários e turistas. As perguntas pautaram-se exclusivamente na relação dos turistas com o artesanato e do artesanato com as designações dadas a ele pela curadoria, além da observação de catálogos, informações em plaquetas e quadros. Em especial, foram entrevistados turistas e também um dos artesãos presente na ocasião da visita. Tais perguntas se enquadravam nos aspectos que lhes chamam a atenção nas obras, o valor conferido a elas e a designação de arte e/ou artesanato ligado a um fazer contemporâneo ou tradicional dentro das especificidades que lhes são intrínsecas.

Metodologicamente, desta maneira, a pesquisa enquadra-se como um relato de experiência etnográfica durante as visitas feitas à Casa do Artista Popular da Paraíba, além da observação e análises de documentos, contando com entrevistas semi-estruturadas, úteis, pois, para conferir o significado das categorias formuladas, repassadas e interpretadas sobre os objetos de artesanato.

O TURISMO E A CASA DO ARTISTA POPULAR DA PARAÍBA

Situada na cidade de João Pessoa, capital da Paraíba, a Casa do Artista Popular, ou Museu Casa do Artista Popular, foi fundada em 2006 pelo Governo do Estado da Paraíba com o objetivo de abrigar a cultura popular, através do artesanato popular paraibano, com a intenção de mostrar ao mundo a qualidade e a criatividade da arte feita pelas mãos e a partir do “imaginário criado” pelo povo paraibano.

Entre os anos de 2003 e 2006, o programa *Paraíba em Suas Mãos* coletou milhares de peças artesanais nos mais variados municípios do Estado para selecionar e mostrar ao público e aos turistas visitantes várias tipologias, como objetos de barro, madeira, couro, palha, renda, brinquedos, flandres, fibras,

macheterias, panos, entre outros objetos. A chamada curadoria do artesanato da Paraíba, encarregada de coletar e distribuir as peças segundo sua específica classificação, está ligada à Secretaria de Cultura da Paraíba, curadoria esta criada pelo governo do Estado em 2004 com o intento de classificar o artesanato, cadastrar o artesão popular e "orientá-lo" para questões ambientais e de identidade cultural.

Uma das tipologias definidas por Graburn (1989), ao diferenciar o turismo de trabalho do turismo voluntário é o conceito de turismo enquanto uma jornada sagrada em busca do sentido de renovação da vida. Nisto, que é um "jogo especial que envolve uma viagem", o turismo cultural é visto como uma modalidade de reviver os fatos históricos e literários que perfazem determinados lugares. Sabendo ou não que a desdiferenciação entre realidade e representação constitui um fator maior de criatividade por trás dos bastidores que os nativos têm a mostrar do que uma autêntica rede social de comportamentos e crenças (MACCANNEL, 1973), os turistas que visitam a Casa do Artista Popular da Paraíba demonstram interesse pela procedência de cada uma das peças encontradas.

Chegando-se em ônibus, táxis e entre mochileiros ou turistas, a busca por narrativas que associem as peças de artesanato ao artesão e a identidade cultural do lugar são uma constante na maneira como o visitante se relaciona com as peças. Desta maneira, normalmente em férias do trabalho ou em um grupo específico, oriundo de um ônibus fretado por uma agência de viagens que já lhes coloca em mãos guias, panfletos e informações sobre a Casa do Artista Popular, percebe-se um interesse pela originalidade das formas, o histórico pessoal do artista e o olhar demorado sobre o "peculiar" ou o "aspecto regional" dos objetos expostos.

De acordo com os informantes, funcionários da CAP (a partir de então, tomo a liberdade em utilizar a sigla para a Casa do Artista Popular), os turistas visitantes são muitas vezes profissionais liberais, entre professores, jornalistas e médicos, além de tão curiosos pelo artesanato local que já tinham uma referência pregressa da CAP através de panfletos e guias de viagem. Sempre munidos de câmeras fotográficas, a distinção entre referente e realidade, conforme Labate (2000)

descreve, constrói símbolos em que determinadas peças podem ser descritas como mais legitimamente oriundas de uma "tradição popular" do que outras. A perspectiva do viajante-turista, assim, encaixa-se na diferença entre o mochileiro e o turista, em suas distinções sutis e no modo de conhecer a si mesmo e ao outro.

Há uma quantidade de pessoas viajando no mesmo estilo, com o mesmo tipo de guia, para os mesmos lugares... Esses sujeitos se valem de uma cartografia de deslocamentos e estão inseridos num determinado padrão de representação e consumo do outro e da natureza, os quais são demarcados historicamente. Os "mochileiros", por outro lado, têm um discurso semelhante, que proclama sua diferença, sua singularidade. O "turista-aventureiro" busca romper com a idéia de que no mundo de hoje, o desconhecido torna-se "habitual", de que "já não é mais possível viajar" (LABATE, 2000, p. 76).

