



Feira de Artesanato Muxuango: As Intermediações Folk-Midiáticas entre Design¹

Fábio Rodrigues Corniani²

UMESP – Universidade Metodista de São Paulo
FATEA - Faculdades Integradas Teresa D'Ávila

Vívian Maria Corneti de Lima³

Anhanguera Educacional S.A.

RESUMO

Este trabalho pretende apresentar a feira de artesanato Muxuango, realizada anualmente em Lorena – SP, nas Faculdades Integradas Teresa D'Ávila, pelos alunos do curso de Desenho Industrial, como forma de geração e troca de conhecimento, entre artesãos e os alunos dos cursos de Comunicação Social e Desenho Industrial da instituição em questão. Para isso apresentamos os resultados da feira anual, refletindo as funções desta como atividade didática interdisciplinar com um objeto que pode ser abordado pela folkcomunicação dentro do espaço universitário.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação; Feira de Artesanato; Objeto Brasileiro; Muxuango.

1. Introdução

Estamos no quinto ano consecutivo com a realização de uma feira de artesanato regional denominada Muxuango, esta realizada pelos alunos do curso de Desenho Industrial. Muxuango é uma gíria caipira para a palavra caipira, que nasce de um termo geográfico que denomina um tipo rústico da planície de restingas, em contradição entre a população rural da costa e da baixada fluminense.

O Objeto Artesanal Contemporâneo Brasileiro é o fruto da união entre a nossa diversificada produção artesanal e o design contemporâneo, que bebe nas mais diversas

¹ Trabalho apresentado no VIII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Folkcomunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Mestre em Folkmídia e graduado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: fcorniani@hotmail.com

³ Pós-graduanda de MBA em Gestão de Pessoas pela Anhanguera Educacional S.A. e graduada em Publicidade e Propaganda pela Universidade de Taubaté. E-mail: vicorneti@yahoo.com.br



fontes, nacionais e internacionais, para cunhar uma verdadeira vanguarda estética e produtiva no Brasil. Por isso a importância de um projeto de pesquisa com objetivo de gerar linhas de produtos que se enveredem pela intersecção entre, o artesanato regional, a folkcomunicação e o design moderno, através do mapeamento, registro e maior aproximação com o campo de pesquisa através da feira Muxuango.

Com a realização deste projeto a Fatea colabora para a criação de condições favoráveis ao desenvolvimento de um processo auto-sustentável nas comunidades de artesãos do Vale do Paraíba, e proporciona ao designer novas possibilidades de criar produtos através do contato com a diversidade cultural brasileira e com diferentes contextos sociais e econômicos.

2. Folkcomunicação

Antes de passarmos ao nosso objeto de pesquisa é necessário que sejam abordados alguns conceitos da folkcomunicação.

Em decorrência dos estudos de Luiz Beltrão surge o termo folkcomunicação, com sua tese de doutorado em 1967, tese esta que germinou de um artigo da revista Comunicação & Problemas em 1965, artigo que trata como as esculturas, objetos, desenhos e fotografias depositadas pelos devotos nas igrejas possuíam nítida intenção informativa. Eram peças que deixavam de ser acerto de contas celestiais, veiculando jornalisticamente o potencial milagreiro dos santos protetores. Ele foi um dos estudiosos pioneiros na introdução do ensino científico da Comunicação no Brasil. Apoiou-se nos ensinamentos do pesquisador norte-americano Paul Felix Lazarsfeld de que, no processo da comunicação coletiva, há duas etapas significativas: a do comunicador ao líder de opinião e a deste ao receptor comum.

Através dos estudos de Lazarsfeld, iniciam-se as pesquisas de opinião pública. O livro *People's choice* (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet), publicado em 1941, estuda as



variações e condicionantes do comportamento dos eleitores na eleição presidencial de 1940 e, com isso, chegaram à conclusão de que as mensagens persuasivas atuam como reforço de atitudes previamente estabelecidas.

Lazarsfeld introduz em seus trabalhos científicos a presença dos líderes de opinião, levando à compreensão de certos pontos que precisavam ser esclarecidos dentro desse campo, como, principalmente, a participação dos líderes de opinião na decisão dos eleitores.

