

Gostos e valores no artesanato: relações imbricadas

Taste and values in handicraft: connected relationships

Miguel de Araujo Lopes^I , Claudia Mourthé^{II} , Raquel Ponte^{III} 

RESUMO

A presente pesquisa teve como finalidade compreender os vínculos existentes entre gosto, valor e suas relações com o artesanato produzido em cerâmica no norte do estado do Rio de Janeiro, mais especificamente na cidade de Campos dos Goytacazes, identificando as percepções latentes acerca do consumo desse produto por parte da população local. Como processo metodológico, a investigação foi orientada pela abordagem qualitativa, e, a fim de responder aos objetivos da pesquisa, o instrumento de coleta de dados consistiu na elaboração e aplicação de entrevistas. Ao fim da pesquisa, pudemos averiguar que o público pesquisado compreende os gostos e valores em relação ao artesanato levando em consideração as mais diferentes perspectivas, principalmente suas subjetividades. A diversidade das respostas possibilitou observar percepções e lacunas existentes na oferta e no consumo de produtos em cerâmica e apontou para futuras demandas de pesquisa.

Palavras-chave: Gosto. Artesanato. Região norte fluminense. Rio de Janeiro.

ABSTRACT

The present research aimed to understand the links between taste, value, and their relationships with ceramics craftsmanship produced in the Northern region of the state of Rio de Janeiro, specifically in the city of Campos dos Goytacazes, identifying the latent perceptions regarding the consumption of this product by the local population. As a methodological approach, the investigation was guided by a qualitative approach, and in order to address the research objectives, the data collection instrument consisted of the development and application of interviews. At the end of the research, we could comprehend that the surveyed audience understands tastes and values regarding craftsmanship taking into account various perspectives, especially their subjectivities. The diversity of responses enabled us to understand perceptions and gaps in the supply and consumption of ceramic products and pointed out future research demands.

Keywords: Affection. Handicrafts. Northern Fluminense Region. Rio de Janeiro.

^IUniversidade Federal do Rio de Janeiro – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mails: gcmiguelaraujo@gmail.com; claudiamourthe@eba.ufrj.br; raquelponte@eba.ufrj.br

Recebido em: 19/01/2024 – Aceito em: 13/05/2024

INTRODUÇÃO

Ao tratar de produção artesanal e artesanato moderno, diferentes autores possuem noções e definições diversas sobre esse campo do ponto de vista contemporâneo. Para Lima (2005), o artesanato reúne uma multiplicidade de objetos, como panelas, pratos e utensílios para nossa manutenção da vida, “que são produtos do fazer” (Lima, 2005, p. 1-2). O autor defende que o universo artesanal pressupõe modos de fazer distintos derivados de estilos de vida, visões de mundo e estéticas divergentes e por isso não homogêneas.

Diante da grande variedade de matérias-primas usadas nas manifestações artesanais que acompanham a diversidade cultural de cada região do país, pode-se mencionar o uso de fios, madeira, couro, palha, barro e até mesmo argila, sendo este último material indispensável e histórico no que se refere à produção artesanal do município de Campos dos Goytacazes, localizado na região norte fluminense do estado do Rio de Janeiro.

O interesse pela escrita deste artigo nasceu no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Rio de Janeiro, mais especificamente na disciplina Gosto Estético e Diversidade. Nela, tivemos contato com os conceitos e autores aqui trazidos. Dessa forma, a escrita deste trabalho foi impulsionada pelo diálogo com esses debates.

A presente pesquisa buscou melhor compreender os vínculos existentes entre gosto, valor e suas relações com o artesanato produzido em cerâmica no município de Campos dos Goytacazes, identificando as percepções latentes acerca do consumo desse produto por parte da população local. O estudo caracterizou-se como uma pesquisa de cunho qualitativo, tendo como método de pesquisa a realização de uma série de entrevistas semiestruturadas individuais com residentes do município.

O diálogo teórico estabelecido entre *design* e os estudos do campo da estética foi centrado na pesquisa qualitativa produzida ao longo do estudo, alicerçada por autores como David Hume (1973) e Immanuel Kant (1995), ambos filósofos europeus do século XVIII, e Edgar Morin (1987), sociólogo e filósofo contemporâneo. O trabalho não se restringe aos conceitos dos autores supracitados nem pretende esgotá-los, mas propõe encontrar pontos de interseção e divergência que foram úteis para a realização da pesquisa. No primeiro momento é apresentada a fundamentação teórica, destacando o diálogo estabelecido entre o campo e a teoria estudada, iniciando pela concepção de complexidade própria de Edgar Morin (1987) e passando pelas noções de gosto e beleza discutidas por Kant (1995).

