



O Artesanato e suas Contribuições para Independência Simbólica e para o Desenvolvimento Sustentável a partir do meio de Folkcomunicação.¹

Wanessa Dose BITTAR²
Universidade Federal de Juiz de Fora

RESUMO

Este artigo possui por objetivo ser um ensaio teórico sobre conhecimentos que tangem o artesanato e suas contribuições para a independência simbólica e o desenvolvimento sustentável a partir do meio de Folkcomunicação. Entende-se neste estudo que o artesanato é o resgate da origem, um constante exercício sobre o pertencimento, é inclusivo e principalmente trabalha a relação do homem com o seu espaço aprimorando suas percepções sobre o cotidiano. Portanto, considera-se que trabalhar com este assunto é ter por principal interesse a investigação de potenciais conteúdos que possivelmente poderão servir de base para o entendimento da importância do artesanato por diferentes aspectos e principalmente por sua dimensão social.

PALAVRAS-CHAVE: Artesanato; Dimensão social; Folkcomunicação.

Introdução

Novas condições de vida, no que se refere aos hábitos, costume e relações interpessoais foram marcadas pelo advento da pós-modernidade e da globalização. Assim resultaram no incremento exponencial das relações de troca e intensas migrações de capital, tecnologia e indivíduos gerando impacto nas culturas, no aprimoramento de novas tecnologias da informação e no comportamento social dos indivíduos.

Neste sentido configurando-se um conjunto de fatores econômicos, sociais e políticos orientados pelo sistema capitalista. O gera uma nova perspectiva sobre a realidade de mundo, que se encontra em constantes modificações. Esta estruturação dinâmica deve-se ao fato que após a década de noventa assiste-se a derrubada de

¹ Artigo apresentado no GT 3 “Artesanato e Folkcomunicação” da XIV Conferência Brasileira de Folkcomunicação – Juiz de Fora-MG, 04 a 07 de maio de 2011.

² Artista Plástica, Designer e Estudante de Pós Graduação em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Email: wanessabittar@yahoo.com.br.



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

modelos que irão contribuir com maneiras diferentes de se pensar as informações, os recursos e o consumo.

É neste contexto que tornasse importante, tratar de questões sobre a independência simbólica e o desenvolvimento sustentável através da dimensão social, sendo uma das características que compõem a proposta do fazer artesanal - artesanato.

O artesanato encontrasse contextualizado na arte popular configurando-se em uma linguagem popular que se tornou um meio próprio de expressão das populações marginalizadas. Assim, através das referências de informações se expressam nas manifestações folclóricas. Estas que dão a possibilidade destas populações se entenderem e serem entendidas, diante das divergências de pensamentos encontradas entre distintas classes sociais, como mencionado pelo Doutor Comunicólogo Luís Beltrão, quando criou o conceito de Folkcomunicação.

A partir destas breves passagens é possível visualizar a necessidade em se estabelecer um espaço de reflexão sobre os conteúdos como: as particularidades do produto cultural artesanato, o artesanato como potencial meio para projeção de experiência e formação de opinião, a criação da tradição para o desenvolvimento territorial, as origens da arte popular no Brasil e por último contextualizar conteúdos com a realidade que foi e continua sendo o Mestre Vitalino.

Assim a contribuição deste estudo está na possibilidade de se estabelecer um espaço científico, a fim de, trazer conhecimentos sobre os benefícios do veículo de Folkcomunicação para o artesanato principalmente em sua dimensão social.

1-As particularidades do produto cultural artesanato.

A atividade artesanal é datada do período neolítico (6.000 a.c). O ato de polir pedras, a criação de utensílios para armazenar alimentos ou a pintura em paredes pode ser considerada as primeiras manifestações artesanais e culturais (CHITI, 2003). Desta forma, compreende-se que o artesanato tem sua origem com a história da humanidade, sendo as primeiras formas de representação do homem de modo a superar as adversidades de seu meio.



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLK COMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

No dicionário Aurélio:

o verbete artesanato, possui a seguinte definição: artesanato vem de artesão e significa a técnica, a arte do artesão; o produto do trabalho do artesão; o conjunto de objetos feitos artesanalmente; local onde se pratica ou se ensina o artesanato.