As referências seriam, então, a principal diferença do turista enquanto um aventureiro à busca de extrair o mais original das descobertas, em lugares distantes ou inóspitos, com câmeras fotográficas registrando experiências únicas e objetos exuberantes de tradição local, mas esta condição parece estar mudando. A concepção de um turista cujo "olhar romântico", em práticas que sejam culturalmente mais legítimas e economicamente mais baratas, conforme Urry (2001) exemplifica, parte mais de reflexões sobre as demandas de uma classe média à busca de um lugar no mundo do que de reconstrução da experiência turística como legítima experiência de penetração no mundo do outro.

As discussões sobre práticas sociais relacionadas ao turismo remontam também a uma específica concepção sobre a classe média. Enquanto Labate (2000) lembra que alguns autores apontam o turismo como uma prática de inversão do cotidiano, com classes médias e altas sendo "plebéias" por um dia, não basta para Urry (2001) falar de práticas sociais sem diferenciar o gosto desta da classe "prestadora de serviço". Em uma, transforma-se a cultura na metamorfose da natureza e dos objetos em algo "civilizado"; em outra, a classe trabalhadora, para quem o turismo ainda pode ser um momento mágico e único. Vale ainda salientar esta ambivalência da classe média com relação ao turismo.

Existe pronunciada ênfase cultural sobre certos aspectos do natural. Ao discutirmos Bourdieu, afirmou-se que os intelectuais subvertem a ordem burguesa através de uma luxúria minimalista, do funcionalismo e de uma estética ascética. Esse padrão se reflete em uma gama extraordinária de símbolos e práticas culturais contemporâneas: comida natural, pão integral, vegetarianismo, nouvelle cuisine... (URRY, 2001, p. 132).

Assim, percebendo a diversidade de turistas que buscam o tradicional e o histórico, mesmo não conferindo ao objeto uma natureza única e original, percebendo muitas vezes as repetições e o fato de que ambos, artesanato tradicional e contemporâneo, estarem ali expostos também por seu interesse comercial é que as fronteiras entre o consumo e a produção do gosto estão mais relacionadas a uma identidade fugidia do que a uma predisposição de classe. Neste caso, o chamado pós-turista insiste em sustentar laços de identidade com o objeto e o espaço visitado.

Este pós-turista está dentro e fora do lugar, não quer permanecer e continua preso a uma expectativa ainda encontrada no turista-aventureiro. Para Bauman (1998), há uma destemporalização do tempo à medida que essa estrutura apresenta relações sólidas do tempo-espaço que também confere fluidez à segurança de chegar a um porto. A saber,

A projeção do espacial, distinção contemporânea sobre o contínuo do tempo, reapresentação da heterogeneidade como série ascendente de períodos de tempo, talvez tenha sido o mais notável e também possivelmente o mais fecundo aspecto da mentalidade moderna. [...] A projeção do espaço sobre o tempo forneceu ao tempo traços que só o espaço possui "naturalmente": a época moderna teve direção, exatamente como qualquer itinerário no espaço. O tempo progrediu do obsoleto para o atualizado, e o atualizado foi desde o início a obsolescência futura (BAUMAN, 1998, p. 110).

O mundo dos turistas é construído tornando objetos duráveis obsoletos, mas isto não significa que eles não busquem em histórias e narrativas sobre o artefato algo que lhes faça sentido no espaço-tempo, mesmo transformando a sua experiência em um fato datado. O porto-seguro, o próprio refazer-se destas experiências e o *souvenir*, junto às fotos e ao diário, são partes de uma

"temporalidade personalizada" durante a viagem, na qual os relatos para amigos e parentes tornam-se construções ficcionais de uma relação tardia com o objeto somente naquela ocasião descoberto.

Tudo isto, no final das contas, significaria o fim do turismo? Crê-se, sobretudo, que as representações vieram abaixo com a percepção de que há pouca separação entre arte e vida social. É inegável que o turismo, inclusive para os turistas, viva do espetáculo, uma combinação do visual, do estético e do popular. Mas, as representações ideais impressas nos cartões postais já não falam por si.

O pós-turista encontrado nas visitas à CAP enquadra-se em um tipo aurático, buscando uma apreciação solitária do cenário e dos objetos, e ainda haveria outro no qual a consciência de uma experiência transitória não é somente sua, mas também dos artesãos empenhados em uma arte para ser vendida, além de apreciada. Entretanto, nenhum destes tipos quer ser tratado da mesma maneira, como destaca ainda Urry (2001), havendo a recusa deles por um processo de indiferenciação, segundo o qual seriam tratados todos como "turistas de massa".