Em todo grupo existem indivíduos que tem mais contato com os meios de comunicação e, ao mesmo tempo, direcionam a comunicação interna do grupo, segundo o paradigma de Lazarsfeld “two steps flow of communications”. Este paradigma vai contra os conceitos da teoria hipodérmica onde “cada elemento do público é pessoal e diretamente ‘atingido’ pela mensagem”. (LAZARFELD, 1964, 79)

Segundo Toussaint, líderes de opinião são “os indivíduos que recebem em primeira mão as informações dos meios para transmiti-las depois a pessoas desvinculadas disso, mas incluindo a sua própria interpretação da informação recebida. São pessoas que não se distanciam de seus grupos; andam pelo mesmo caminho que os outros, mas adiante”. (TOUSSAINT, 1992, p. 32)

Seguindo estes estudos, Beltrão cria um processo folkcomunicacional, onde uma fonte transmite uma mensagem através de um canal, que no processo é representado pelos meios de comunicação de massa, chegando até uma audiência, onde estão contidos os líderes de opinião, estes intitulados por Beltrão como Líderes-comunicadores. Em um processo comunicacional padrão (fonte-mensagem-canal-receptor) o processo pararia por aqui, mas no processo folkcomunicacional neste ponto inicia-se um novo ciclo no fluxo da mensagem, onde os líderes se tornam comunicadores e transmitem uma mensagem através de um canal folk, chegando então a uma audiência que Beltrão intitulou de Audiência Folk.



A audiência folk é formada por grupos marginalizados da sociedade, porém há diversas conotações para a expressão marginal, por isso é importante definirmos uma que mais nos convém. Temos como marginal “um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente”. (BELTRÃO, 1980, 39)

Seguindo o pensamento de Beltrão temos três tipos de grupos marginalizados que compõem a audiência folk: os grupos rurais marginalizados, os grupos urbanos marginalizados e os grupos culturalmente marginalizados.

2.1 Os grupos rurais marginalizados

Os grupos rurais marginalizados são constituídos de “habitantes de áreas isoladas (carentes de energia elétrica, vias de transporte eficientes e meios de comunicação industrializados), subinformados, desassistidos ou precariamente contatados pelas instituições propulsoras da evolução social e, em consequência, alheios às metas de desenvolvimento perseguidas pelas classes dirigentes do país”. (BELTRÃO, 1980, 39)

Estas pessoas são, na maioria dos casos, analfabetos ou semi-analfabetos, possuem um vocabulário peculiar, reduzido e extremamente regional, “sua permeabilidade à transmissão de novos conceitos não vai além de certas noções empíricas e imediatas e os próprios vocábulos de uso domiciliar não têm, para eles, qualquer significação fora do contexto dialetal”. (DOMINGUES, 1966, 51)

Para se comunicarem os grupos rurais marginalizados valem-se, preferentemente, de canais interpessoais diretos, como as conversas, o relato de “causos” e as normas e regras sociais, estas que são transmitidas através da oralidade pelos parentes, como pais, avós e irmãos mais velhos, e também através de líderes de sua comunidade, como pastores, velhos e etc.



2.2 Os grupos urbanos marginalizados

Os grupos urbanos marginalizados caracterizam-se “pelo reduzido poder aquisitivo devido à baixa renda, pois esses grupos são formados por indivíduos que recebem baixos salários em empregos ou subempregos que não exigem mão-de-obra especializada, como construção civil, estiva, limpeza e conservação de edifícios, oficinas de reparos, trabalhos domésticos, ofícios e atividades mais modestas (engraxates, remendões, bombeiros, ambulantes, olheiros e lavadores de carro etc.), além de pequenos negociantes, servidores públicos subalternos, aposentados, menores sem ocupação, biscateiros e pessoas que vivem de expedientes ilegais – ladrões, prostitutas, proxenetas, passadores de ‘bicho’ e foragidos da justiça”. (BELTRÃO, 1980, 55)

Estes grupos se concentram em favelas e em construções populares de baixo custo ou nenhum custo em áreas periféricas dos centros urbanos.