Posteriormente, tem-se o processo metodológico seguido pela pesquisa, os resultados das análises das entrevistas e as considerações finais. Como dito anteriormente, esta pesquisa não pretende de forma nenhuma esgotar temas referentes a valores estéticos, gosto e beleza, mas sim fazer o levantamento de como alguns agentes sociais entendem e consomem o artesanato local, uma vez que essas manifestações culturais estão tão presentes no dia a dia dessas pessoas.

Justifica-se uma pesquisa sobre a atividade artesanal, por ela movimentar receitas com altos valores anualmente, estar presente em 63,3% dos municípios

brasileiros, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2023), promover a economia dos artesãos, além de favorecer a valorização da produção da cultura desenvolvida na região. Isso permite, com base nesta pesquisa, fornecer alicerces para outras ações na produção artesanal que venham a ser pesquisadas futuramente, sobretudo em áreas turísticas, que são em sua maioria beneficiadas por esse tipo de manifestação cultural.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Alguns autores admitem ter certa dificuldade de conceituar o artesanato, dada a complexidade de características existentes quando buscamos conceituar esse trabalho. Oliveira (2019) compreende que ter uma ideia estanque sobre a produção artesanal pode fragilizar a abordagem, pois tende a ignorar certos aspectos que relativizam aqueles que foram privilegiados na análise. Borges (2011) também aponta para essa dificuldade como intrínseca ao tema, diante da diversidade de significados que autores, artigos e livros expõem para o artesanato — essa palavra que nos é tão familiar e ao mesmo tempo mal compreendida.

A preocupação com uma conceituação clara da atividade está presente logo em uma das primeiras iniciativas governamentais sistematizadas de apoio ao artesanato, corporificada no Decreto nº 80.098, de 8 de agosto de 1977. Hoje revogado, ele instituiu o Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato, sob a supervisão do Ministério do Trabalho (Oliveira, 2019). Tendo como objetivo “coordenar as iniciativas que visem à promoção do artesão e a produção e comercialização do artesanato brasileiro”, o decreto estabelece, em seu Artigo 8, a premência da necessidade dessa conceituação pela comissão então instituída como órgão consultivo para os trabalhos: “Para efeito do Programa caberá, prioritariamente, à Comissão conceituar adequadamente o artesanato de modo a preservar a sua identidade como atividade econômica peculiar e caracterizar profissionalmente o artesão” (Brasil, 1977).

Um pouco à frente, no Decreto nº 80.098, de 8 de agosto de 1977, a comissão então propôs uma definição:

(a) A atividade predominantemente manual de produção de um bem que requeira criatividade e ou habilidade pessoal podendo ser utilizadas ferramentas e máquinas; b) O produto ou bem resultante da atividade acima referida; c) o resultado da montagem individual de componentes, mesmo anteriormente trabalhados e que resulta em um novo produto (Brasil, 1977).

Por causa de lacunas existentes na definição anterior e das modificações por que a atividade passou ao longo do tempo, novas definições oficiais foram surgindo, consolidadas em um documento que serve como referência para esta pesquisa. A nova definição de artesanato surgiu da Base Conceitual do Artesanato Brasileiro, um programa de artesanato brasileiro criado em 2012 pelo governo federal em que se instituiu a definição:

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 (Brasil, 2012, p. 14).

É válido destacar que o documento também traz em si vias que melhor definem o que *não* é artesanato, contribuindo para que não haja engano ou distorções do conceito:

Trabalho realizado a partir de simples montagem, com peças industrializadas e/ou produzidas por outras pessoas; Lapidação de pedras preciosas; Fabricação de sabonetes, perfumarias e sais de banho, com exceção daqueles produzidos com essências extraídas de folhas, flores, raízes, frutos e flora nacional; Habilidades aprendidas através de revistas, livros, programas de TV, dentre outros, sem identidade cultural (Brasil, 2012, p. 14).

Com base nessas definições, podemos relacionar a dificuldade de conceituar o termo *artesanato* com a complexidade e transformações pelas quais essa atividade passou ao longo dos anos. Riul (2015) esclarece que a produção artesanal foi uma das principais formas de confecção de acessórios materiais para o mundo humano nos mais diversificados contextos, permitindo um legado que permeia toda a humanidade, seja como herança, na forma de técnicas, materiais, aprimoramento, seja em termos estéticos ou funcionais.

Compreendendo o artesanato como um campo complexo em que as relações envolvidas incluem diversos fatores, como processos de venda, relações com clientes e consumidores, publicidade e o próprio fazer artesanal, ele pode ser analisado sob o paradigma da complexidade de Edgar Morin (2000). O paradigma funda-se em uma razão aberta (opondo-se à ideia de sistemas lógicos e metodológicos engessados), que se caracteriza por ser evolutiva, dialógica, residual e complexa. Estrada (2009, p. 86) sintetiza essa concepção:

É residual, porque acolhe o a-racional e o sobre-racional. É complexa, porque reconhece a complexidade da relação sujeito/objeto, ordem/desordem, reconhecendo, também em si própria, uma zona obscura, irracional e incerta, abrindo-se ao acaso, à álea, à desordem, ao anômico e ao estrutural. É dialógica, porque opera com macroconceitos recursivos, ou seja, grandes unidades teóricas de caráter complementar, concorrente e antagonista.

