



# **ARTESANATO E MERCADO SIMBÓLICO DOS PRODUTOS GAUCHESCOS: O CASO DA VILA PROGRESSO EM CAÇAPAVA DO SUL/RS**

**Daiane Loreto de Vargas<sup>1</sup>  
Janete Webler Cancelier<sup>2</sup>**

## **Resumo**

O artesanato tem origem imprecisa, parece ter surgido com as necessidades de homens e mulheres, os quais confeccionavam objetos básicos para a vida cotidiana. Um exemplo típico são as peças artesanais confeccionadas em lã, couro e madeira pelas comunidades rurais da Campanha, no estado do Rio Grande do Sul. No passado, tais artigos eram confeccionados e comercializados através das relações do convívio social dos artesãos, os quais na maioria das vezes eram camponeses. Na contemporaneidade esse cenário transformou-se, o espaço comercial do artesanato rústico e tradicional ganhou apreço da população urbana e expandiu-se para além dos limites territoriais do estado do RS. Com o objetivo de entender a dinâmica comercial dos produtos artesanais, realizou-se uma pesquisa na comunidade rural de artesãos na Vila Progresso em Caçapava do Sul/RS, a qual metodologicamente configura-se como um estudo de caso, de caráter qualitativo e enfoque socioantropológico. Os métodos utilizados para a coleta de dados foram a entrevista semiestruturada, a prática da observação e da fotografia. Analisando o estudo realizado na comunidade, percebe-se que o cenário de mercado simples no passado,

---

*Recebimento: 10/11/2017 • Aceite: 10/12/2017*

<sup>1</sup> Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Programa de Pós-Graduação em Geografia-UFSM. Tecnóloga em Agropecuária (UERGS), Mestre e Doutora em Extensão Rural (UFSM), atualmente Pós-Doutoranda em Geografia (PPGGEO/UFSM). E-mail: [loretodevargas@gmail.com](mailto:loretodevargas@gmail.com)

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Geografia-UFSM. Geógrafa (UNOCHAPECÓ), Mestre em Geografia (UFSC), atualmente Doutoranda em Geografia (PPGGEO/UFSM). E-mail: [janetewc@yahoo.com.br](mailto:janetewc@yahoo.com.br)

tornou-se um sistema comercial diversificado na atualidade, abrangendo vários produtos simbólicos e tradicionais do cenário cultural do Pampa Gaúcho. O crescimento desse mercado deu-se em função da demanda dos consumidores, os quais influenciaram no aumento da produção das peças artesanais e na ampliação das estratégias comerciais dos produtos a serem adotadas pelos artífices, como vendas em feiras comerciais e para lojas de produtos gauchescos nos centros urbanos.

**Palavras-chave:** Artesanato, Mercado Simbólico, Produtos Gauchescos

## **HANDICRAFT AND SYMBOLIC MARKET OF GAUCHESCOS PRODUCTS: THE CASE OF VILA PROGRESSO IN CAÇAPAVA DO SUL/RS**

### **Abstract**

The handicraft has an imprecise origin, seems to have arisen with the needs of men and women, who made basic objects for daily life. A typical example is the handmade pieces made of wool, leather and wood by the rural communities of Campanha, in the state of Rio Grande do Sul. In the past, such articles were made and marketed through the social relations of artisans, of the times they were peasants. In contemporary times this scenario has changed, the commercial space of traditional and rustic handicrafts has gained appreciation of the urban population and has expanded beyond the territorial limits of the State of RS. In order to understand the commercial dynamics of handicraft products, a research was carried out in the rural community of artisans in Vila Progresso, Caçapava do Sul, RS, which methodologically presents itself as a case study, with a qualitative character and a socio-anthropological approach. The methods used to collect data were the semi-structured interview, the practice of observation and photography. Analyzing the study carried out in the community, it is noticed that the simple market scenario in the past, has become a diversified commercial system at present, covering several symbolic and traditional products of the cultural scene of the Pampa Gaúcho. The growth of this market was due to the demand of the consumers, which influenced in the increase of the

production of the handcrafted pieces and in the expansion of the commercial strategies of the products to be adopted by the craftsmen, like sales in trade fairs and to stores of gauchescos products in the urban centers.

**Keywords:** Handicraft. Symbolic Market. Gauchescos Products

## Introdução

A demanda pelos produtos artesanais mudou com o tempo e para assegurar a comercialização no mercado os artesãos foram adaptando seus saberes através das peças confeccionadas às novas exigências do público consumidor. Nesse sentido, foi necessário ampliar as estratégias de venda dos produtos, transformar algumas práticas do seu processo de trabalho, os materiais utilizados para a confecção das peças e as características das mesmas.