Neste assunto são vários os pesquisadores que se dedicam a pensar direto ou indiretamente sobre as particularidades do artesanato, como referência, adotou-se as contribuições de Heliana Marinho³, Stuart Hall⁴, Peter Drucker⁵ e Eduardo Barroso⁶ como facilitadores na compreensão do presente estudo. Mas não só pesquisadores são interessados na área de artesanato, identifica-se, que o governo também investe por razões estratégicas. Pois a atividade além de ser importante para o desenvolvimento cultural do território é economicamente interessante para um país, porque, gera renda, divulga sua cultura, estimula a consciência sobre a preservação do meio ambiente e ainda proporciona a inclusão social através do trabalho.

A fim de subsidiar o Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro, foi publicado no Diário da União pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior em outubro de 2010, os aspectos legais, que caracterizam o artesanato da seguinte forma:

ART 4º- ARTESANATO – artesanato compreende toda 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.

Seção 1º Não é ARTESANATO:

- I- Trabalho realizado a partir de simples montagem, com peças industrializadas e/ou produzidas por outras pessoas;
- II- Lapidação de pedras preciosas;

³ Heliana Marinho é consultora do SEBRAE do Rio de Janeiro e gerente de desenvolvimento da Economia Criativa..

⁴ Stuart Hall é um teórico jamaicano que estuda principalmente questões de hegemonia e questões culturais.

⁵ Peter Drucker filósofo e economista de origem austríaca, considerado como o pai da administração moderna, sendo o mais reconhecido dos pensadores do fenômeno dos efeitos da Globalização na economia em geral e em particular nas organizações.

⁶ Eduardo Barroso possui sua formação em design e iniciou o movimento do design social no Brasil na década de 80 participando na formação do Programa de Artesanato do SEBRAE e também prestando consultoria ao CNPQ sobre questões relacionadas a área de artesanato.



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLK COMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

III- Fabricação de sabonetes, perfumaria e sais de banho, com exceção daqueles produzidos com essências extraídas de folhas, flores, raízes, frutos e flora nacional;

IV- Habilidades apreendidas através de revistas, livros e programas de TV, dentre outros, sem identidade cultural;

Seção 2^o 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. [...] (DIÁRIO, 2010, p.100)

Segundo Stuart Hall no livro Da diáspora:

O produto artesanal tem em sua essência uma criação pautada pelo trabalho individual, hábil e criativo, que retoma não só o tecnicismo empregado pelos ancestrais como também valores enraizados nas relações interpessoais. O que o torna diferente, fascinante para o “olhar” de mercado, adestrado às inúmeras necessidades e desejos de seus consumidores. E esta “fascinação com a diferença” possibilita uma articulação entre o global e local, em detrimento de uma rigidez sobre o comportamento das identidades locais. O que não pressupõe a destruição das mesmas, mas uma rearticulação quanto à sua forma de estar e se fazer presente no mundo, gerando “novas identificações globais e novas identificações locais (HALL, 2001, p.78).

Esta reflexão de Stuart Hall também se articula ao pensamento de Peter Drucker quando menciona que: “O equilíbrio de uma sociedade está em sua capacidade de compatibilizar tradição com modernidade, passado com futuro” (DRUCKER, s.d).

Há exemplo do Japão, que apesar de seu significativo progresso em pesquisas e tecnologia, os japoneses preservam práticas, costumes, rituais e valores tradicionais, utilizando-se de diversificados artefatos cujo valor simbólico é maior que a função. Desta maneira o passado serve de referência para o presente, ou seja, estabelecendo o equilíbrio da sociedade como Peter Drucker menciona em sua frase.

Segundo Heliana Marinho para conceituar o artesanato é:

[...] preciso aprofundar na história da humanidade e fazer uma releitura da história, que determinou culturas; dos medos, que impulsionaram mudanças; das estratégias de sobrevivência; dos desafios de aprendizagem; das formas de dominação e divisão do trabalho; e, por último, dos artifícios para o desenho e a construção do próprio tempo. Pois, são elementos que compõem a produção artesanal.