O autor acrescenta que a razão é um fator evolutivo, progredindo por mutações e reorganizações profundas. Morin (2000) considera, conforme a perspectiva de Piaget, que a razão não se caracteriza como uma invariante absoluta, mas aperfeiçoa-se por uma série de construções operatórias capazes de produzir novidades, as quais correspondem às mudanças paradigmáticas.

O paradigma da complexidade opõe-se ao da simplificação, visto que o primeiro encadeia um sistema complexo. Em outra obra, Morin (1987, p. 80) esclarece:

O jogo polilógico ordem/desordem/organização não pode ser considerado como um jogo perpétuo. É um jogo cujos dados se transformam, e temos de considerar as duas orientações antagônicas seguidas pelas transformações; uma é o "progresso" da organização e da ordem, sempre comple-

xas, e que, portanto, absorvem e englobam sempre mais desordem na sua esfera; a outra, indicada pela predição fatal do segundo princípio, é o triunfo da dispersão, a morte térmica do universo.

Porém, ele ressalva:

A ordem e a organização são improváveis, isto é, são minoritárias, na grande diáspora cósmica. Mas esta noção de improbabilidade tem de ser consideravelmente abrandada e relativizada. Com efeito, se todo o nascimento de organização é improvável, a própria constituição da organização instaura uma transformação das condições locais onde ela se opera. [...] Por outras palavras, a organização e a ordem que lhe é aferente constituem um princípio de seleção que diminui as ocorrências possíveis de desordem, aumenta no espaço e no tempo as suas possibilidades de sobrevivência e/ou desenvolvimento, e permite edificar, num fundo de improbabilidade geral difusa e abstrata, uma probabilidade concentrada local temporária e concreta. Sobre a base duma tal probabilidade local e temporária pode edificar-se uma nova organização improvável, minoritária, que, beneficiando do apoio organizacional estável, poderá ela mesma constituir a sua própria probabilidade, e assim por diante (Morin, 1987, p. 80-81).

Com efeito, a ideia de complexidade está intimamente ligada a conceitos de ordem e desordem. Mas, para Morin (2000), ordem vai além da noção de estabilidade, repetição, rigidez e regularidade, aproximando-se do conceito de interação. Este, por sua vez, opõe-se ao conceito de desordem, que abarca dois pontos de vista completamente diferentes — um objetivo e outro subjetivo. O objetivo diz respeito ao campo das dispersões, agitações, instabilidades, irregularidades, ou, em outras palavras, ruídos e erros. Já o subjetivo é “o da Imprescindibilidade ou da relativa indeterminabilidade. A desordem, para o espírito, traduz-se pela incerteza” (Morin, 2000, p. 200). Comenta Estrada (2009, p. 87) que ela “traz consigo o acaso, ingrediente inevitável de tudo que nos surge como desordem”.

A ideia de complexidade não pretende de forma nenhuma substituir conceitos de clareza, coerência, determinação e certeza por conceitos ambíguos de contradição. Em vez disso, o autor fundamenta tais princípios na necessidade de convivência, interação e trabalho entre eles.

Segundo Morin (2005), a complexidade é encarada como um instrumento qualitativo, dada a extrema qualidade de interações e interferências entre as unidades que compõem um sistema. Para o autor, a complexidade não deve ser confundida com a complicação, mas ele observa que o verdadeiro problema não é simplificar o complexo elaborando regras de bases simples, pois a própria complexidade é a base.

A modernização de sistemas complexos permite obter uma representação do contexto sobre o qual estamos dispostos a nos aprofundar, seguindo um olhar delimitado para responder a questões precisas. Esse processo sistêmico propicia igualmente considerar as variáveis presentes no ambiente com o qual o sistema interage e ampliar o escopo desta pesquisa para além das abordagens tradicionais, uma vez que não se propõe a enquadrar teorias ou métodos, extrapolando o conceito.

Pode-se evidenciar a complexidade tão bem compreendida por Morin (2000) relacionando-a com percepções individuais de atração e repulsa. Em um dos seus

trabalhos mais importantes, “Ensaio morais, políticos e literários”, publicado originalmente em 1742, David Hume (1973) afirma que, tratando-se de arte, existe certo padrão do que é belo, feio, do que agrada ou não. Para isso, o autor encadeia alguns conceitos empiristas — escola filosófica da qual foi um dos formuladores mais radicais —, como, por exemplo, a relação de ideias e o conhecimento dos fatos.