Inicialmente os produtos artesanais eram confeccionados para auxiliar nas atividades cotidianas da sociedade, eram comercializados nas comunidades através do convívio social e das relações de vizinhança e parentesco. Mas com o passar do tempo o sentido de uso das peças foi sendo ressignificado e os artigos artesanais passaram a ser requisitados por um “novo tipo de consumidor”, com um perfil exigente, dinâmico, ávido por novidades, requinte, exclusividade e autenticidade.

A partir das exigências desses “novos consumidores” as peças confeccionadas artesanalmente passaram a ser significativas no mercado, em função do aspecto simbólico a elas conferido (CANCLINI, 1983). Atribui-se um valor simbólico as peças artesanais no momento em que as mesmas conseguem comunicar fatos, expressões, memórias e tradições, seja para aqueles que as confeccionam e/ou para aqueles que as adquirem (BOURDIEU, 1989). O simbolismo que a peça artesanal representa, ao ser acionado pelo imaginário das pessoas, transporta sentidos de uma tradição do passado para o tempo presente, onde novos valores e significados podem lhe ser atribuídos (TEDESCO, 2013).

No cenário regional do Rio Grande do Sul destaca-se uma característica relevante, as simbologias históricas e culturais atribuídas ao gaúcho, a partir da interpretação do seu modo de vida no campo (OLIVEN, 1998; 2006). As simbologias tradicionais, especialmente da Região do Pampa Gaúcho, como as peças do vestuário de característica rústica e os utensílios utilizados para o trabalho no campo foram reinterpretadas para o presente e a estas dadas novas conotações. Essa reinterpretação incidiu sobre os produtos artesanais e com isso ampliou-se o público consumidor no mercado, abrangendo na atualidade crianças, jovens, adultos e idosos, homens e mulheres, no espaço urbano e rural.

A partir dessa reinterpretação dos produtos que representam o modo de vida do campo, ocorreu um crescimento dos espaços onde se comercializa artigos em lã, couro e madeira. Espaços comerciais como

as tendas abertas ao público em lugares de grande circulação de turistas ganharam apreço da população, esses locais costumam apresentar uma diversidade de produtos para chamar a atenção do consumidor que passa pelo local. As tendas costumam ser lugares simples, mas que oportunizam aos artesãos exporem seus saberes tradicionais através dos produtos confeccionados.

Nesse contexto a comunidade rural da Vila Progresso, localizada no interior de Caçapava do Sul/RS, destaca-se no cenário de produção e comercialização de produtos artesanais. A comunidade está inserida em um local que possui fortes elementos históricos, os quais oportunizam a região como promissora na prática e no saber do artesanato tradicional em lã e couro. Caçapava do Sul, distante 250 km de Porto Alegre, está localizada na Serra do Sudeste, Região da Campanha. O município tem proximidade com as BRs-392, 153 e 290, na qual está a comunidade referida, caracterizando-se geograficamente como um caminho de passagem aos países do Mercosul (PETRIN E CARMO DA SILVA, 2013).

Com o objetivo de entender a dinâmica comercial dos produtos artesanais confeccionados pelos artesãos da Vila Progresso, foi realizada uma pesquisa no local entre os anos de 2014 e 2016. Metodologicamente a pesquisa configura-se como um estudo de caso, o qual teve um caráter qualitativo e um enfoque sócio antropológico, embasado em autores como Canclini (1983), “As culturas populares no capitalismo”, e Boudieu (2007), “A economia das trocas simbólicas”.

Os métodos utilizados para a coleta de dados foram a entrevista semiestruturada, a prática da observação e da fotografia. Num primeiro momento foram entrevistadas dezesseis (16) famílias de artesãos da comunidade, ou seja, todas as famílias que possuíam tendas comerciais no local, e num segundo momento foram realizadas entrevistas em profundidade com oito (8) famílias, sendo que a seleção destas ocorreu em função da qualidade das informações adquiridas na primeira entrevista.

Para responder ao objetivo proposto, além da parte introdutória o presente artigo foi estruturado em três seções e nas considerações finais. A segunda seção aborda sobre artesanato, mercado e o cenário dos produtos simbólicos do gaúcho. Na terceira seção contextualiza-se a Vila Progresso e o artesanato no local. A quarta seção analisa a diversidade dos produtos artesanais e simbólicos, destacando as tendas comerciais na comunidade. Por fim, destaca-se algumas considerações finais.