Já de acordo com Eduardo Barroso:

o artesanato é o produto de maior valor agregado, onde a habilidade, destreza e capacidade sejam traduzidas em peças únicas, impossíveis



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

de serem reproduzidas pelos meios de massa de produção e que contem uma história.

No entanto, essas conceituações e interpretações a cerca do que é o artesanato, torna possível compreender suas particularidades e o seu potencial enquanto meio de expressão para diferenciadas circunstâncias sociais. Seja ela na determinação de contornos simbólicos ou mesmo em desenvolvimento territorial sustentável.

2-Folkcomunicação Opinitiva: o artesanato como potencial meio para projeção de experiência e formação de opinião.

A necessidade de se comunicar acompanha a história da humanidade, desde a Pré- História, com homens e espécies desconhecidas deixando rastros comunicativos em seus ambientes através de diferentes meios de expressão.

Neste contexto situa-se o artesanato como um dos meios de expressão de destaque do atual estudo e que segundo Luiz Beltrão:

É através deste que as camadas populares organizam um pensamento comum, conservam experiências, encontram o aprendizado, dão expansão às habilidades artísticas e por fim fazem-se presentes a respeito de suas aspirações e expectativas para a sociedade dominante. Sendo então, o folclore objeto de aproximação e coesão, por meio de manifestações que refletem o seu comportamento em relação às produções em vigor na sociedade, como o exemplo do registro e o comentário dos fatos da rotina de vida. Tornando o folclore um revelador significativo de satisfações e insatisfações da população.(BELTRÃO, 2001, sp)

Verifica-se deste modo que o artesanato constitui em um abundante e excelente meio utilizado pelo povo para a divulgação de opiniões, denominado por Beltrão como Folkcomunicação Opinitiva.

A Folkcomunicação é um sistema particular de comunicação entre grupos marginalizados da população brasileira, em razão de seus agentes e seus veículos estarem relacionados, direta ou indiretamente, com as manifestações folclóricas.(BELTRÃO, 2001, p.79)

Entende-se por agentes os líderes de opiniões, como os artistas, cantadores, violeiros, amadores de astrologia, ceramistas como é o caso do Mestre Vitalino, dentre



outros. Estes que exteriorizam suas experiências na matéria e por vezes são comparados aos repórteres ou comentaristas ou mesmo aos panfletários - aqueles que lançam idéias. Exercendo assim, importante função social, como personagens que transformam realidades com a projeção de suas impressões e experiências contextualizadas no ambiente em que vivem. Portanto, contribuindo com o processo comunicacional através de suas habilidades artísticas.

3- A criação da tradição para o desenvolvimento territorial.

Muitos são os lugares “privilegiados” que utilizam da tradição para alavancar o desenvolvimento territorial. Mas seria a tradição algo sagrado e prestígio de apenas alguns lugares? Como a tradição pode se tornar presente?

Inicialmente, é necessário compreender o conceito de tradição, que segundo o filósofo Gerd Bornheim a palavra:

vem do latim: traditio. O verbo é tradire, e significa precipuamente entregar, designa o ato de passar algo para outra pessoa, ou passar de uma geração a outra geração. Em segundo lugar, os dicionaristas referem a relação do verbo tradire com o conhecimento oral e escrito. Isso quer dizer que, através da tradição, algo é dito e o dito é entregue de geração a geração.

De acordo com o que foi mencionado acima e com base em conhecimentos previamente adquiridos com o estudo, sabe-se que a tradição pode se apresentar de duas formas: como algo conservado por mestres e passadas de mestres a aprendiz ou como “tradição” recente que foi criada por um grupo social que conseguiu retomar saberes antigos ou que foram capazes de se apropriar de saberes e de fazeres trazidos por mestres de outros lugares. Sendo esta última, mais do que somente cópia, mas uma reestruturação sociocultural.

Para caráter de exemplo se tem que a tradição preservada encontra-se na tecelagem em tear e nos santeiros localizados na região das Vertentes. No exemplo da criação de novas tradições pode-se mencionar: o estanho em São João Del Rei, Tiradentes e Prados com um diversificado artesanato e Bichinho próximo a Tiradentes, com sua serralheria



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLK COMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

artística e suas esculturas em madeira, que compõem as atividades da Oficina de Agosto que foi idealizada pelo antiquário conhecido na região por Toti.

