

TERRITÓRIOS EM MOVIMENTO: CULTURA E IDENTIDADE COMO VANTAGEM COMPETITIVA

1. INTRODUÇÃO

As produções acadêmicas sobre os elementos culturais e simbólicos que compõem os diferentes territórios têm ganhado destaque nas últimas décadas, muito impulsionado pelas emergentes demandas do mercado consumidor. A intenção desta pesquisa é estudar as relações que entrelaçam a tradição, identidade, território, patrimônio cultural, o fazer dos atores sociais, com especial atenção a tecelagem artesanal do município de Várzea Grande, em Mato Grosso.

Os apontamentos teóricos desta pesquisa se inserem em um contexto de possibilidade de reflexão sobre os saberes tradicionais e os elementos de memória dos sujeitos que fazem uso dos seus conhecimentos, aprendidos num processo vivenciado de forma intergeracional, que permanecem vivos no território, através de objetos, adereços, vestimentas, alimentos e técnicas. O estudo avança na abordagem do artesanato tradicional e de tradição cultural e os elementos distintivos que devem compor a sua oferta no mercado consumidor. A pesquisa busca contribuir para relacionar variáveis, até então pouco investigadas, como vantagem competitiva e diferenciação dos produtos confeccionados artesanalmente.

Apesar da atualidade da discussão e da relevante participação do artesanato no cotidiano da vida econômica brasileira, ainda são incipientes os estudos a respeito dos territórios, sua construção coletiva de significados, seus modos de ser e fazeres tradicionais e como esses atributos se inserem num mercado cada vez mais competitivo e inovador. Neste ponto, reside a importância dessa pesquisa, ao analisar esses aspectos.

Segundo dados do Atlas Econômico da Cultura Brasileira (UFRGS/CEGOV, 2017), lançado pelo Ministério da Cultura, os setores culturais brasileiros representavam, no ano de 2010, aproximadamente 4% do Produto Interno Bruto (PIB) do País. Inserido no rol da indústria criativa e ligado a área de patrimônio cultural, o artesanato movimenta um mercado de cerca de R\$ 50 bilhões de reais por ano e é fonte de renda para cerca de 10 milhões de pessoas no Brasil (IBGE, 2007). O Brasil possui mais de 163 mil artesãos, segundo dados do Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB). Em Mato Grosso são cerca de 6 mil artesãos com cadastro ativos e em Várzea Grande-MT são 230 artesãos cadastrados.

A comercialização de produtos artesanais vem ganhando espaço nos grandes mercados pelo valor simbólico embutido nos objetos. O mercado consumidor, cada vez mais tem demandado produtos com valor agregado, seja pelo apego ambiental ou valorização de processos produtivos e tradicionais. Os temas principais abordados nesta pesquisa, permeiam as áreas de ciências humanas, com conceitos advindos da antropologia e sociologia e ciências sociais aplicadas, como administração e economia. Essa aproximação entre as duas áreas do conhecimento, é um apontamento cada vez mais constante na relação dos territórios, seus atores sociais, e o mercado demandante. É também um desafio a assimilação e prática desses conceitos no dia a dia desses territórios.

Nesse sentido, o objetivo geral que orienta este estudo diz respeito à compreensão da relação entre o conhecimento tradicional, desenvolvimento de produtos artesanais e a dinâmica de mercado dos artigos artesanais. Especificamente, a partir das análises, o estudo apresenta os conceitos de identidade e diferença construídas nesses territórios. O objeto de estudo foi a tecelagem de artesanal produzidos pelas artesãs da comunidade de Limpo Grande em Várzea Grande - MT. A comunidade possui um fazer cultural registrado como patrimônio cultural no município de Várzea Grande, reconhecimento também chancelado pelo estado de Mato Grosso. Nacionalmente premiados, os produtos produzidos são considerados um dos melhores artesanatos brasileiros.

Tendo por base o presente contexto, o método escolhido foi o estudo de caso que se caracteriza pelo estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita

o seu amplo conhecimento. De acordo com Yin (2005), o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno tendo por base seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. Os métodos utilizados para a coleta de dados foram a entrevista semiestruturada, questionário validado por outras pesquisas, técnica de observação e fotografia. Por ser um estudo que discute valoração simbólica, optou-se por utilizar a transcrição da fala literal e coloquial das artesãs entrevistadas para produzir as análises, buscando conservar a essência dos significados embutidos nas expressões da linguagem falada. Para proteção dos atores sociais da pesquisa, foi utilizada a técnica de anonimização, através da codificação.