## Artesanato e mercado: o cenário dos produtos simbólicos do gaúcho

O artesanato<sup>3</sup> no Rio Grande do Sul possui raízes históricas e traços do saber e da cultura das comunidades, além da influência do contexto climático, geográfico e do modo de vida dos gaúchos no tempo histórico. Uma das particularidades que se destaca no cenário histórico do artesanato gaúcho é a criação de objetos e utensílios de cunho “regionalizado” e diversificado, de acordo com as etnias de cada localidade (FAGUNDES, 1995). Alguns dos produtos artesanais mais característicos do estado estão representados nos hábitos adquiridos pela Região do Pampa, com forte influência da cultura indígena, pode-se destacar a confecção artesanal de utensílios para as casas ou ranchos, para o trabalho no campo com o gado e agasalhos para abrigar-se do frio.

As peças artesanais em lã, por exemplo, começaram a ser confeccionadas no estado a partir da necessidade da população em agasalhar-se do clima frio da região, nos meses de outono e inverno. A criação dos agasalhos em lã iniciou de forma rústica, tendo em vista a necessidade das pessoas mais pobres, como o peão-gaúcho, a disponibilidade da lã como matéria-prima, o fuso, a roca e o tear manual como instrumentos para ajudar na criação das confecções. Portanto, utilizava-se para a criação das peças os escassos recursos disponibilizados na época, seja em termos de mão-de-obra, instrumentos ou matéria-prima para a criação.

Além da lã de ovelha, vários tipos de matéria-prima encontradas na região eram utilizadas para a criação de peças artesanais importantes para uso cotidiano das famílias, para citar alguns exemplos, pode-se destacar que através do porongo confeccionava-se a cuia de chimarrão, símbolo da cultura e da bebida do gaúcho, com o couro bovino confecciona-se bainhas de faca, boleadeiras, arreios, botas, guaiacas e malas de garupa, dos chifres dos animais eram criados cabos de facas, chairas e canivetes (FAGUNDES, 1995). Todos os produtos citados eram importantes para as atividades do cotidiano das famílias rurais.

---

<sup>3</sup>A construção de um referencial sobre o artesanato no Rio Grande do Sul é um desafio, tendo em vista que os estudos sobre o assunto fazem parte de recortes e conteúdos pouco explicativos dentro da literatura.

Percebe-se, portanto, que o mercado dos produtos gauchescos sempre existiu, mas com o tempo e através de fatores políticos e culturais formou novas dinâmicas, tomou novas conotações e ampliou-se consideravelmente. Através do processo de abertura política, anos de 1980, as questões culturais começaram a ganhar espaço com a organização de movimentos populares. As construções de várias identidades passaram a ser requisitadas, dentre elas as identidades regionais, com o objetivo de formar uma contraposição ao caráter de homogeneização cultural, onde o país sofria as influências da cultura global (OLIVEN, 2006).

Nesse contexto a valorização das tradições entraram em cena, de forma contrária ao panorama de homogeneização cultural em voga no Brasil naquele momento (1970/1980). Na tentativa de estruturar de maneira imutável os aspectos do passado na vida social, as tradições configuram-se nas reações que ocorrem a situações novas. Fazem “referência a situações anteriores, ou estabelecem seu próprio passado através da repetição quase que obrigatória” (HOBSBAWM, 1997, p. 9).

A evocação da tradição<sup>4</sup> deve ser entendida como “um conjunto de orientações valorativas consagradas pelo passado (OLIVEN, 2006, p. 28). Segundo o autor, evoca-se a tradição em época de mudanças sociais ou de perdas de poder econômico e político, portanto, a reelaboração das tradições é comum em países que estão em processo de modernização, estes costumam buscar e cultivar valores do passado.

Em termos práticos, para manterem-se no mundo moderno as tradições precisam buscar velhos elementos (acessórios e linguagem) de forma a construir novos símbolos. Alguns movimentos ideológicos e tradicionalistas tomaram por necessária a constituição de uma continuidade histórica, precisando inventar novos símbolos (HOBSBAWM, 1997).

No Rio Grande do Sul a produção e a comercialização dos artigos simbólicos gauchescos, foi estimulado através da confecção dos “trajes típicos, calçados, chapéus e indumentárias em geral;

---

<sup>4</sup> A tradição está ligada ao fator tempo e ao seu controle, onde o passado é reconstituído para ter uma forte influência sobre o presente, e a memória, porque a mesma é processo ativo na sociedade, constantemente reconstruída do passado para o presente de forma coletiva (GIDDENS, 1997). O autor explica tais fatos como consequências de uma modernidade tardia, onde a separação entre tempo e espaço geram várias particularidades, como os distanciamentos, abrindo possibilidades de desencaixes. Estes últimos são considerados como deslocamentos das relações sociais dos contextos locais e a possibilidade de novas estruturas, com a possibilidade de mudanças entre hábitos e práticas locais.

incentivando o artesanato (cuias, mateiras, palas, dentre outros) e difundindo o consumo do chimarrão” (KONFLANZ, 2013, p.23). Além da confecção e venda de artigos relacionado ao campo, como as encilhas utilizadas em rodeios, domas, cavalgadas, desfiles, dentre outros.