Esse esforço de diferenciação não apenas provoca um abalo no conceito de comunidade de "nós", que unifica o turista em suas experiências do não-estar e do manter-se junto, assinalado por Bauman (1998), como também tenciona a relação entre o ordinário e o extraordinário, a partir de três características definidas por Urry (2001): (1) o turista que não precisa sair de casa para conferir os objetos de sua curiosidade, (2) ele tem consciência da multiplicidade de escolhas e do deleite com elas na hora da viagem e, por fim, (3) o turista tem consciência de que é turista, que a experiência é um jogo e não há nada realmente único ou original.

Nada ou nenhuma identidade, por mais fluida que seja, é construída tendo por ator o turista e sua relação com a experiência da viagem. Com a separação das esferas culturais em especializações e conhecimentos distintos, houve a institucionalização da cultura e os mecanismos de utilização dela para estabelecer sistemas de classificação. Deste modo, é sobre a construção do espaço social reservado ao artesanato da CAP que, pretende-se agora, abordar o objetivo destes agentes em oferecer os cenários de representação que, por mais indistintos com a

realidade, ainda são elaborados segundo os conceitos ou preconceitos de uma instituição.

ARTE E ARTESANATO ENTRE O CONTEMPORÂNEO E O TRADICIONAL: NOTAS A PARTIR UMA EXPERIÊNCIA ETNOGRÁFICA

Ao entrar pela porta principal da Casa do Artista Popular, deparo com vários salões contíguos em que se concentram as peças do chamado artesanato popular. Fui recebido pelo facilitador da casa e tive uma breve conversa sobre os objetivos e cursos da pesquisa que ora realizo. A mim, chamou atenção a arte sacra localizada logo na primeira porta à esquerda, nas quais a etiqueta constando o grupo de artesãos, logo em cima, acompanhando referências como tipologia, técnica, produto, cidade e tipo de artesanato prescrevia qual a origem do grupo de artesãos responsáveis por cada uma das peças.

Há uma abundância de produtos confeccionados por grupos, associações, cooperativas e similares. São rendeiras e artesãos que se dedicam a talhados, tecidos, pedaços de madeira e de barro, entre outros. Perguntei-me se havia algum fim comercial e divulgador na arte, tendo em vista na especificação "produto", contido nas etiquetas afixadas ao lado de cada um dos grupos de peças de artesanato, haver destinações dadas ao tipo de artesanato desenvolvido pelo grupo, tais como "decoração", "cama", "mesa" e "cozinha". A diretora e o facilitador responderam-me haver um interesse por parte dos artesãos em divulgar seu "produto", ou seja, um exemplo do artesanato ora exposto na CAP servia, para além de outros fins, estabelecer o contato entre o visitante-turista e o grupo ou artista responsável pelo referido trabalho.

Ao focar a relação entre o turista e o objeto de arte produzido por um grupo, Grunewald (2001) tece considerações sobre as mudanças desde a forma inicial até o objeto final da obra de acordo com a influência externa do mercado de arte,

Essas artes não são idênticas aos objetos originais manufaturados em uma sociedade, mas produtos para comercialização que passaram por processos de heterogeneização para se transformarem em arte turística neste mercado. Assim, as artes turísticas não permanecem idênticas durante muito tempo aos produtos da linha base da qual seu desenvolvimento partiu. [...] Dificilmente há qualquer arte turística em qualquer lugar que depois da comercialização permaneceu viável enquanto intocável (GRUNEWALD, 2001, p. 2).

Do ponto de vista institucional, as histórias e narrativas sobre a origem dos artistas, as técnicas, tipologias e especificidades da obra exposta estão a cargo do facilitador que, logo à recepção, incumbe-se de apresentar cada uma das peças em sua “autenticidade particular”. A etiqueta descritiva das obras de artesanato, entretanto, contém todos os dados do artesão ou grupo de artesãos e apresenta as seguintes distinções: “tipologia” refere-se à matéria-prima empregada no feitiço da obra exposta; “técnica” refere-se ao *modus operandi* ou forma de confeccionar a referida peça ou produto; “produto” refere-se à especialidade do fabrico do grupo ou artesão, o “fim utilitário” das peças expostas e a serem produzidas por eles; “cidade” refere-se à origem do grupo ou artesão; e, por fim, “artesanato” faz menção ao tipo de artesanato, variando entre “tradicional” e “contemporâneo”, o que para esta parte do artigo torna-se relevante discutir.