A seguir um trecho de entrevista concedida a pesquisadores da UFSJ- Unitrabalho, em 14/10/1999, que relata de onde originou-se a tradição dos decoradores e restauradores de móveis de São João Del Rei:

Meu pai... é... meu pai é, ele era tecelão, ele trabalhou na fábrica de tecidos, não é?; e... num belo dia apareceu um francês, até não me lembro agora o sobrenome dele, só que era Paulo, mas é... então ele tava procurando uma pessoa que soubesse pintar, que tivesse um pouco de habilidade na pintura, né, de trabalhar com tinta.

E... então ele começou a trabalhar com esse francês, esse francês começou a passar algumas técnicas pra ele, pra... pra envelhecimento de móveis e eu com, com, com onze anos comecei a trabalhar com ele, com esse francês lá também. E nos fomos aprendendo técnicas e aperfeiçoando nosso trabalho. Ele passava muito desenho pra gente, entendeu? Moldes... e a gente também criava alguma coisa em cima daquilo, a gente não ficava só naquele molde, naquela...; em cima daquele molde a gente criava mais alguma coisa, entendeu?... e depois começou a partir pra esses, pra esse lado mineiro da coisa.. pintura de roça, aqueles móveis com, com galinhas, com vários motivos de fazenda... entendeu?

É. Então a gente trabalha até com Terra, entendeu? Terra, tinta que a gente tira de argila, de variedades de coisas que a gente trabalha.(ABREU, 2007, p.205--206)

Nota-se nesta entrevista, que a tradição é iniciada por um indivíduo, que se predispõem a passar um conhecimento e que com o tempo já foi reinventada e continua viva na região. Constituindo-se como um ativo econômico para o local e conseqüentemente contribuindo para a afirmação da identidade e o desenvolvimento territorial, assim, conferindo-se como grande atrativo para turistas, pesquisadores, empresários e públicos afins.

É importante frisar que a tradição pode ser inventada a todo o momento, mas, o que lhe permite permanecer no tempo é o grau estratégico de como ela é transmitida, se ela possui espaço para o aproveitamento de recursos que o território oferece e principalmente se o conteúdo beneficia o movimento da expressão de idéias no ritmo



das mudanças de gerações que conseqüentemente possuem necessidades comunicativas diferentes.

4- As origens da arte popular no Brasil

A arte popular possui características muito amplas, ou seja, comporta todas as diversidades das manifestações artísticas do povo brasileiro e revela a sabedoria popular. Há exemplo de que dos indígenas, os artesãos herdaram toda a sabedoria do trançado de fibras, no tempo certo da queima da cerâmica e no uso das tintas vegetais e minerais. Dos africanos, os mestres artesãos continuam a produzir esculturas em madeira com aplicações em metal, como fazia na África. Dos artífices portugueses herdaram o trabalho com encaixes de madeiras. A seguir uma parte do breve resgate histórico feito por Percival Tirapeli:

Nos quatro primeiros séculos da cultura Brasileira, os trabalhos de natureza inventiva tiveram influência dos índios, negros e portugueses. Assim, foram construídas as igrejas, e suas interessantes decorações barrocas foram ensinadas especialmente pelos jesuítas. Cada ofício tinha uma confraria à maneira medieval, com seu santo protetor- a dos marceneiros e escultores em madeira, à qual pertencia o Alejadrinho, era a de São José. No século XIX, com a vinda dos imigrantes, esse universo inventivo ampliou-se com novas técnicas e materiais de toda espécie. Os italianos colaboraram consideravelmente na fabricação dos móveis artesanais e na ornamentação arquitetônica, ensinados no liceus de artes e ofícios. Os alemães trabalharam com mecanismos, fundições e vidrarias; os japoneses, com dobraduras em papéis, os ucranianos, com delicadas pinturas em ovos de Páscoa, e os açorianos, com têxteis e rendas. [...] (TIRAPELI,2006, p.24-25)

Nota-se que a arte popular é a expressão de uma vivência particular de uma coletividade e dessa forma torna-se importante o estudo do processo de comunicação advindos desta temática. Pois é através do resgate de raízes que compreendemos o que já se passou, o que vivemos e aceitamos sem questionamentos.