Dentre os elementos simbólicos do gaúcho no mercado, os artigos artesanalmente produzidos em lã, couro e madeira têm significativa importância. Considerando a ampliação do mercado de produtos gauchescos, percebe-se que ocorreram mudanças significativas nas estratégias de produção dos artigos e na comercialização dos mesmos no mercado, os quais antes eram realizados de forma localizada e regionalizada, mas atualmente passaram a fazer parte de um complexo cenário de mercado que foi ampliado, diversificado e desterritorializado.

E ainda, existe em torno do sistema simbólico um sistema de produção, de circulação de bens e relações objetivas de produtos artesanais, os quais articulam a produção do trabalho, a reprodução e a difusão dos bens simbólicos no mercado, questões possíveis de serem observadas através do artesanato tradicional produzido e comercializado na Vila Progresso.

### **A Vila Progresso: contextualização do artesanato no local**

A principal dinâmica econômica da comunidade Vila Progresso em Caçapava do Sul/RS gira em torno dos produtos artesanais e simbólicos do gaúcho, as confecções em lã criadas pelos artesãos do local e demais artigos em couro e em madeira. Petrin e Carmo Da Silva (2013) relatam que o artesanato na comunidade está ligado a elementos favoráveis para o seu desenvolvimento, como a localização privilegiada do núcleo de artesãos, às margens da BR-290. Fato que favorece a comercialização em função do constante fluxo de turistas e demais viajantes, inclusive uruguaios e argentinos, os quais prestigiam os produtos artesanais com forte tradição cultural do Pampa, e ainda, viajantes a serviço do comércio que passam pela região.

De acordo com informações coletadas junto à comunidade, o desenvolvimento do artesanato no local tem pouco mais de três décadas, foi quando se instalaram as primeiras mulheres artesãs na comunidade. Atualmente são 16 famílias de artífices na comunidade, gerando em torno de 40 empregos diretos e indiretos, entre homens, mulheres, jovens, adultos e idosos. O trabalho artesanal em lã tem picos de produção e comercialização na época de outono-inverno, já no período de primavera-verão a comercialização diminui e o comércio no



local passa a girar em torno dos produtos gauchescos em couro e madeira.

Vários artesãos tecem peças em lã atendendo a pedidos de encomendas realizadas por clientes de várias cidades do estado, de outros estados e até de outros países. Tal fato demonstra o crescimento do mercado dos produtos artesanais em lã, couro e madeira, comercializados nas tendas abertas ao público na comunidade.

Portanto, além da família do artesão (homem, mulher, filhos (as), noras e genros, sobrinhos (as) dependendo da conjuntura familiar) ainda é necessário buscar mão-de-obra de moradores da localidade (vizinhos (as)), principalmente das mulheres, que contribuem para o acabamento das peças, e dos jovens, que realizam a confecção dos tecidos nos teares. O trabalho dos jovens e das mulheres da comunidade, “contratados” de forma temporária, é fundamental para o processo de produção e acabamento das peças.

Em alguns casos, parte considerável da confecção dos produtos em lã é realizada pelas mãos dos artesãos contratados, já que os proprietários dos estabelecimentos comerciais precisam estar atentos ao comércio das peças à margem da BR, cujo cenário pode ser visualizado na figura – 1. Além disso, os artesãos precisam organizar os locais de comercialização, os varais que são colocados em frente as residências, negociar com os fornecedores que se dirigem ao local para vender ou trocar produtos. O fato de ter um comércio aberto implica em organizar o ambiente da tenda e em atender aos consumidores que visitam o local.

**Figura 1: Artesanato na Vila Progresso**

Fonte: Pesquisa de Campo na Vila Progresso, 2015

Inicialmente a comercialização dos produtos tradicionais em lã, como palas, boinas, pelegos, xergões e demais confecções, deu-se pela iniciativa das mulheres artesãs da comunidade. As primeiras artífices foram atraídas para o local em função do grande fluxo de veículos que

circula na BR – 290, caminho de turistas e viajantes na rota de ligação dos países do Mercosul ao Sul do Brasil.