Se parte das expectativas do turista está em transformar sua experiência rica de significados, interpretações e compreendida por tudo que está impregnado na viagem-aventura, como Bauman (2000) destaca, a busca pela autenticidade pode estar no fato de os turistas que visitam a CAP mostrarem mais interesse pelas peças de artesanato tradicionais, em contraposição às peças contemporâneas. Neste ponto, a instituição preocupa-se em criar um espetáculo em que as representações de autenticidade possam ser encenadas através do próprio discurso da instituição. Escondem, como destaca Bendix (1989), os “espetáculos culturais” como uma negociação entre o significativamente tradicional e o influentemente moderno e as influências do turismo como mais um elemento no estágio de processo de reinvenção dos objetos culturais. A saber,

[...] money has been part of cultural endeavors for centuries, and to claim that its presence in the negotiation of cultural displays robs them or their meaning is both an over-statement and a romantization of the “folks” awareness of cash in their everyday lives² (BENDIX, 1989, p. 14).

O processo de “invenção da tradição” faz tanto parte desta negociação entre o olhar romântico do turista, no caso específico da CAP um turista intelectualizado, quanto às necessidades prementes de um grupo social e a revalorização da cultura local. Para Bendix (1989), tudo parte de repensar o “folk” e o “fake”, isto é, a autenticidade das formas de expressão cultural tendo em vista sua natureza bastante questionável do ponto de vista cultural. Mesmo que o turismo se expresse como sendo fundamental nos tipos de ações e escolhas feitas pelos artesãos, vale salientar que a presença de um potencial público turístico, cujos interesses contribuem para o processo de negociação, não domina nem determina o trabalho do grupo. A criatividade se sobreporá às menções sobre autenticidade e originalidade, e esta é também uma forma de valorização da cultura local pelos próprios artesãos (GRUNEWALD, 2001).

A produção do artesanato na Paraíba encontra-se diretamente relacionada à percepção do turista sobre ele. Após a construção da Casa do Artista Popular, segundo a própria diretora da casa, “a auto-estima do artesão mudou”. Cursos são oferecidos para “aperfeiçoar” o uso do material em consonância com aspectos ambientais e para esclarecer o artesão de uma determinada “identidade cultural”. Muito embora as peças de arte ali expostas ganhem visibilidade para o viajante-turista que por ali passa, houve casos em que, segundo a informante, as peças foram produzidas em técnicas específicas somente para exposição pública na própria CAP, tendo o artesão voltado às antigas técnicas e manuseios das peças posteriormente.

A visão da instituição sobre o artesanato popular caracterizado como tradicional torna-se tanto mais admiradora, justamente pelo caráter de

2 “... dinheiro faz parte de empreendimentos culturais ao longo dos séculos, e reivindica-se sua presença nas negociações de exposições culturais para se roubar o próprio significado, que é tanto uma bajulação quanto uma romantização da cultura popular preocupada com o dinheiro em suas vidas cotidianas” (Tradução do autor).

“autenticidade” e “identidade cultural” atribuída às peças, como pela persistência dos artesãos em preservar técnicas tidas por ‘rústicas’ e a dita predileção por temas do imaginário popular, como bois, fazendeiros ou santos. Porém, este é o discurso institucional. O discurso sobre o popular que, percebe-se, ao longo da conversa com os funcionários da CAP, revela um “*continuum*” na proximidade com os bastidores, isto é, a zona de contato entre a instituição e o trabalho do artesão, e a zona de frente, ou seja, a apresentação do acervo enquanto autêntico do artesanato popular.

MacCannel (1973) problematiza a autenticidade como uma ponte entre a estrutura social e a consciência dos agentes. Neste íterim, os vários “*stage settings*” são as zonas intermediárias que ligam os bastidores das redes sociais às linhas de frente, ou seja, à fachada das representações. O caminho a ser percorrido pelo pesquisador seria o de identificar as “experiências autênticas”, as percepções e os “*insights*” que derivam do movimento de contato entre o visitante e o nativo, indo de estágio a estágio neste processo de chegada à zona de bastidor que seria, grosso modo, a evolução do próprio encantamento do turista com a cultura apresentada. No final das contas, há uma cadeia de progressão no conceito de autenticidade em que ela jamais é alcançada, representando performances e cenários criados para encantar o turista. Será sempre um falseamento da realidade, levado por um ‘*continuum*’ que começa com o estranhamento para depois seguir à conformidade com os signos e representações. Segundo o autor,

Places especially designed to generate feelings of intimacy and experiences that can be talked about as ‘participation’. No one participate on his own life, he can only participate in the lives of others. [...] And once tourists have entered touristic space, there is no way out for them so long as they press their search for authenticity³. (MACCANNEL, 1973, p. 14)