A habitação, em si, também gera doenças e incapacidade para o trabalho e para a integração/ascensão social de tais indivíduos: em geral tem um só cômodo, construindo-se um prolongamento (puxado) para o fogão e o ‘quartinho’, em que se banham e atendem às suas necessidades fisiológicas. A água para beber e para a serventia vem às vezes de chafarizes públicos e, de outras, de poços cavados pelos próprios moradores, sem qualquer tratamento, diariamente recolhida em latas de querosene pelas mulheres...” (p. 56)

Este contexto citado por Beltrão permanece atual até os dias de hoje nos subúrbios dos centros urbanos, onde as pessoas se espremem em morros ou terrenos baldios, vivendo em barracos ou até casas de alvenaria, porém muito simples e normalmente muito pequenos.

Além dos problemas com a moradia, estas pessoas também sofrem dificuldades com o transporte, haja vista que na maior parte, os bairros da periferia, como o próprio nome já sugere, ficam isolados geograficamente, e os meios de transporte urbanos



geralmente não chegam a esses bairros, fazendo com que a população recorra a meios de transporte alternativos como as lotações. Há também casos em que a única forma de se chegar a um local dentro de uma favela é andando, devido à precariedade das vias de acesso.

Os grupos urbanos marginalizados têm limitado acesso aos meios de comunicação de massa, principalmente devido a sua dificuldade na decodificação desta mensagem. Esta dificuldade surge pelo baixo nível educacional, pois grande parte das pessoas pertencentes a estes grupos não teve acesso a instituições de ensino, ou pela falta de oportunidade ou falta de incentivo, formando desta forma uma grande massa de sub-letrados.

Outro motivo que gera dificuldade na decodificação das mensagens dos meios de comunicação de massa é a incompatibilidade da realidade que estes meios passam com a realidade em que estas pessoas vivem, gerando desta forma uma interpretação própria, adequando-se à sua realidade e vivência. Realidade esta que está baseada em pobreza, violência, repressão, fome, preconceito, enfim, um pacote de situações que estão presentes no dia a dia em um subúrbio.

Para se comunicarem utilizam, como os demais grupos marginalizados, os meios de comunicação folk. No trecho abaixo Beltrão demonstra com exatidão os canais com que os grupos marginais urbanos se comunicam:

(...) No entanto, é em manifestações coletivas e atos públicos, promovidos por instituições próprias (sindicatos, associações desportivas, beneficentes e recreativas, como escolas de samba, clubes carnavalescos e conjuntos folclóricos, ou organizações religiosas, irmandades e confrarias católicas, centros espíritas, terreiros de umbanda e candomblé, igrejas e tendas de confissões evangélicas pentecostais) que, sob formas tradicionais, revestindo conteúdos atuais, sob ritos, às vezes universais, mas consagrados pela repetição oportuna e especialmente situada, essa massa popular urbana melhor revela suas opiniões e reivindicações, exercitando a crítica e advertindo os grupos do sistema social dominante de seus propósitos e de sua força. (p. 60)

2.3 Os grupos culturalmente marginalizados

Estes grupos são considerados marginais por constituírem-se de indivíduos que contestam a cultura e a organização social estabelecida, adotando uma política ou filosofia contraposta a que está em vigência. É importante salientar que os grupos culturalmente marginalizados estão contidos dentro dos grupos marginais urbanos e rurais (gráfico 1), sendo que um indivíduo que pertence a um grupo culturalmente marginal, conseqüentemente estará dentro de um contexto rural ou urbano.