Essas mulheres residiam em localidades próximas e já confeccionavam peças em lã, comercializando as mesmas sob encomenda. As artesãs decidiram ir residir na Vila Progresso para conseguir uma melhor divulgação de suas confecções artesanais, as pioneiras pertencem a uma mesma família e estão estabelecidas na comunidade com suas tendas de artesanato abertas ao público a, aproximadamente, 35 anos.

Uma das pioneiras da atividade comercial na comunidade destaca como foi estabelecida a primeira estratégia comercial no local. A artífice relata que ela, a mãe e a irmã confeccionavam vários tipos de peças em lã, as quais depois de prontas eram colocadas suspensas em uma árvore em frente à sua residência, na proximidade da BR, pois no início da comercialização elas não dispunham de nenhuma estrutura para expor os produtos. A artesã relata ainda que o terreno onde residiam possuía um relevo elevado em relação à rodovia e os consumidores precisavam fazer um esforço físico para comprar as peças.

Quando a mãe começou não tinha feito os bueiros ainda, a mãe colocava as peças em cima do barranco, o pessoal subia e descia, colocava os palas pendurados em uma árvore que tinha na frente da casa, quando começamos era pala, capinha, boinas, tudo em lã nós fazíamos (Entrevistada N. 2-Artesã).

Na narrativa da artesã, evidencia-se as dificuldades enfrentadas no início do processo comercial no local e a visão de mercado dessas mulheres ao exporem seus produtos nas proximidades da BR. Tais ações colocam em evidência um processo de autoconfiança diante do seu saber-fazer, do conhecimento tradicional e da prática da atividade artesanal das artesãs. E ainda, a coragem de abrir um ponto de comércio na “*beira da estrada*” (relato da artífice), em uma rodovia movimentada, expostas a diferentes tipos de situações.

Além da exposição e comercialização dos produtos em frente às moradias, mãe e filhas continuavam confeccionando produtos em lã sob encomenda e por vezes, oferecendo as peças nos estabelecimentos comerciais na cidade de Caçapava do Sul, onde divulgavam o seu trabalho, “*nós aprontávamos as peças e íamos oferecer nos escritórios, nessa época nossos palas eram novidade*”, destaca a entrevistada N.2 – Artesã.

Tedesco (2013) e Canclini (1983) relatam que ações como estas criam alternativas de trabalho e renda no meio rural, onde as famílias com poucos recursos econômicos e pequena área de terra, fazem uso de seus saberes para construir uma alternativa rentável e assim conseguem manter-se no meio rural.

Foi a partir dessa iniciativa que a comunidade deu início a um processo de desenvolvimento econômico com base na atividade artesanal, trazendo como consequência a ampliação da população no local, a diversificação dos produtos comercializados e a geração de empregos na atividade, além de uma melhor organização estrutural da comunidade. A partir do momento em que os primeiros pontos comerciais começaram a obter rentabilidade, outras famílias foram atraídas para o local, primeiramente para tornarem-se mão-de-obra dos artesãos ali estabelecidos e num segundo momento, abriram seu próprio ponto comercial de produtos artesanais

### **Diversidade dos produtos artesanais e simbólicos: as tendas comerciais na Vila Progresso**

O mercado de produtos artesanais já não é mais específico do artesanato, misturam-se outros artigos, de várias ordens, que não são confeccionados pelos artesãos (CANCLINI, 1983). Esse fato é resultante da interação direta entre os (as) artífices, pelo fato deles também serem comerciantes, com os consumidores, gerando mudanças no cenário desse mercado, onde elementos tradicionais e modernos passam a fazer parte de um mesmo espaço e disputar o consumo do público.

A constatação de Canclini (1983) pode ser observada nos pontos comerciais da Vila Progresso, novos produtos foram incorporados com o tempo, tendo em vista a satisfação dos consumidores que nutrem apreço pelas tradições gaúchas. Para satisfazer o consumidor os artesãos passaram a comercializar peças em couro, artigos em madeira, roupas gauchescas, dentre outras.

Abriu-se um espaço para que produtos vindos de fora fossem comercializados no local, ou seja, o mercado abarcou produtos confeccionados fora da comunidade, comprados ou trocados com outros artesãos, lojas ou revendedores que circulam pela BR – 290. Esse fato comprova a busca por estratégias de diversificar os produtos para atrair o olhar do consumidor, aproveitando o cenário próprio para a expansão comercial dos artigos simbólicos da tradição no Rio Grande do Sul.