3 “Lugares são especialmente construídos para gerar sentimentos de intimidade e experiências que podem falar acerca de “compartilhamento”. Se ninguém “compartilha” algo em sua própria vida, ele pode somente tomar parte na vida de outras pessoas. (...) E uma vez que os turistas entram em um espaço turístico, não há saída para eles a não ser estimular sua própria procura por autenticidade.”. (Tradução do autor)

Para Grunewald (2001), a importância da autenticidade conferida pela instituição ao artesanato tradicional revela não somente uma suposta venda do produto e da função social atribuída à CAP, mas também mostra qual o interesse do turista ao visitar determinados espaços culturais. Ou seja, seria a persistência do turista em consumir um produto autêntico, por mais questionadas que sejam as divisões entre representação e realidade, na composição e exposição dos objetos, bem como a resposta da instituição ao instruir os artesãos sobre o que representa uma identidade cultural para o artesanato produzido. A saber, ilustra-se a experiência do autor com os índios do litoral da Bahia:

A questão é que, na visão das pessoas em geral, o que deveria ser exibido seria algo não construído para a arena turística, mas algo “natural” que existisse ancestralmente, pois é assim que o senso comum ainda espera autenticar (ou legitimar) as tradições. Se os Pataxós vêm como legítimo esse processo de criação cultural para fins utilitários, são, entretanto, vacilantes quanto a uma autenticidade dessas tradições inventadas. Muitos índios parecem guardar a mesma noção do que vem a ser autenticidade que os espectadores das suas audiências (GRUNEWALD, 2001, p. 13).

Nas primeiras visitas ao acervo da CAP, percebi uma ausência de artesãos individuais. Isto é, diante da quantidade de peças expostas produzidas por grupos, associações ou cooperativas, os poucos artesãos expostos nas galerias ficam entre uma e outra peça. Não há distinção entre artesãos individuais e coletivos quanto à localidade das peças, estando ambas misturadas entre si. Entretanto, diante da maioria dos artesãos individuais, as informações relacionadas ao tipo de artesanato ser contemporâneo e a origem do artesão ser de João Pessoa, foi observado como um dado a ser levado em conta.

Nas palavras da diretoria, o artesanato contemporâneo tende para a expressão estética 'mais elevada e individual'. Tal artesão se preocupa com o estilo da obra, mais do que com sua produção em quantidade; enquanto, oposto a tudo isso, as peças de artesanato tradicionais valem-se de um apelo comercial mais planejado, estando próximas de uma produção em massa de artesanato para fins utilitários, sem grandes expressões e diferenciações estéticas no valor individual das obras. A diferença entre arte e artesanato não foi especificada pela diretoria da

CAP, mesmo tendo sido feita menção ao fato de o artesanato contemporâneo estar mais próximo à arte propriamente dita, considerada por eles "de uma expressão e valor individuais mais perceptíveis do que no artesanato". Também foi destacado na fala dos funcionários da CAP que, geralmente, os artesãos contemporâneos são oriundos da capital, João Pessoa, ou próximos a ela, e possuem mais acesso a recursos de matéria-prima, além de um grau de escolaridade maior em relação àqueles que desenvolvem o artesanato de viés tradicional, cuja origem aponta para zonas rurais mais afastadas dos grandes centros. O perfil deste artesão, vale ressaltar, foi descrito pelos funcionários da CAP como sendo de baixa escolaridade e envolto por questões mais comerciais/coletivas do que estéticas/individuais em suas obras.

Graburn (1967), ao descrever a arte étnica dos aeroportos como uma arte 'aestética', segundo o sistema classificatório ocidental, ressalta que uma obra de arte segundo as categorias nativas são aquelas em que o "*It is good to look at, or beautiful*" mais bem se realiza. Dentro da tensão entre o tradicional e o contemporâneo, porém também cercados por influências externas na caracterização ocidental sobre arte primitiva e comercialmente vendável, os esquimós desenvolvem uma arte que agrada não somente a seus olhos, mas também aos daqueles que os vêem. A saber,

The subject matter of the Eskimo works is usually confined to human and natural phenomena with which the carvers are familiar, such as animals, people, hunting, and camping. In Povungnituk and Cape Dorset the Eskimos have been encouraged to add scenes and figures relating to their traditional mythology. The Eskimos themselves, however, have been devout Anglicans for many decades. From the great range of phenomena with which the Eskimos are now familiar - including much of the industrial culture of North America - there is considerable selection in favor of what is felt to be traditional⁴ (GRABURN, 1967, p. 30).