Hume (1973) sinaliza que a opinião varia muito entre as pessoas porque estamos acostumados a perceber que somos diferentes naquilo que compreendemos do mundo. Complementando essa passagem, o filósofo empirista conceitua como “bárbaro” aquilo que não é do nosso gosto, ou seja, aquilo que não coincide com o que queremos ver, cultivar ou consumir. A essa altura já se percebe que não há horizontalidade na percepção do gosto, porque esta se relaciona com questões específicas de cada indivíduo.

Fazendo um complemento, na esfera da “ética da linguagem”, poderíamos concordar que deveria haver uma palavra para descrever um sentimento. Hume (1973) diz que, quando analisada pelo viés da cultura ou determinados padrões de gosto, essa concordância talvez não faça tanto sentido, pois uma mesma palavra ou um padrão pode provocar interpretações diversas, a depender do contexto cultural no qual se insere. A ética também proporciona uma divergência no campo do particular quando existe concordância no campo do universal. Em outros termos, pode-se dizer que todas as culturas identificam necessidades que se convertem em conceitos, como de gosto, humanidade e justiça, mas cada povo, cada cultura, vai entender esses conceitos de forma diferente.

Assim, Hume (1973) identifica uma divergência de fundo na universalidade no que diz respeito ao entendimento sobre os gostos, dadas essas diferenças culturais — nas quais ele inclui a própria religião. Com base nessa breve abordagem, parece que o autor tem a intenção de nos convencer de que de fato “gosto não se discute”, pois sempre haverá divergências no campo universal e também no particular.

A atração e a repulsa estão diretamente relacionadas à abordagem que o autor faz da arte. Para Hume (1973), a beleza pode ser percebida de maneiras diferentes fundamentada no julgamento ou sentimento, porém nós podemos percebê-la melhor ou pior de acordo com a disposição interna do nosso espírito.

A beleza não é uma qualidade das próprias coisas, existe apenas no espírito que as contempla, e cada espírito percebe uma beleza diferente. É possível até uma pessoa encontrar deformidade onde uma outra vê apenas beleza, e todo indivíduo deve aquiescer a seu próprio sentimento, sem ter a pretensão de regular o dos outros. Procurar estabelecer uma beleza real, ou uma deformidade real, é uma investigação tão infrutífera como procurar determinar uma doçura real ou um amargor real (Hume, 1973, p. 316).

Então, a beleza não está no objeto; ela não depende de uma opinião, de um julgamento para que seja verdadeira. A beleza está propriamente em nós.

Tratando-se dos juízos, há sempre uma inverdade, porque, quando expressamos frases como “eu acredito que seja assim” ou “isto é assim...”, o que de fato queremos dizer não está de acordo com o que é o objeto. Logo, quando nos colocamos diante de uma situação em juízo, utilizamos um conhecimento conforme o que vemos no

objeto. Ou seja, aquilo que acreditamos ou até mesmo a nossa opinião não vai ser a mesma de todas as pessoas, porque cada uma entende o objeto de forma diferente.

Apesar de Hume (1973) entender que a noção de gosto e beleza está relacionada à disposição interna do nosso espírito, Kant (1995) interpreta que a beleza está intimamente ligada ao objeto. Embora haja algumas divergências entre as correntes teóricas desses autores, percebemos que em determinado momento há similaridade entre alguns conceitos.

Quase 50 anos depois, Kant (1995) disse que o “belo” não se relaciona com um “conceito gerado interiormente”, enquanto o “bom” é o que tem íntima relação com o espírito interno do indivíduo. O filósofo moderno salienta que, embora esteja implícita em nós a referência do bom como algo agradável, ele não se relaciona com as emoções. Em sua *Crítica da faculdade do juízo*, de 1790, observa:

Antes de tudo, é preciso convencer-se inteiramente de que pelo juízo de gosto (sobre o belo) imputa-se a qualquer um a complacência no objeto, sem contudo se fundar sobre um conceito (pois então se trataria do bom); e que esta reivindicação de validade universal pertence tão essencialmente a um juízo pelo qual declaramos algo belo, que sem pensar essa universalidade ninguém teria ideia de usar essa expressão, mas tudo o que apraz sem conceito seria computado como agradável, com respeito ao qual deixa-se a cada um seguir sua própria cabeça e nenhum presume do outro a adesão a seu juízo de gosto, o que, entretanto, sempre ocorre no juízo de gosto sobre a beleza. Posso denominar o primeiro de gosto dos sentidos; o segundo, de gosto da reflexão: enquanto o primeiro profere meramente juízos privados, o segundo, por sua vez, profere pretensos juízos comumente válidos (públicos), de ambos os lados, porém, juízos estéticos (não práticos) sobre um objeto simplesmente com respeito à relação de sua representação com o sentimento de prazer e desprazer (Kant, 1995, p. 58).

Na passagem, Kant (1995) faz uma breve explanação sobre gosto dos sentidos e gosto da reflexão. O primeiro relaciona-se intimamente com a noção de sentimentos expressa por Hume (1973), fazendo um paralelo com os juízos privados (individuais) e com a percepção individual, quando acessamos e/ou interpretamos determinado objeto.