A incorporação dos diferentes produtos nos pontos comerciais da comunidade foi motivada pela tentativa de distinguir-se do tendeiro vizinho, buscando a oferta de produtos diferenciados aos clientes, muitos dos quais sugeriram que fossem colocados mais artigos gauchescos no local. Provavelmente, este seja o principal fator da diversificação na oferta de artigos simbólicos do gaúcho nas tendas estabelecidas na comunidade.

As questões relatadas estão intrinsecamente relacionadas, são pontos fundamentais para as mudanças que ocorreram no cenário comercial da comunidade nos últimos anos, as quais incidiram sobre a vida, o cotidiano e as relações sociais dos (as) artesãos

O que pensam os (as) artífices sobre tais questões? Um dos artesãos entrevistados destaca que os produtos diferentes, aqueles que não são confeccionados em lã, comprados ou trocados, estão relacionados à concorrência estabelecida entre os comerciantes do local, com o aumento do número de tendas e a diminuição do frio nos últimos anos. Para o artesão, o fato é que *“começou a diminuir as vendas dos palas, começaram a colocar outras coisas, às vezes o cliente vai numa tenda, vai em outra e quem baixa um pouquinho mais o preço consegue vender, porque as tendas são muito próximas”* (Artesão R-5).

De acordo com a narrativa do artesão, nos anos em que o inverno não faz tão rigoroso, com vários dias consecutivos de frio, é normal que a comercialização das peças em lã oscile, ou seja, sofra flutuações. Aliado a este fato, a diversificação dos produtos comercializados nas tendas começou a acontecer em decorrência da demanda dos consumidores. O fato de um (a) artífice buscar um produto novo para a tenda, torna-se um incentivo para o outro tendeiro trazer o mesmo produto, são as leis da concorrência entre eles e do próprio contexto mercadológico.

Sobre essa questão pode-se destacar que as peças em lã são comercializadas em determinados períodos, já as peças em madeira e couro são vendidas em todos os meses do ano, essa questão proporciona a manutenção de um rendimento econômico equilibrado nas tendas durante todos os meses.

Os principais produtos em lã confeccionados pelos artesãos são: palas para adultos e crianças, capinhas femininas, acolchoados, tocas, golas, boinas, meias, mantas, luvas, pelerines, xales, xergões e pelegos. Além destes, são comercializados no local artigos comprados e/ou trocados com fornecedores por peças em lã como: tapetes, puffs e bancos em couro, bancos e mesas rústicas em madeira, chinelos em couro e ovelhinhas de lã, relógios e gamelas em madeira, caixas de mdf

fornadas e decoradas, facas, mateiras em couro, cuias, bombas de chimarrão e vários outros itens de decoração feitos em lã, couro ou madeira. Essa diversidade dos artigos comercializados nas tendas da comunidade pode ser visualizada na figura – 2.

**Figura 2:** Diversidade de artigos artesanais nas tendas da Vila Progresso



Fonte: Pesquisa de Campo na Vila Progresso, 2015

O cenário de proximidade e da competição pela venda dos objetos, estabelece uma relação de concorrência nos pontos comerciais da comunidade. Em função dessas disputas em torno do comércio, a troca das confecções em lã criadas pelos artífices, por outras peças, principalmente em couro e madeira, foi uma estratégia encontrada pela comunidade para conseguir manter artigos diferenciados disponíveis nas tendas sem, necessariamente, pagar o valor em dinheiro no momento da transação. A troca de produtos é uma

estratégia que facilita o negócio e diversifica os objetos ofertados ao consumidor.

Percebe-se que a diversificação nas tendas da comunidade tem por objetivo atingir os consumidores que buscam objetos rústico, autênticos e tradicionais, em função de uma aproximação com o modo de vida do campo, esses fatores atraem o turista. Canclini (1983) lembra que o produto artesanal rústico atrai os turistas que vêm de fora e precisam levar algo que represente para o seu contexto social o lugar em que ele esteve, onde manteve contato com a cultura. O autor lembra que os turistas, possuem uma “fascinação pelo nostálgico, rústico e natural, uma das motivações mais invocadas pelo turismo” (CANCLINI, 1983, p. 66).

As ações estabelecidas, seja no âmbito da troca de produtos para diversificar ou para ter um produto diferente da tenda do (a) artesão (ã) vizinho, na busca de atrair o consumidor, são questões mercadológicas e sociais. Tedesco (2013) destaca que o fato de ofertar mais produtos, faz parte de uma dinâmica de mercado adotada pelos tendeiros, o qual denomina de oferta diversificada. Sobre tal fato, Bourdieu (2007) destaca que a questão não está somente ligada ao entendimento da visão econômica, oferta, demanda e mercado, vai além disso, são produtos de uma construção social. Segundo o autor, nesse campo econômico precisa-se analisar as disponibilidades econômicas imediatas e a instantaneidade das interações sociais.