4 "O objeto com o qual os esquimós trabalham é usualmente restrito ao humano e fenômenos naturais com o qual os escultores estão familiarizados, como animais, pessoas, caças e atividades campesinas. Em Povungnituk e Cape Dorset os esquimós têm sido encorajados a adicionar cenas e figuras relacionadas à sua mitologia tradicional. Os próprios esquimós, entretanto, foram devotos anglicanos por várias décadas. Da grande variedade de fenômenos com o qual os esquimós hoje estão familiarizados - incluindo muito da indústria cultural norte-americana - há uma considerável seleção em favor do que é sentido como algo tradicional" (Tradução do autor).

As representações figurativas de cavalos, bois e homens do campo, feitas pelos artesãos de cooperativas e associações do interior da Paraíba passam, assim, por uma readaptação ou assimilação da tradição para aquilo que mais bem se retrata externamente como sendo uma identidade cultural da Paraíba. Outro fator de relevância estaria no fato de que nem sempre o artesão é aquele que oferta preço às peças produzidas, cabendo a uma instituição a mediação entre aquilo que se considera estética e/ou comercialmente valioso e o preço estabelecido.

Segundo Graburn (1967), o artesão pode ser tido pela instituição como um desprovido de senso estético para conferir às peças o preço que um mercado de arte estipularia. No caso dos esquimós pesquisados por Graburn (1967, p. 31), “In the vast majority of the settlements, the White man is responsible for the pricing. To the Eskimos the rewards of carving are financial rather than aesthetic⁵”.

Em muitos casos, aquilo que os visitantes-turistas pensavam como sendo único, original e igual, segundo as convenções atribuídas à arte comercial, são tão diversos quanto os interesses, costumes e influências de cada um, sobretudo pela localidade em que estão inseridos. É ilusório pensar em uma arte tida por tradicional representando todo um conjunto de variedades, negociações e atributos. Sobre as obras dos esquimós, Graburn (1967, p. 32) destaca:

Not all soapstone is of the same color or consistency. Often the type of stone is of the same color or consistency. Often the type of stone identifies a certain settlement's production. Furthermore, each settlement seems to develop its own style. Although the reasons for this have not been investigated, I can suggest that the nature of the stone available and conscious or unconscious copying of the more successful carvers may affect local styles⁶.

-
- 5 “Na maioria das comunidades, o homem branco é o responsável pela fixação do preço. Para os esquimós, a recompensa pela escultura é mais financeira do que estética”. (Tradução do autor).
- 6 “Nem toda pedra de sabão é da mesma cor ou consistência. Muitas vezes, o tipo de pedra é da mesma cor ou consistência. Muitas vezes, o tipo de pedra identifica a produção de uma determinada comunidade. Além disso, cada comunidade parece desenvolver seu próprio estilo. Embora as razões para isso não estejam sendo investigadas, posso sugerir que a natureza da pedra disponível é intencional ou não intencional cópia dos escultores mais bem-sucedidos que podem afetar estilos locais” (Tradução do Autor).

A hipotética noção convencional entre turistas e diretores da CAP acusa que as associações e demais grupos de artesãos somente produzem arte comercial, ou primitiva, de um viés vendável e culturalmente referenciado para o contexto em que se insere a Paraíba no mercado de artesanato global. Porém, é certo que as especificações sobre artesanato tradicional e contemporâneo ainda passam ao largo do fato de artistas poderem desenvolver uma arte vendável para ser exposta e uma arte mais expressiva ou “individualizada” em separado, para outros fins ou para os mesmos.

É certo que a curadoria da CAP possui críticos ou especialistas para defender a suposta autenticidade das peças, como afirma Grunewald (2001), e reafirmar o caráter artístico de maior e menor valor artístico, gerando as classificações sobre artesanato tradicional e contemporâneo. Todo esse processo de institucionalização da cultura e da experiência da viagem que o turista terá de sentir, com todo o cenário e as representações criadas, gera um debate entre arte coletiva e arte individual, na qual se insere, por exemplo, os artesãos e sua relação com as curadorias. A saber,

A few talented individuals have an “artistic” approach to their work, but these are not necessarily those whose works sell best. An examination of both form and content cannot reveal whether the creator was trying to meet his own requirements or to make money, or both. In our society we depend on the special class of artists and art critics to tell us what is art and what is good art. This difficult task is rendered more difficult when the artists are in one culture and the critics in another⁷ (GRABURN, 1967, p. 33).