Além dos fatos históricos como o processo de organização dos trabalhos e entradas de imigrantes é justo destacar a matéria-prima. Pois, os materiais influenciam diretamente



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

na caracterização de determinadas regiões é o que define por vezes as manifestações artísticas exclusivas de um lugar, assim, formando as identidades regionais através das pessoas que utilizam a matéria como veículo de expressão.

No Brasil a madeira, a argila, as fibras e as palhas estão presentes praticamente em toda parte de seu território. Mas no caso do couro, estes são localizados em regiões de agropecuária; as pedras semipreciosas ou pedra-sabão encontram-se nas zonas de mineração, como Minas Gerais; e as areias coloridas, são encontradas nas praias do Nordeste. E todas essas particularidades conferem significados na comunicação final do objeto apresentado e, portanto, a origem transforma o que vemos em algo mais compreensível.

Assim, essas origens permanecem acessíveis através de Centros, Museus e também com a ajuda de iniciativas privadas, são alguns: Centro Cultural Dragão do Mar, Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular/ Museu do Folclore Edson Carneiro, Cerâmica do Rio, Instituto Itaú Cultural, Museu Afro Brasil, Museu Casa do Pontal, Museu do ex-voto do Senhor do Bonfim e por último o Museu do Homem do Nordeste. Esta iniciativa de preservação das contribuições de concepções populares confere ao Brasil um rico material sobre o estado social de sua população em diversos momentos de sua história e inclusive a compreensão do que se vive hoje.

4.1- A cerâmica figurativa

De acordo com estudos históricos, a produção de cerâmica teve origem das tradições indígena, portuguesa e a influência dos negros, que incrementaram as formas e a imaginação dos ceramistas figureiros. Sendo Pernambuco o estado de destaque para a tradição da arte figureira, que perfeitamente expressam o cotidiano das pessoas. Na cidade de Caruaru, no bairro do Alto do Moura, encontra-se a representação dessa arte, sobretudo aqueles que foram influenciados pelo Mestre Vitalino, destacando-se Zé Caboclo, Manuel Eudócio Rodrigues e Manuel Galdino de Freitas. Que em suas artes representavam cenas do cotidiano pernambucano. E a produção ceramista deste lugar estruturou-se de forma tão poética, que por vezes, nos trabalhos possuem papéis



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

enrolados com versos. Já na cidade de Tracunhaém- PE, duas santeiras merecem destaque: Antônia Vieira (Toinha) e Antônia Bezerra Leão.

É importante mencionar nesta pesquisa algumas outras áreas pelo Brasil que também se expressam através desta manifestação artística são elas: Bahia, Alagoas, Ceará, Minas Gerais, Vale do Paraíba paulista e Goiás.

Na Bahia, o artesanato utilitário se integra as figuras de animais, como boizinhos, caranguejos, tartarugas.

Em Alagoas, na cidade de Capela, o artesão João das Alagoas transforma o barro e a madeira em santos e imagens de animais.

No Ceará, em Juazeiro do Norte, cidade que vive do artesanato, se destaca a família Três Marias. Esta que incentivada anteriormente por Padre Cícero, produz peças em pequena escala, com estilo naif, pintadas com cores fortes.

Em Minas Gerais, no Vale do Jequitinhonha, tem-se figureiras distribuídas por várias localidades. Que produzem bonecas de grandes dimensões, representam cenas da vida feminina e ainda os homens são representados como homens-cães ou joões bobos - sendo estes bonecos de forma redondas.

Na região do Sudeste, no Vale do Paraíba paulista, há figureiras que criam, pavões, figuras de santos, presépios e outras.

E por último, Goiás, o artista Antônio Poteiro se destaca na produção de potes com cenas da vida de Cristo e pinturas repletas de anjos. (TIRAPELI, 2006, p.36-37)

Dentro desta temática os mercados difusores dessas idéias que mais se destacam são: o Mercado Modelo e a feira de São Joaquim, no bairro da Ribeira, em Salvador que vendem artesanatos dos estados nordestinos e o Mercado de Taubaté, considerado o melhor centro do artesanato, desta região rica em café.