Interpretando a análise de Bourdieu (2007), esse mercado também é construído socialmente, em função da demanda dos consumidores e das estratégias criadas pelos artesãos para satisfazer essas demandas, as quais são construídas a partir das relações. Fruto dessas interações são estabelecidas as estratégias em torno dos novos produtos, onde a relação entre artífices e consumidores gera uma estrutura de campo e vários fatores aparecem, seja em função das demandas ou das alternativas construídas pelos artífices, para obter produtos novos e comercializar os mesmos e, ainda, a competição com o ponto comercial ao lado.

As peças em lã, além de serem utilizadas para a troca por outros produtos nos pontos comerciais da Vila Progresso, são comercializadas em feiras e sob encomendas para lojas de produtos gauchescos, agropecuárias e eventos do movimento tradicionalista gaúcho. Duas artesãs entrevistadas comentam sobre a comercialização das peças para eventos ligados ao tradicionalismo e a compra dos artigos em lã por parte dos turistas, justificando a análise realizada por Canclini (1983).

*Vendo muitas peças de lã, capinhas e palas, tanto para homens, quanto para mulheres, quando tem eventos nos CTGs ou cavalgadas<sup>5</sup>, também vendo para turistas de fora que levam um pala para recordação do gaúcho (Entrevista J.8 - Artesã).*

O que mais comercializo ainda são os produtos em lã, eu atendo setenta e poucas lojas de gaúcho, as outras coisas aqui é para ter, mas a minha fabricação, minha produção mais é a lã. O que mudou é que antes eu não era conhecida, vendia aqui para quem passava, agora hoje se tu chegar na Casa do Gaúcho lá tem o meu produto, se chegar na Frizzo Pilchas tem lá o meu produto, chegar na Arte e Couro tem lá o meu produto, aí tu compra e tem ali o meu nome e telefone e assim se expande. Se chega lá em São José em Santa Catarina, na Casa do Gaúcho, tem lá o meu produto, então as pessoas vêm, gostam e encomendam. Aqui na loja as vendas são muito variadas, quem chega nunca sabe o que quer, às vezes quer tapete, às vezes quer outras coisas, por isso que nós colocamos várias coisas, porque às vezes a pessoa chega pensando em levar uma coisa, não leva aquilo, mas termina levando outra coisa (Entrevista N.2- Artesã).

A narrativa da artesã refere-se à comercialização dos produtos artesanais e gauchescos dentro e fora da comunidade, a expansão da venda para o ramo logístico é significativa, somente esta artesã atende a 70 pontos comerciais com seus produtos em lã. Percebe-se nesse sentido o movimento dos saberes, da história e da cultura desta comunidade e as conexões que são realizadas entre produtos, lugares, pessoas, saberes e histórias.

---

<sup>5</sup> As cavalgadas citadas pela artesã, na verdade são as cavalhadas realizadas em Caçapava do Sul e outras cidades do Rio Grande do Sul, é uma festa típica do tradicionalismo gaúcho, principalmente os CTGs, com destaque para o Sentinela dos Cerros, que é o mais antigo e tradicional da cidade (SPINELLI, 2006). A autora ressalta que a atividade é portuguesa e configura-se na recriação de torneios medievais, onde cristãos e mouros entravam em batalha, a festividade no município de Caçapava e nos demais ocorre durante a festa do Divino Espírito Santo.



De acordo com a artífice, essas relações comerciais levaram um tempo significativo para serem construídas, necessitaram da construção de relações de confiança, de qualidade e aprimoramento da produção das peças, adequações nas técnicas para a confecção dos produtos, nos instrumentos de produção, nas estratégias comerciais adotadas e no preço adequado ao mercado. A produção da qual se refere a artesã é destinada a lojas tradicionalistas no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

Enfim, os produtos confeccionados e comercializados na Vila Progresso têm ganhado espaço e movimentam-se por muitos lugares, como aponta Oliven (2006) quando relata a desterritorialização dos produtos simbólicos do gaúcho. Apontando ainda, a valorização dos elementos da tradição, através das características da rusticidade, os produtos artesanais tomaram espaço diante ao consumidor nesse mercado de bens simbólicos.

### **Considerações finais**

Analisando o estudo realizado na Vila Progresso, percebe-se que existe na comunidade um contexto comercial onde os produtos artesanais estão em movimento, conectando coisas, pessoas, lugares e culturas, fatores que acabam por influenciar mudanças no aspecto produtivo das peças, transformando inclusive o sentido de uso dos produtos.