Kant (1995) também reconhece que a experiência do gosto é diferente em cada pessoa e que a ideia de universalidade não se aplica em muitos lugares. A universalidade não se baseia em conceitos de objetos (ainda que somente empíricos), não é absolutamente lógica, mas estética, ou seja, não contém nenhuma quantidade objetiva do juízo, mas somente subjetiva, para a qual também se utiliza a expressão “validade comum”.

Percebemos até aqui que beleza, gosto e repulsa estão intimamente ligados a uma teia de valores que por vezes não é bem compreendida, evidenciando ainda mais a necessidade de revisitar esses temas. O paradigma de análise da complexidade, de Morin (2000), se apresenta como uma forte referência, auxiliando a fazer uma leitura mais ampla e sem amarras quanto à apreensão social da produção artesanal em Campo dos Goytacazes. Nesse enfoque, a experimentação em forma de entrevistas acerca das percepções de alguns residentes naquele município não só trouxe ótimos resultados sobre seus gostos, como também apresentou lacunas e demandas a serem estudadas.

MÉTODOS E TÉCNICAS

Este trabalho objetiva identificar as percepções latentes na população local de Campos dos Goytacazes acerca do consumo de artesanato, visto que a região se apresenta como uma potente produtora desses objetos, como destaca, por exemplo, Leitão (2013). Dessa forma, para dar seguimento ao processo investigativo, buscamos realizar entrevistas com todos os participantes da pesquisa.

A aplicação de entrevistas como método de coleta de informações foi fundamental. Com ela, tivemos maior compreensão sobre os interesses no consumo do artesanato local, além de ter sido possível perceber com maior precisão as subjetividades e curiosidades dos entrevistados acerca dos gostos e valores em mais amplo sentido. A seleção dos entrevistados deu-se por meio de indicações da atual coordenadora do projeto de extensão Caminhos de Barro, da Universidade Estadual do Norte Fluminense.

A pesquisa destacou temas gerais, como formas de consumo de objetos em cerâmica e clareza sobre o potencial produtivo do artesanato no norte fluminense. Em um segundo momento, foram apresentadas dez imagens com a finalidade de evidenciar a percepção dos entrevistados acerca de beleza, atração e repulsa. A fim de entender ainda mais o interesse dos entrevistados sobre tais objetos, também foi perguntado quais artefatos os entrevistados colocariam em suas casas e com quais eles presenteariam alguém e o porquê da escolha.

Este trabalho adota uma perspectiva qualitativa de caráter exploratório, tendo como método a entrevista semiestruturada. Por conta do tempo e da disponibilidade dos participantes, ao todo foram entrevistadas seis pessoas. Esse número reduzido não compromete os resultados tanto pelo caráter qualitativo do trabalho quanto principalmente porque não almejamos que seus resultados sejam representativos da população, mas sim uma forma de prospecção das percepções latentes a respeito dos temas tratados.

As entrevistas foram aplicadas em horário agendado pelos participantes, a fim de deixá-los mais à vontade e disponíveis para responder aos questionamentos. Em termos gerais, seguiu-se um roteiro estruturado para compreender algumas questões de acordo com a percepção do grupo. O Quadro 1 traz o perfil dos entrevistados escolhidos para responder às questões que nortearam os objetivos desta pesquisa.

Quadro 1. Perfil dos entrevistados.

Entrevistado	Perfil
Entrevistado 1	Mulher, 20 a 30 anos, residente no município de Campos dos Goytacazes (RJ)
Entrevistado 2	Mulher, 30 a 40 anos, residente no município de Campos dos Goytacazes há 7 anos
Entrevistado 3	Mulher, 30 a 40 anos, residente no município de Campos dos Goytacazes
Entrevistado 4	Homem, 30 a 40 anos, residente no município de Campos dos Goytacazes
Entrevistado 5	Mulher, 20 a 30 anos, residente no município de Campos dos Goytacazes há três anos
Entrevistado 6	Homem, 40 a 50 anos, residente no município de Campos dos Goytacazes

Dadas as condições adversas provocadas pela pandemia da COVID-19, as entrevistas foram todas realizadas entre os meses de maio e junho de 2021 pela plataforma de videoconferência Microsoft Teams, ferramenta de fácil aprendizado e manejo, e cada uma não durou mais do que 25 minutos. Vale destacar que todas as entrevistas foram gravadas, além de terem sido realizadas anotações diretas. Os entrevistados foram previamente informados sobre os objetivos e as possíveis formas de publicação da pesquisa e concordaram expressamente em participar dela.

No início de cada uma das entrevistas foram repassados tais objetivos para os participantes, bem como informados o processo metodológico, a gravação da conversa e a subsequente transcrição. Foram feitas seis perguntas, todas em formato aberto, com contribuições quando necessário.