2. TERRITÓRIO, IDENTIDADE CULTURAL E MERCADO

Entre os temas transversais abordados por esta pesquisa está o conceito de território. Para se chegar ao modo de fazer a tecelagem de Várzea Grande é preciso caracterizar a comunidade onde ela é feita pelas chamadas redeiras, tendo o tempo como fonte de resistência. A comunidade rural de Limpo Grande, reduto das redeiras, pertence ao município de Várzea Grande e fica distante cerca de 9 km do centro urbano da capital, Cuiabá em Mato Grosso. A comunidade é um dos aglomerados que deram origem a ocupação da área que hoje é totalmente integrada à vida urbana do município, mas mantendo suas características físicas de comunidade tradicional. Com cerca de 300 moradores, a comunidade vive da produção hortifrutigranjeira, piscicultura, artesanato, redes artesanais, pesca e pecuária leiteira.

Atualmente, Limpo Grande é o principal polo produtor do artesanato tradicional. A prática cultural de fazer a tecelagem e seus produtos relacionados, se faz presente no cotidiano e na paisagem cultural da comunidade de Limpo Grande. O modo de fazer a tecelagem foi repassado de geração em geração e tem sua origem atribuída ao povo Guaná, que habitava a região no século XVIII. Atualmente os principais produtos produzidos são as redes, xales, tapetes ou caminhos de mesa.

Figura 1 – Principais produto da unidade produtiva



Fonte: O autor, 2023.

O modo de fazer a tecelagem artesanal de Várzea Grande é tecnicamente caracterizado como artesanato tradicional, que segundo a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro (2012), é o conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, objeto que

representa suas tradições e que está incorporado à vida cotidiana. Na comunidade de Limpo Grande mantêm-se estreitas relações de parentescos, obrigações de compadrio. Essa forma de organização favorece a produção do artesanato confeccionado, em muitos dos casos, em pequenos grupos, sendo o processo de trabalho dividido, principalmente para atender as demandas do mercado consumidor.

Segundo a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro (2012), essa forma de produção, geralmente de origem familiar ou comunitária, possibilita e favorece a transferência de conhecimentos de técnicas, processos e desenhos originais. O manual ainda ressalta que a importância e o valor cultural decorrem do fato de preservar a memória cultural de uma comunidade, transmitida de geração em geração, como o caso em estudo. A questão da perpetuidade do fazer cultural é uma preocupação presente na comunidade em análise:

Como a nossa tradição é de mãe para a filha, é um desafio a gente poder motivar nossos jovens a querer fazer isso, porque muitos deles não querem. Eu acredito assim, talvez pela associação estar caminhando e eles estarem acompanhando, talvez eles mudem esse pensamento (TECE01).

Preservando suas características tradicionais e para atender ao mercado demandante, as redeiras, reuniram-se em associação e passaram a produzir novos produtos, agregando aspectos do design e decoração. Com isso passou a produzir o chamado artesanato de referência cultural caracterizado, segundo a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro (2012), pelo resgate e releitura de elementos culturais tradicionais da região onde é produzido.

Não é só uma rede, um simples artesanato. A nossa cultura é diferente, é rara, então a gente tem que se orgulhar do que a gente faz aqui. Tudo bem que a rede é nosso carro chefe de todos os trabalhos que fazemos na associação. Eu fico mais orgulhosa ainda, porque estão fazendo peças novas, elas estão inovando, então isso é muito bom para agregar [valor]. Daqui para a frente a tendência é inovar ainda mais, principalmente porque tem um leque de coisas que dá para fazer. (TECE01).

Os novos artesanatos produzidos, entre eles bolsas, cadeiras, cobre-leitos, colchas, capas de almofadas, quadros decorativos, flamulas foram resultado de uma intervenção planejada com o objetivo de diversificar os produtos, dinamizar a produção, agregar valor, preservando os traços culturais e assim adaptá-los às exigências do mercado e necessidades do mercador consumidor, geralmente lojistas e galeristas profissionais. Os produtos são concebidos a partir dessa estratégia se mostraram mais competitivos o que favoreceu a ampliação da atividade. Atualmente são produzidos os artesanatos tradicionais e de referência cultural.