Através do seu simbolismo os produtos artesanais são capazes de acionar as memórias coletivas, tanto pelos artesãos, os quais foram capazes de reproduzir os conhecimentos de outros, realizados no passado, quanto pelo sujeito que compra tais produtos. Dessa forma, entende-se porque o mercado de artigos artesanais cresceu e diversificou-se com tamanha proporção, pelo fato de proporcionar, através do resgate da história, da tradição, um significado representativo para os produtos.

Além disso, torna-se visível o fato de que naquela comunidade existia um mercado simples que se tornou um sistema comercial diversificado, abrangendo vários produtos simbólicos e tradicionais do cenário gauchesco, representativos de um modo de vida do passado ressignificado pelo presente, ou seja, produtos artesanais que expressam a tradição do Pampa. Houveram mudanças significativas em relação ao comércio das peças artesanais em lã, couro e madeira, com o objetivo de expandir e diversificar os produtos nas tendas comerciais abertas na comunidade, em função das exigências dos consumidores.

Portanto, o consumidor obteve e continua obtendo um papel fundamental nas estratégias comerciais estabelecidas nas tendas do local. A partir das demandas dos clientes, os artesãos buscam implementar produtos diversificados no local, os quais são artesanais e simbólicos do gaúcho, compreendendo assim as novas dinâmicas de mercado desses artigos que estão sendo requisitadas pelo público.

Essas estratégias exigiram dos artesãos, os quais também se tornaram comerciantes e tendeiros, adaptações quanto ao seu trabalho, como a necessidade de determinar as atividades realizadas pela família, seja na produção das peças em lã ou na comercialização dos produtos nas tendas. Gerando, muitas vezes, a inserção de mão-de-obra contratada para a confecção de peças em lã, em função da família preocupar-se, em primeiro lugar, com a organização dos produtos, o atendimento ao cliente e a negociação com os fornecedores dos artigos em couro e madeira.

Por fim, precisa-se reconhecer e deixar registrado a evolução da comunidade da Vila Progresso, o enfrentamento das dificuldades, sejam estas no cenário de produção ou comercial. A melhoria da qualidade de vida das famílias do local, que ocorreu através de uma força e de uma confiança destes artesãos em seu próprio trabalho e em seus saberes, o saber-fazer artesanal dos produtos tradicionais do Pampa.

## Referências

- BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. Vários Tradutores. 6<sup>a</sup> ed. Editora Perspectivas. São Paulo, 2007. p. 361.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Tradução Fernando Tomaz. 13<sup>a</sup> ed. Editora Bertrand Brasil LTDA. Rio de Janeiro, 1989. 322 p.
- CANCLINI, N. G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.
- DOUGLAS. M; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Tradução de Plínio Dentzien. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 2006. 306 p.
- FAGUNDES, A. A. **Curso de Tradicionalismo Gaúcho**. Porto Alegre, Martins Livreiro, 1995.
- GIDDENS, A. **Política, sociologia e teoria social**. São Paulo, Editora UNESP, 1997.

HOBBSAWM, E. Introdução: a invenção das tradições. In: HOBBSAWM, E.; RANGER, T. (Org)s. **A invenção das tradições**. Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro, 1997. 316 p.

OLIVEN, R.G. [O Rio Grande do Sul e o Brasil: uma relação controversa](#). In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 3, n. 9, p. 5-14, 1989. Disponível em: <anpocs.org.br>. Acesso: 21 de dez. 2015.

OLIVEN, R.G. O renascimento do gauchismo. In: GONZAGA, S.L; FISCHER, L.A. Org (s). **Nós, os gaúchos**. Editora UFRGS, 1998. 300 p.

OLIVEN, R.G. **A parte e o todo**: a diversidade cultural no Brasil-nação. 2ª Ed. Revista e ampliada. Editora Vozes. Petrópolis, RJ. 2006. 228 p.

PETRIN, C; CARMO DA SILVA, M. **Jornal do Pampa – Caçapava do Sul**. 2013. Disponível em: <<http://www.farrapo.com.br/noticia/2/4057/A-producao-artesanal-da-Vila-Progresso>>. Acesso: 28 de mar. 2014.

TEDESCO, J. C. O futuro do passado: **etnicidade, comércio e vida rural**: tradições culturais em rotas turísticas. Editora Letra e Vida. Porto Alegre 2013, 144 p.

ZATTERA, V.B.S. **Arte têxtil no Rio Grande do Sul**. Editora São Miguel. Caxias do Sul. 1988. 120 p.