Um mesmo conjunto de dez imagens foi apresentado para cada um dos entrevistados, como é possível observar na Figura 1. Cinco dessas imagens são referentes ao artesanato produzido em Campos dos Goytacazes (1, 3, 4, 6 e 8), e as outras cinco são peças também produzidas em cerâmica, porém em larga escala, quase todas oriundas da China (2, 5, 7, 9, 10). A Figura 1 reproduz as imagens tais como apresentadas aos participantes da pesquisa. Vale ressaltar que as imagens estão embalhadas quanto à sua origem, a fim de dificultar a percepção sobre quais delas são produzidas na região e quais não são.



Figura 1. Seleção de objetos para a entrevista.

A identificação da origem de cada peça não foi informada previamente aos entrevistados. Esse contraponto foi proposital na seleção das imagens, visto que se criou um fator inquietante sobre escolher ou não peças produzidas na região (mesmo não tendo ciência disso) ou escolher peças que estão mais presentes no cotidiano, com farta disponibilidade nas lojas de decoração do centro da cidade.

ANÁLISE E TRATAMENTO DE DADOS

O primeiro momento da entrevista foi dedicado a identificar a compreensão dos entrevistados acerca da forma do consumo de objetos em cerâmica e também se eles acreditam que a região norte fluminense é uma potente produtora de artesanato.

Quanto à primeira questão abordada, houve quase consenso: a pouca aquisição de objetos em cerâmica foi atribuída à falta de oportunidade de compra. Um dado interessante informado nas respostas foi o afastamento do consumo desses objetos por conta da pandemia de COVID-19, que inviabilizou a prática de visitar feiras de artesanato. Outros motivos apresentados para a falta de hábito de comprar objetos em cerâmica foram a escassez de interesse e a preferência por objetos de plástico, assim como explicitado pelo entrevistado 4:

Eu não consumo; eu não tenho esse hábito. Geralmente, eu compro de plástico mesmo; não tenho esse costume. Talvez por conta da facilidade, porque quando a gente vai no shopping ou lojas maiores para comprar, você acaba encontrando de plástico; de cerâmica tem que ir num lugar mais específico pra comprar. Então, é por isso.

Com relação à segunda questão abordada, ficou evidente nas falas dos entrevistados que a região possui um grande potencial de crescimento no ramo do artesanato, mas que por ora esse setor ainda está estagnado. Não houve um padrão quanto às explicações para isso: alguns interpretam que falta incentivo governamental ou até mesmo iniciativa dos próprios artesãos. Houve também relatos de valorização do artesanato por parte dos munícipes, entre os quais um entrevistado salienta que compra produtos de artesãos locais sempre que possível. Esse mesmo participante citou a modernização pela qual passaram alguns grupos de artesãos, migrando suas vendas para as redes sociais com o objetivo de incrementar seus negócios, sobretudo após a pandemia de COVID-19.

Quando perguntados sobre quais objetos eles achavam mais bonito, a grande maioria dos entrevistados escolheu a peça de número 8, objeto em cerâmica produzido na região. Outro entrevistado preferiu a de número 6, que também faz parte da produção artesanal local. É importante observar que ambas são as únicas, entre as dez, de clara expressão religiosa. As justificativas foram as mais variadas, destacando-se utilidade, beleza, riqueza nos detalhes e significado.

O objeto 7, que não integra o grupo do artesanato local, foi escolhido por um único entrevistado. A justificativa carrega uma série de significados:

Eu gosto muito desse número 7, desta mulher gorda, porque eu acho maravilhoso [ter] objetos que também transmitem uma mensagem político-ideológica, que eu acho que sempre transmite, na realidade, mas [este] é uma coisa... A mulher busca sempre esse processo de desconstrução, pressão. Na minha casa é cheia de objetos assim regulares que têm esse significado de desconstrução, que busque sempre trazer com uma mensagem (Entrevistada 3).

A fala evidencia o que Hume (1997) comenta quando explicita a noção de gosto dos sentidos. Ou seja, relaciona-se aos sentimentos subjetivos expressos pelo

indivíduo. Ampliando essa discussão, a beleza no objeto identificado pela entrevistada se fundamenta no que Kant (1995, p. 82) traz como *conformidade aos fins*: “A beleza é a forma da conformidade a fins de um objeto, na medida em que ela é percebida nele sem representação de um fim”. “Nenhuma outra coisa senão a conformidade a fins subjetiva [...] e pode constituir o prazer que julgamos como comunicável universalmente, sem conceito, por conseguinte, o fundamento determinante do juízo de gosto” (Hume, 1997, p.67).