Dessa forma, observasse o quanto à cerâmica figurativa está presente no Brasil, com seus diversos repertórios no registro das idéias e a importância de sua contribuição social e simbólica para o território brasileiro.

4.2-Mestre Vitalino e sua influência na essência do artesanato.

Como já foi anteriormente discutido sobre a cerâmica figurativa não poderia faltar aqui um espaço dedicado ao grande artista popular, Mestre Vitalino, que com sua arte



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

influenciou e modificou o comportamento de vida de muitas pessoas de sua região. E contribuiu para o desenvolvimento social e econômico do Alto do Moura, bairro localizado no município de Caruaru, a 132 km do Recife. Este que foi considerado pela UNESCO como o “Maior Centro de Artes Figurativas das Américas”. Desta maneira o município ganhou forte identidade e ainda atraiu pesquisadores, turistas e empresários. A seguir um registro do portal que o bairro Alto do Moura ganhou pelo seu reconhecimento identitário.



Vitalino Pereira dos Santos, nasceu em 1909, em Caruaru, PE. Além de figureiro era músico. Ainda menino, aprendeu com a mãe, uma paneleira, a moldar o barro fazendo bichinhos, que depois vendia na feira. A seguir, começou a produzir figuras expressionistas e de forte dramaticidade, tendo como temas cenas do cotidiano, dos ritos de passagem e da vida das pessoas. Vitalino retrata as diversões do povo, como o maracatu, os tocadores de zabumba, de pífaro, de safona, ou a religiosidade com os santos, em especial São Francisco, e os presépios. Em seus trabalhos estão presentes também profissões, como vaqueiro, dentista, tipos do agreste, cangaceiros, anjos, padres, portanto, os vários elementos que compõem a rotina dos sertanejos. O humor e a poesia fazem parte da criação do mestre, que agrupou as figuras, criando conjuntos e situações anedóticas e líricas para amenizar as mazelas da dura vida do homem do sertão. (TIRAPELI, 2006, P.34-35)



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

Seu trabalho passou a ser conhecido nacionalmente em 1947, quando suas obras foram expostas pela primeira vez no Rio de Janeiro.

Assim de acordo com Zé povinho de Caruaru e das redondezas⁷:

Vitalino, é um interprete fiel dos seus sentimentos, fala com propriedade de sua vida e suas aspirações, através da modelagem do massapé retirado da vasante do rio Ipojuca. As figuras e bonecos reproduzem personagens tirados do seu limitado círculo de interesses, tratados num estilo particular, refletindo com clareza a cultura local da área em que ele sempre viveu. Ele não capta somente seu mundo e transporta para o barro, ele veicula, pela intencionalidade das suas composições, pelo efeito de certos artifícios de atitude ou exagero de particularidades, ou ainda através das suas histórias, os valores do mundo, seja ele, estético, morais, sociais, religiosos. viveu. (BELTRÃO, 2001, p.244 e 245)

Estes registros condicionaram Vitalino a ser em sua região um interprete do povo, ou seja, um líder de opinião ficando para a história regional desde 1963. Hoje sua casa se transformou na Casa- Museu Mestre Vitalino, que exhibe os objetos do mestre, suas ferramentas de trabalho, incluindo o forno rústico e circular onde realizava a queima do barro. A seguir, um registro fotográfico da Casa-Museu e algumas de suas obras:



⁷ Referência retirada do livro de Luis Beltrão- Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressões de idéias.



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação



Nota-se que Vitalino, utilizava de diversos artifícios para propagar suas experiências e aprimorar sua relação com o espaço em que vivia. É somente observar as cenas e ver que nada é ingênuo, repare nas expressões, nas proporções dos personagens, nas representações das vestimentas, ou seja, cada representação possui uma história. Como exemplo, observasse na imagem três, que as vestimentas são a representação da chita e que, segundo pesquisa retirada do livro *Imaginário Pernambucano*:

A chita foi criada na Índia e chegou ao Brasil através da colonização portuguesa. As estampas da chita à moda brasileira só foi possível quando Portugal permitiu a impressão de tecidos no Brasil. Aqui, ocorreu uma versão tupiniquim do tecido que, por ter sido negociado à preço baixo, logo caiu no uso popular e se integrou ao folclore nacional.