Impulsionado por políticas públicas culturais, regionalmente a produção da tecelagem artesanal de Limpo Grande em Várzea Grande-MT, ganhou destaque e visibilidade através de projetos de apoio e fomento à produção e comercialização, qualificação, promoção e difusão dos produtos e abertura de pontos de venda.

Atualmente o artesanato é visto não apenas como uma forma de sobrevivência econômica de um artesão ou comunidade, mas também como uma atividade que demanda habilidades específicas, inerentes ao indivíduo responsável pela produção. Na sociedade

contemporânea, a atividade artesanal atende a um mercado que tem um forte apego por inovação e valorização dos aspectos simbólicos dos produtos artesanais.

Ao voltar-se para territórios tradicionais e suas práticas densas de significados e de referências culturais, a agregação de valor cultural a bens e serviços, indica novos caminhos para a promoção do desenvolvimento sustentável (SEBRAE, 2004). Somado ao valor econômico, o valor cultural agrega aspectos da construção sociocultural de um determinado grupo social, que consome esses artigos artesanais com objetivo de legitimação e diferenciação (VARGAS E FIALHO, 2019).

Esse processo de produção artesanal imprime parte de sua história tanto no produto confeccionado, quanto no próprio processo de confecção artesanal (CANCLINI, 1983). Em se tratando dos aspectos culturais, cabe ressaltar que tais elementos passaram a comunicar aspectos da tradição de determinados territórios, e com isso constituem-se patrimônio imaterial de um povo ou comunidade. Esse é justamente o caso da tecelagem da comunidade de Limpo Grande, visto que essa produção artesanal passou a ser a identidade da própria comunidade com conhecimentos, técnicas e organização social fortalecidas e transmitidas ao longo de gerações.

Muitos levam as nossas redes para presentear pessoas de outros estados, daí elas falam “porque não a nossa cultura pra gente levar para alguém lá fora que não conhece?”. Então, as nossas redes são referência, porque além de fazer parte da nossa cultura, é tradição. A gente tem toda uma história por trás disso tudo, então as pessoas se encantam também por isso, e por ser nossa (TECE01).

Observamos a que a artesã entrevistada tem a percepção do diferencial competitivo. Desse modo, são essas diferenciações que levam os artesanatos a serem interpretados e negociados como mercadorias simbólicas (BOURDIEU, 2007; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006). Outro ponto importante destacado é a partir da análise de mercado, estabelecer a diferenciação do produto cultural:

Pelas experiencias nas feiras [feiras nacionais de artesanato], a gente atende um monte de gente e assim, o nosso modo de fazer ainda é artesanal, isso é raro, é muito difícil alguém no meio da tecnologia que a gente vive, muitas pessoas ainda falam assim “qual é a máquina que vocês fazem esse trabalho?”, aí quando a gente fala que é um processo manual, as pessoas respondem “verdade?”. Elas ficam encantada com o modo de fazer, por isso é muito importante a gente falar do processo [produção] como é feito, todas as etapas. Esse é um diferencial que as nossas redes têm também, além do modo de fazer e do jeito que ela fica pronta (TECE04)

Um fator importante a se considerar para o crescimento da demanda do consumidor por produtos de caráter simbólico é a globalização, que é considerada um dos fatores determinantes para revalorização dos territórios, o que permitiu colocar a territorialidade como fator de dinamismo, diferenciação e competitividade (SEBRAE, 2004). Neste sentido, à medida que a cultura local, regional ou nacional entra em diálogo com influências consideradas globalizadoras, as identidades tendem a ser compartilhadas e, segundo Stuart Hall é através do consumo que essa partilha identitária é concretizada (HALL, 2015). Essa assimilação de

culturas traz pontos positivos e negativos e no estudo de caso específico, as artesãs acreditam que tais impactos foram positivos:

foi positivo [as mudanças]. A gente fazia e combinava com o que a gente queria fazer e hoje em dia a gente faz de outra forma, chamando [fabricando] já o que o cliente interessa por ele, um de bicho; ele chega assim olha e fala que gostou desse aqui, então por isso que a gente foi modificando (TECE02).