Com relação às noções de atração e repulsa provocadas pelos objetos, os entrevistados disseram sentir-se atraídos por aqueles que eles entenderam como bonitos. O objeto que provocou repulsa em todos os entrevistados foi o de número 5, apontado como algo vazio de significado, de pouco entendimento e com grau elevado de abstração. A repulsa de uma das entrevistadas à figura de número 3 foi justificada por seu teor religioso, não compartilhado por ela, para quem o objeto “*não faz muito sentido*”.

Podemos associar o ponto discutido com o conceito de desordem (Morin, 2000), sobretudo quando pensamos no seu lado objetivo, o qual diz respeito ao campo das dispersões, agitações, instabilidades, irregularidades, ou, como apresenta o autor, ruídos e erros.

A fim de complementar a discussão, também foi perguntado quais objetos eles colocariam em suas casas e com quais objetos eles presenteariam alguém. A maioria escolheu mais de um como aquele que colocariam em suas casas, apontando como razões funcionalidade, utilidade, beleza e significado relevante — motivos semelhantes aos citados quando perguntado sobre o mais bonito. Os mais escolhidos foram os objetos 1, 2 e 8. Entre esses três, dois foram produzidos na região e um em larga escala. A Tabela 1 apresenta a distribuição dessas preferências.

Tabela 1. Panorama entre os objetos dispostos na imagem e as escolhas feitas pelos entrevistados.

Número do objeto	Passível à presentificação e a escolhas individuais
1	5
2	3
3	0
4	1
5	0
6	2
7	1
8	4
9	1
10	0

É inevitável observar, em contraposição a esse dado — o de que, entre os três preferidos, é o único de origem exógena ao *locus* da pesquisa, por ser da China —, que o objeto 2 faz menção a uma imagem difundida internacionalmente, a dos *Três macacos sábios*. Sua conformação original, japonesa, sofreu incontáveis adaptações

e estilizações, mas, ainda que em maior ou menor grau, sempre preservando seu significado. Talvez essa inserção no repertório de uma cultura dada como global, de prévio e amplo conhecimento e, dessa forma, simbolicamente “próxima” aos entrevistados, possa explicar sua escolha, pela familiaridade e facilidade de entendimento e reconhecimento.

O interessante da segunda questão apresentada nessa parte final da entrevista, relativa a qual objeto escolheriam para presentear alguém, foi a total discordância quanto aos objetos escolhidos para essa situação e para a anterior: os objetos que colocariam em suas casas eram sempre diferentes dos que eles escolheriam para presentear. E tal foi justificado, em síntese, pela suposição de uma personalidade específica e sempre diferente da própria, daquela pessoa escolhida para ser presenteada.

RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A entrevista semiestruturada, ainda que breve, possibilitou uma melhor compreensão acerca de percepções latentes sobre gosto, beleza e valores em Campos dos Goytacazes. Nas respostas dos entrevistados, é possível perceber uma convergência em relação a quais objetos atribuem o valor “bonito” e quais os atraem mais. A dimensão reduzida da amostra não aconselha tomar seu resultado como um indicador decisivo, mas não se deve ignorar a constatação de que os objetos que mais causaram atração foram os produzidos na região.

Embora a maioria dos participantes não possua o hábito de adquirir produtos do artesanato local, esse dado não pode ser interpretado como o significado de que esses objetos lhes provoca repulsa, uma vez que o “bárbaro”, apresentado por David Hume (1973), entende aquilo que não queremos cultivar ou consumir. Os entrevistados demonstraram simplesmente não possuir oportunidades de compra, fazendo com que o consumo desses artefatos se torne distante do seu dia a dia.

A conclusão com base nessa justificativa foi levantada por dois entrevistados quando responderam se a região em que eles vivem é uma forte produtora de artesanato, evidenciando a necessidade de políticas de acesso e valorização desse tipo de manifestação cultural (e de implicações econômicas).

Tratando-se de gosto e beleza, foi notório que todas as peças de artesanato tidas como “bonitas” foram aquelas que de certa forma despertaram alguma emoção e/ou significado no entrevistado e/ou utilidade, deixando claro que a beleza está intimamente ligada ao espírito que a contempla, conforme a percepção interna do nosso espírito, como referenciado por David Hume (1973).

Outro ponto que podemos destacar é a individualidade que cada entrevistado observa na imagem da peça exposta. Nesse quesito, identificamos que as pessoas colocaram seus valores em jogo antes mesmo de fazer a leitura do belo no objeto. Esse aspecto evidencia ainda mais a percepção de juízos privados tão bem defendida por Hume (1973). Em acréscimo a essa análise, no ensaio “Do padrão do gosto” (1997), o supracitado autor observa que quando se discutem casos particulares surgem muitas divergências, enquanto aparece certa concordância quando se trata de

generalidades. Diante disso, parece-lhe “natural” a procura por um padrão de gosto que contemple as individualidades e subjetividades dos entrevistados.