O processo de transformação de um artesanato dito tradicional para um artesanato apreciado pelo mercado, e muitas vezes resultante de influências da mídia e dos contatos com grupos e culturas vizinhas, é chamado por Graburn (1967) de “*transitional*” ou “*acculturation art*”. A descrição dos que buscam um

7 “Alguns indivíduos talentosos têm uma abordagem “artística” do próprio trabalho, mas esses não são necessariamente aqueles cujo trabalho vende melhor. Uma análise de ambas as formas e conteúdos não mostra se o criador estava tentando satisfazer suas próprias necessidades ou ganhar dinheiro, ou ambos. Em nossa sociedade, nós dependemos de uma classe especial de artistas e críticos de arte para nos dizer o que é arte e o que é a boa arte. Essa difícil tarefa torna-se ainda mais difícil quando os artistas estão em uma cultura e os críticos em outra” (Tradução do autor).

artesanato dito tradicional, oriundo das raízes de um povo ou de uma cultura passa, imperceptivelmente, pelo contato com outros grupos e também pelas demandas do mercado, o que revela improvável a hipótese de um artesanato intocado e congelado no tempo. Contudo, o que se considera questionável é a caracterização de determinados grupos, por serem de uma determinada região ou advindos de determinada formação escolar, como artesãos de um produto primitivo, vendável, e pouco instruídos sobre padrões estéticos, como, por exemplo, os muitos artesãos de cooperativas e associações. Pelas pesquisas, revelou-se que tais artesãos têm maiores chances de serem enquadrados enquanto “artesanato popular” ou “tradicional” pela curadoria muito em devido sua característica “coletivista”.

Para Graburn, há uma resistência por parte das instituições culturais em considerar grupos de artesãos oriundos de posições baixas na escala social, além de distantes dos centros urbanos, como artistas portadores de uma preocupação individual com o senso estético. Consequentemente, tais grupos são empurrados para aquilo que se considera “*mass production*”, e esta relação entre artesãos e instituições é assim definida: “These phenomena are characteristic of the structural positions of the small-scale peoples with respect to the world's dominant socioeconomic systems⁸” (GRABURN, 1967, p. 33).

No processo de inserção do artesão no mercado de arte, por exemplo, Graburn (1974) ainda destaca que há um anteparo, porém, que também aproxima as classificações usuais entre o artesanato contemporâneo e o tradicional. O fato de haver apropriações por parte dos artesãos tradicionais subentende um contato dos artesãos contemporâneos com estes e, a partir do contato, a possibilidade de assimilação. Logo, tais estratégias de associação dos artesãos com o mercado, a arte dita erudita e os meios externos encontram também, entre os artesãos contemporâneos, sua lógica e o seu sentido.

Ao se pensar no artesanato tradicional enquanto maleável, sujeito ao que Graburn conceitua como uma arte frequentemente reintegrativa e assimilativa, dá-

8 “Tal fenômeno é característico de posições estruturais de indivíduos de pequena escala com relação ao sistema socioeconômico dominante” (Tradução do autor).

se abertura para ainda questionar o processo de aprendizado dos artesãos contemporâneos como também passíveis de absorver técnicas, métodos e formas oriundas do artesanato tradicional. A saber, “We should also note that the arts of the dominant cultural traditions often dip down, as it were, and use, steal, or copy ideas from Fourth World⁹” (GRABURN, 1974, p. 9), destacando o conceito de “Fourth World” como um mundo periférico, em que “as artes dessas populações raramente seriam produzidas para seu próprio consumo e de acordo com seus próprios gostos não modificados” (GRUNEWALD, 2001, p. 10).

Os processos de mudança a que está sujeito o artesanato na CAP vai além de classificações. Os artesãos, em suma, estão sujeitos a mudanças culturais à medida que a diferenciação entre o contemporâneo e o tradicional jogue mais luzes sobre os processos, circunstâncias e motivações nas quais este artesanato está inserido, do que nos agentes envolvidos em sua produção, tão empenhados em construir uma obra assimilada, integrativa e democrática dos dois lados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma importância liminar no processo de descoberta do fazer artístico é reconhecer as circunstâncias em que o objeto foi preparado e pensado pelo artista. Faz-se arte, neste sentido, não somente pela expressão de um talento individual, único, original e aurático, mas por influências externas que estão presentes em todos os tipos de produtos, arte ou artesanato. Do exemplo das várias assimilações das chamadas “*functional arts*” às “*fine non-commercial arts*” (GRABURN, 1974), o artesanato permanece sendo dialogável e reintegrativo a contextos sociais e históricos os mais diversos, perpassados por cenários, representações e formas de cooptação do turista para uma noção de autenticidade falseada a que algumas instituições preferem chegar.

9 “Devemos também observar que as artes das tradições culturais dominantes muitas vezes curvam-se, por assim dizer, e usam, roubam ou copiam idéias do quarto mundo” (Tradução do Autor).