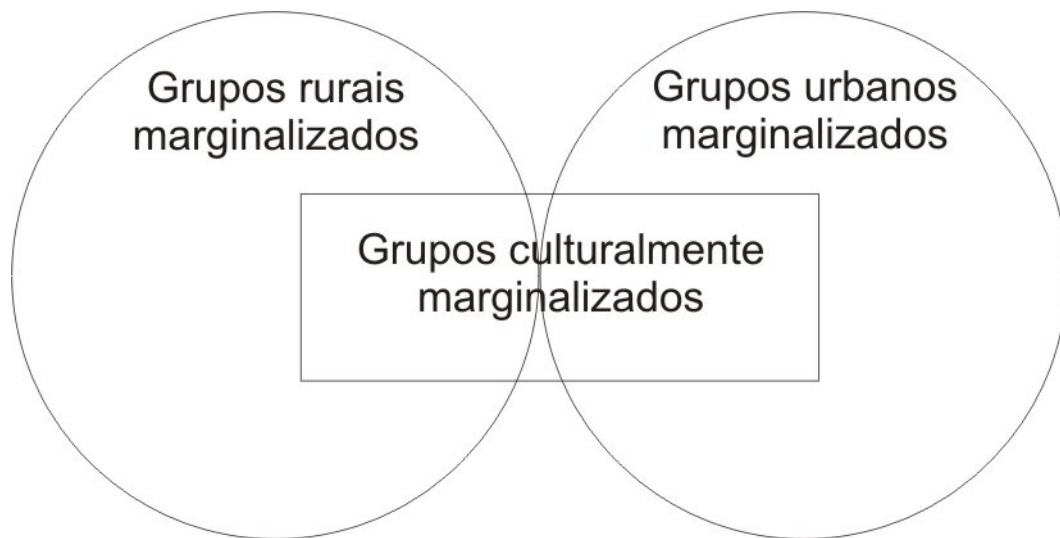


Gráfico 1

Existem três tipos de grupos culturalmente marginalizados que se distinguem pela sua maior frequência em ações comunicacionais, estes são: o messiânico, o político-ativista e o erótico-pornográfico.

O grupo messiânico é composto “de seguidores de um líder carismático, cujas idéias religiosas representam contrafações, adulterações, exacerbações ou interpretações personalíssimas de dogmas e tradições consagradas pelas crenças e denominações religiosas estabelecidas e vigentes no universo da comunicação social”. (p. 103)

O grupo político-ativista “tem uma ideologia que a comunidade, em sua grande maioria, considera exótica ou insuportável. São indivíduos decididos a manter estruturas de dominação e opressão vigentes ou revolucionar a ordem política e social em que se



fundamentam as relações entre os cidadãos, empregando a força como a arma principal para impor suas diretrizes”. (p. 104)

O grupo erótico-pornográfico é composto de pessoas que “não aceitam a moral e os costumes que a comunidade adota como sadios, propondo-se a reformá-los em nome de uma liberdade que não conhece limites à satisfação dos desejos sexuais e práticas hedônicas consideradas perniciosas pela ética social em vigor”. (p. 104)

3. A feira Muxuango

A feira de arte popular Muxuango, é realizada anualmente em Lorena, nas Faculdades Integradas Teresa D'Ávila, pelos alunos do Curso de Desenho Industrial, como forma de geração e troca de conhecimento entre os artesãos e os alunos do cursos de Desenho Industrial, Publicidade e Propaganda e Jornalismo. A feira foi criada para três funções principais: didática e trabalho laboratorial, socialização no campus com ênfase na projeção dos cursos envolvidos e incentivos à arte regional.

A didática e o trabalho laboratorial foram dirigidos aos cursos de Desenho Industrial, Jornalismo e Publicidade e Propaganda, onde cada um teve suas funções específicas voltadas ao seu currículo. O curso de Desenho Industrial foi o idealizador da feira, de modo que os alunos do 1º ano foram divididos em grupos e cada grupo selecionou um artesão popular regional. Foi definido que seria entendido por regional os artistas que residissem e exercessem sua arte no Vale do Paraíba, no estado de São Paulo, devido à localidade da Fatea. Era função do grupo criar um espaço para a exposição dos objetos produzidos pelos artistas, levando em consideração o estilo estético do artista. Também era função dos alunos de Desenho Industrial providenciar o traslado dos artistas e dos objetos que seriam expostos, uma vez que um dos pré-requisitos para a seleção do artista era que eles fossem habitantes de áreas isoladas (carentes de energia elétrica, vias de transporte eficientes e meios de comunicação



industrializados), subinformados, desassistidos ou precariamente contatados pelas instituições propulsoras da evolução social e, em consequência, alheios às metas de desenvolvimento perseguidas pelas classes dirigentes do país, indo de encontro com as teorias de Beltrão. Além da parte estrutural foi exigido dos alunos de Desenho Industrial a entrega de um relatório contendo a apresentação do seu artista e uma reflexão sobre a estética da arte produzida pelo mesmo.