As assimilações de tendências e expectativas do consumidor/cliente para atender a demanda do mercado impulsionaram mudanças no processo produtivo com o objetivo de aumentar a comercialização e conseqüentemente o aumento dos ganhos com a produção:

Agora está até melhor para vender que antigamente. Antigamente quando nos éramos mais crianças, mamãe tirava uma rede, um exemplo cinco horas da tarde, nos tínhamos que aprontar ele anoite, eu trançada, torcia, nem que fosse anoite, para amanhã cedo, ela fosse levar para ver se alguém queria comprar, não tinha um cliente certo, agora melhorou muito, cem por cento (TECE03).

Nas falas das artesãs é possível perceber a importância da percepção de características que identificam o artesanato produzido, principalmente a relação do produto com o território.

3. CONCLUSÃO

Esta pesquisa destacou a crescente valorização dos elementos culturais e simbólicos dos territórios, impulsionada pelas demandas do mercado consumidor nas últimas décadas. Focando na tecelagem artesanal de Várzea Grande-MT, o estudo investigou as complexas relações entre tradição, identidade, território e patrimônio cultural, examinando como o fazer dos atores sociais se manifesta e se mantém vivo através das práticas artesanais.

O estudo avançou ao analisar o artesanato tradicional e os elementos distintivos que devem compor sua oferta no mercado. O estudo demonstrou que compreender essa dinâmica é fundamental para relacionar variáveis como vantagem competitiva e diferenciação dos produtos artesanais, temas pouco investigados até então. Apesar da relevância econômica do artesanato, que movimenta valores expressivos da balança comercial brasileira e ser fonte de renda para milhões de brasileiros, ainda são escassos os estudos que exploram os territórios e suas tradições no contexto de um mercado competitivo.

Os métodos utilizados para coleta e análise dos resultados, permitiu um exame profundo da tecelagem artesanal em Limpo Grande, comunidade reconhecida e premiada nacionalmente por seus produtos de alta qualidade. A pesquisa utilizou entrevistas, questionários, observação e fotografia para coletar dados, preservando a autenticidade das expressões das artesãs por meio da transcrição literal de suas falas. Este trabalho contribui para a compreensão da interação entre saberes tradicionais e mercado, ressaltando a importância da valorização simbólica no contexto econômico atual.

A tecelagem artesanal produzida na comunidade carrega em si elementos da cultura cerratense e pantaneira, sua confecção tem por base os saberes de gerações passadas e que na última década, devido ao apoio do governo estadual e municipal vem ganhando destaque nacional e internacional pelo seu caráter simbólico, cultural e pela agregação de valor, através de elementos da moda e design. Os produtos artesanais confeccionados pelas “redeiras de

Limpo Grande” reúnem, cada um a seu modo, pertencimento, identidade, afirmação, memória e saberes, compondo a rica e diversa cultura local.

Para estudos futuros, esta pesquisa pode ser ampliada para abordar temas e subtemas de forma mais abrangente e aprofundada, além de ampliar a amostra para explorar novas perspectivas emergentes. Também será relevante, em futuras investigações, examinar o impacto da tecnologia tanto no fazer cultural quanto no processo de comercialização e criação de novos produtos, permitindo uma análise mais detalhada das transformações no artesanato diante das inovações tecnológicas e relações de mercado.

REFERÊNCIAS

Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia II [recurso eletrônico] / Organizadores Leandro Valiati [e] Ana Letícia do Nascimento Fialho. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Vários tradutores. 6. ed. São Paulo: Editora Perspectivas, 2007.

CANCLINI, Néstor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

HALL SM. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; E. HOSKISSON, Robert. **Administração Estratégica**. 7. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

IBGE investiga a Cultura nos municípios brasileiros. IBGE. 2007. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/noticiasenso.html?busca=1&id=1&idnoticia=980&t=ibge-investigacultura-municipios-brasileiros&view=noticia>>. Acesso em: 26 Ago. 2023.

IBGE PIB do setor agropecuário cresce 1,3% em 2019. IBGE. 2020. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2020/03/pib-do-setor-agropecuario-cresce-1-3-em-2019>>. Acesso em: 03/03/2023.

Santos, Milton. **O espaço da cidadania e outras reflexões**. Organizado por Elisiane da Silva; Gervásio Rodrigo Neves; Liana Bach Martins. – Porto Alegre: Fundação Ulysses Guimarães, 2011. (Coleção O Pensamento Político brasileiro; v.3).

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio aos Pequenos Negócios. **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Rio de Janeiro: Relume Dumará / Brasília-DF, 2004.

Yin, R. K. (2005). **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre, RS: Bookman.