Talvez outro exemplo sobre a construção da noção de valor em torno do objeto artístico esteja na demonstração de Graburn (1974) sobre o tino comercial dos esquimós e também dos mercadistas, ao desenvolver uma arte voltada para as predileções turísticas estrangeiras que se desloca e é capaz de ganhar ou perder valor de acordo com a região geográfica na qual está inserida. Variações como essa permitem constatar que o objeto de valor artístico está profunda e intrinsecamente arraigado com os interesses dos turistas, produtores, comerciantes, expositores ou curadores. Transforma-se o puramente estético em marcadamente social.

De acordo com essas reflexões, entende-se de forma ainda mais acertada a hipótese de que o artesanato tradicional e o contemporâneo exposto na CAP se distingue segundo critérios particulares da relação da instituição com os artesãos e, igualmente, com os turistas. A instituição, pois, influi no processo de catalogação ao informar os artesãos sobre uma determinada “identidade cultural” e ao afixar distinções acerca do tradicional e do contemporâneo segundo a origem social dos artesãos, seu grau de escolaridade e os usos e destinos da peça de artesanato.

Para fins decorativos ou fins utilitários, tanto artesãos tidos por tradicionais como aqueles tidos por contemporâneos refletem sobre os destinos a que suas peças chegarão, destacando-se, possivelmente, exímios artesãos tradicionais entre os contemporâneos ou ocultados artesãos contemporâneos entre os tradicionais. Fronteiras que merecem ser questionadas e, por extensão, ofertam muitas reflexões sobre sua natureza cultural.

**BETWEEN CONTEMPORARY AND TRADITIONAL: TOURISM AND ART CRAFTS
IN THE CASA DO ARTISTA POPULAR DA PARAÍBA**

Abstract

In this paper, we try to reflect about art crafts in the Casa do Artista Popular da Paraíba between what is called traditional crafts and what is called contemporary. So, with eyes on the tourism aspect of the works exhibited in the house and the interaction of tourists with the institution, we inquire about how the concepts of 'authentic' and 'inauthentic' operates in the relation between heritage and tradition, representations and reinventions of popular culture objects and in a distortion of the tourist gaze on the history of art crafts and the artisans. It was discovered in the survey that the institution, the symbols and representative concepts of tradition could be linked to the institution's relation with tourism, the tourist imaginary and the mediated relations between this and the artisans.

Keywords: Authenticity. Art Crafts. Representation. Tourism. Popular Culture.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. "Turistas e Vagabundos: heróis e vítimas da pós-modernidade". In: _____. **O Mal-Estar da Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

BENDIX, R. Tourism and Cultural Displays: inventing traditions for whom? In: _____. **The Journal of American Folklore**, Vol. 102, No. 404, (Apr. - Jun., 1989), 1989, pp. 131-146.

GRABURN, N. "Introduction". In: _____. **Ethnic and Tourist Arts: cultural expression from the Fourth World**. Berkeley: University of California Press, 1974.

GRABURN, N. "The Eskimos and airport art". In: _____. **Transaction**. v. 4, p. 28-33, 1967.

GRABURN, N. "Tourism: The Sacred Journey". In: Smith, V. (ed.). **Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism**. Philadelphia, University of Pennsylvania Press (2. ed), 1989.

GRABURN, N. "Antropologia ou Antropologias do Turismo?". In: Graburn, N., et alli. (orgs.). **Turismo e Antropologia: novas abordagens**. Campinas: Papirus, 2009.

GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Unesp, 1991.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

GRÜNEWALD, R. A. **Artes Turísticas e Autenticidade Cultural**. Trabalho apresentado no Fórum Antropologia do Turismo e do Lazer, coordenado por Rodrigo de Azeredo Grunewald e Álvaro Banducci Júnior na IV Reunião de Antropologia do Mercosul - Etnografia e Antropologia. Curitiba, 11-14 de novembro de 2001.

LABATE, B. "A Experiência do 'Viajante-Turista' na Contemporaneidade". In: Serrano, C. et al (org.). **Olhares Contemporâneos sobre o Turismo**. Campinas: Papyrus, 2000.

MacCANNELL, D. "Staged Authenticity: arrangements of social space in tourist settings". In: **American Journal of Sociology**, 79(3), p. 589-603, 1973.

URRY, J. **O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

Cronologia do Processo Editorial

Recebido em: 14. mar. 2013

Aprovação Final: 13. jun. 2013

Referência (NBR 6023/2002)

OLIVEIRA NETO, João Matias de. Entre o contemporâneo e o tradicional: turismo, arte e artesanato na Casa do Artista Popular da Paraíba. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 2, n. 1, p. 05-29, jan./jun. 2013.