Percebe-se nas respostas dos entrevistados que eles sempre buscam uma funcionalidade no objeto, mesmo que este seja completamente abstrato. Quando falta ou quando não há tempo necessário de compreensão a esse estímulo do gosto, o objeto é tido como pouco atraente, anódino, feio ou repulsivo. Podemos interpretar esse dado pela noção de juízo do gosto de Kant (1995) e sua categoria de complacência, ou seja, quando o objeto nos causa algum bem-estar sem, contudo, fundarmos um conceito sobre ele. Isso fica bem evidente no objeto 5, que causou maior repulsa entre os entrevistados, deixando ainda mais claro que para esse grupo de entrevistados o que vale mesmo é a utilidade, ainda que em seus discursos esse conceito pareça difuso.

A construção de um modelo sistêmico com base na complexidade, de acordo com Morin (2000), deixa evidente as diferentes formas de percepção do indivíduo diante de objetos diversos. A influência do contexto sociocultural, apresentando as possíveis variáveis de percepção do objeto, serve como referência a este estudo e fornece pistas e futuras abordagens sobre temas nesse mesmo enfoque.

A amostragem pôde apresentar um panorama sobre como alguns municípios compreendem o artesanato local, sobretudo quando há farta oferta de objetos similares produzidos em larga escala. Também foi percebida a falta de acesso e de conhecimento dos entrevistados para consumir as peças artesanais produzidas na região, o que pode representar a escassez de investimento em meios de divulgação e políticas de inclusão de artesãos nos espaços de venda.

REFERÊNCIAS

- BORGES, Adélia. *Design + artesanato: o caminho brasileiro*. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.
- BRASIL. **Decreto nº 80.098, de 8 de agosto de 1977**. Institui o Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato e dá outras providências. Brasília, 1977.
- BRASIL. **Programa do Artesanato Brasileiro**. Brasília, 2012.
- ESTRADA, Adrian Alvarez. Os fundamentos da teoria da complexidade em Edgar Morin. *Akrópolis*, Umuarama, v. 17, n. 2, p. 85-90, abr./jun. 2009.
- HUME, David. Do padrão do gosto. In: DUARTE, Rodrigo (org.). *O belo autônomo*. Belo Horizonte: UFMG, 1997. p. 43-44.
- HUME, David. *Investigação acerca do entendimento humano*. São Paulo: Abril, 1973.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Perfil dos estados e dos municípios brasileiros**. Brasil: IBGE, 2023.
- KANT, Immanuel. *Crítica da faculdade do juízo*. 2. ed. São Paulo: Forense Universitária, 1995.
- LEITÃO, Andreza Barreto. **“Farinha pouca, meu pirão primeiro”: cultura, desenvolvimento e o setor criativo do artesanato na região norte fluminense**. 449f. Dissertação (Mestrado em Políticas Sociais) – Centro de Ciências do Homem, Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes, 2013. Disponível em: <https://uenf.br/posgraduacao/politicas-sociais/wp-content/uploads/sites/11/2016/06/ANDREZA-BARRETO-LEIT%C3%83O.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2021.
- LIMA, Ricardo. **Artesanato: cinco pontos para discussão**. Brasil: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2005. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/Artesanato___Cinco_Pontos_para_Discussao.pdf. Acesso em: 22 mar. 2024.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2000.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MORIN, Edgar. **Método 1: a natureza da natureza**. Lisboa: Europa América, 1987.

OLIVEIRA, Mariana Santana de. **A identidade da atividade artesanal e sua relação com a produção em couro da cooperativa Arteza**. 135f. Dissertação (Mestrado em Design) – Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2019.

RIUL, Marília. **Pegar e fazer: a dinâmica da produção e dos usos de artefatos artesanais na região da Barra do Rio Mamanguape - PB e reflexões sobre design e produção do mundo artificial**. Tese (Doutorado em Ciência Ambiental) – Pós-Graduação em Ciência Ambiental, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

Sobre os autores

Miguel de Araujo Lopes: mestre em Design pela Escola de Belas-Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, pós-graduado *latu sensu* em Literatura, Memória Cultural e Sociedade pelo Instituto Federal de Educação Tecnológica Fluminense e graduado em Design Gráfico pela mesma instituição.

Claudia Mourthé: doutora em Conception et Qualité des Produits et Processus pela Université de Technologie de Compiègne, mestre em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo e graduada em Desenho Industrial pelo Centro Universitário da Cidade.

Raquel Ponte: mestre e doutora em Design pela Escola Superior de Desenho Industrial da UERJ, graduada em Comunicação Social: Cinema pela Universidade Federal Fluminense, MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, mestre em Design pela Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Conflito de interesses: nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

Contribuições dos autores: LOPES, M. A.: Conceituação, Curadoria de Dados, Investigação, Escrita – Primeira Redação, Escrita – Revisão e Edição. MOURTHÉ, C.: Investigação, Escrita – Revisão e Edição. PONTE, R.: Conceituação, Investigação, Escrita – Revisão e Edição.