Exemplo disto são as roupas dos brincantes de bumba-meu-boi, coco-de-roda, os bacamarteiros etc.

A importância que o tecido de chita tem para a arte figurativa do Alto do Moura pode ser percebido nas cores que são pintadas as roupas dos bonecos. São cores puras, como o verde, amarelo, vermelho e azul a formarem grandes estampas florais e desenhos ingênuos. Tais cores passaram a tingir diretamente o barro com a mesma estamparia do tecido. (ANDRADE et al, 2006,p.60)



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

Pode-se então, visualizar por meio de seus trabalhos, que tudo comunica: passagens, fatos e histórias de matéria-prima que também compõem o seu espaço. Portanto a importância em destinar um espaço da pesquisa para este Mestre que tanto contribuiu para o desenvolvimento sustentável e a independência simbólica do lugar em que viveu e conseqüentemente para a essência do que é o artesanato. Ou seja, um fazer fundamentado e sempre aprimorando a relação com o espaço em que se vive.

Conclusão

Portanto a importância que o artesanato possui como um dos vários meios de comunicação popular, esta na efetiva participação da construção da independência simbólica. Quando permite ao indivíduo materializar e aprimorar através de recursos locais suas referências estéticas, sociais, econômicas. E portanto, sua vivência diante das adversidades do meio. Conferindo a população do local, um desenvolvimento sustentável da região, por meio do processo de compreensão do valor que se tem o espaço em que vivem e conseqüentemente a consciência para a proteção deste enquanto difusor de histórias e opiniões a cerca da vida em sociedade.

Neste sentido, o estudo de Folkcomunicação, fornece conhecimentos potenciais para o entendimento da atividade artesanal em sua dimensão social. Enquanto meio que veicula idéias e críticas do povo ou até mesmo registros de fatos. Que na maioria dos casos, quando bem trabalhados, ativam conscientemente as dimensões estéticas, econômica e de sustentabilidade ambiental. O que contribuem para a qualidade de vida dos indivíduos envolvidos nas atividades do artesanato e para o enriquecimento cultural dos que apreciam este movimento que é centrado no indivíduo, ou seja, no agente transformador.

Referências Bibliográficas

ABREU, Jânio Caetano de et al. **Cooperativismo Popular e redes solidárias**. São Paulo. All Print Editora, 2007.



XIV CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“O ARTESANATO COMO PROCESSO COMUNICACIONAL”
IX Encontro Regional de Comunicação

ANDRADE, Ana Queiroz et al. **Imaginário Pernambucano: design, cultura, inclusão social e desenvolvimento sustentável**. Recife: [Zoludesign], 2006.

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressões de idéias**. Porto Alegre. Edipucrs, 2001 - Coleção comunicação, 12.

BORNHEIM, G. A. **O conceito de tradição**. In: Tradição e Contradição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987.

CARNEIRO, E. **A sabedoria popular**, 3ª Edição. Coleção Raizes, 2008.

CHITI, Jorge Fernández. **Artesania, Folklore y Arte Popular**. Buenos Aires. Condorhuasi, p.312, 2003.

DRUCKER, Peter.

NETO, Eduardo Barroso. **Design, identidade cultural e artesanato**. Disponível em <<http://www.eduardobarroso.com.br/artigos.htm>>. Acesso em: 4 de Abril de 2010.

GONÇALVES, Raruza Keara Teixeira Gonçalves; BITTAR, Wanessa Dose. **A interface entre o design e a comunicação na estruturação mercadológica das organizações artesanais**. Anais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Vitória- ES, 2010.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. org. Liv Sovik. Belo Horizonte: Editora UFMG, Brasília, representação da UNESCO no Brasil, 2003.

KRUCKEN, L. **Design e Território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

RIBEIRO, R. **Vitalino, um ceramista popular do nordeste**. Recife: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, 1959.

TIRAPELI, P. **Arte Brasileira**. São Paulo: Nacional, 2006.

UNIÃO, Diário Oficial . **Diário Oficial da União 192, seção1**. Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 100p, 2010.