Já para os alunos do 2º ano de Jornalismo coube a cobertura do evento, gerando um jornal mural, onde estariam contidos artigos sobre todos os artistas que estiveram na feira. Para a produção deste jornal os alunos tiveram que entrevistar todos os artistas, desta forma, além de um exercício jornalístico investigativo, tiveram a oportunidade de entrar em contato direto com o conhecimento popular de cada artista da feira.

Partindo da premissa que os alunos, antes da participação da feira, tiveram um contato em sala com as teorias da Folkcomunicação, podemos dizer ainda que a feira acabou sendo também um exercício prático de pesquisa folkcomunicacional, onde ao invés do aluno ter que ir ao campo de pesquisa para exercer uma pesquisa etnográfica, o campo foi até o aluno, trazido pelos alunos de Desenho Industrial.

Os alunos do curso de Publicidade e Propaganda ficaram responsáveis pela divulgação do evento, através de mídias elaborados pelos alunos do 3º ano. Com isso, além da atividade laboratorial de produção publicitária, os alunos tiveram a oportunidade de entrar em contato com os alunos de Desenho Industrial para uma pesquisa do tema que seria abordado na feira. Desta forma acabaram tendo contato com a arte popular, não só através da pesquisa, mas também na participação da feira que foi divulgada por eles.

No que diz respeito à função de socialização no campus com ênfase na projeção dos cursos envolvidos, consideramos de extrema importância eventos como este da feira onde os alunos podem criar uma relação social entre cursos, além de projetar e expor a



produção dos cursos envolvidos no trabalho, uma vez que todos os alunos estavam uniformizados, demonstrando desta forma qual seu curso.

O incentivo a arte regional se torna óbvio, uma vez que os artistas comercializam seus objetos artesanais na feira, além de projetarem e divulgarem sua arte na região, carente de espaços para exposição. Além disso, há uma troca de informações entre os artistas da feira, onde são passadas técnicas e observadas estéticas com características plurais.

A feira vem crescendo e se aprimorando ano a ano, crescendo em tamanho e qualidade, chegando à maturidade para elaboração de um projeto mais sistêmico, com geração de publicações e linha de pesquisa e produção de objetos de design com influência no artesanato regional.

4. Agentes da Feira

Mãos calejadas e dedos hábeis. O tempo molda as ferramentas que fazem nascer à materialização da nossa cultura regional. Entre peças esculpidas ou pintadas, certamente a obra que mais encanta é a prova - mais uma vez - de que o artesanato rico pertence a pessoas humildes, muitas vezes com delimitações físicas, porém com uma pluralidade no saber que faz com que nosso berço sobreviva mesmo na era do esquecimento de nossa origem. Deus não escolhe os capacitados, apenas capacita os escolhidos.

Alunos do curso de Desenho Industrial da Fatea promoveram uma feira de artesanato que contava com obras expostas de vários artistas da região. Entre os 14 *stands* montados no pátio da faculdade, os artesãos resgatavam a parte esquecida e maltratada de nossa história; nossa própria cultura.

Imaginação e talento caminhavam juntos nas obras compostas de madeira, argila, retalhos, colchas, pinturas a óleo, cerâmicas e artigos domésticos sobre papelão.



São inúmeras histórias particulares que pertencem ao cotidiano, mas que nasceram há muito tempo, e não tiveram espaço para continuarem crescendo.

“O artesanato é a materialização de uma realidade cultural, capaz de entrar na intimidade das pessoas a partir do momento em que elas compram aqueles objetos e levam para casa”, afirmou o professor e antropólogo Adilson Mello, professor da Fatea que apoiou a realização do evento.

4.1. Primeiras Impressões

Carlos Paulino Rabelo, de Cruzeiro/SP, é maquinista aposentado e fez a primeira exposição de suas réplicas de trens feitas de madeira, ele disse estar contente em ter sido convidado para a exposição. “Estou orgulhoso com o convite. Faço essas miniaturas há vinte e cinco anos. É meu passatempo preferido. Produzo as peças através de fotografias”, disse.

Pierre dos Santos, 38, de Lorena/SP, artesão há cinco anos, levou para a exposição, diversos trabalhos feitos em madeiras, a qual também foi sua primeira exposição. Ele expõe suas obras no Calçadão de Lorena. Para ele a feira é uma ótima oportunidade para mostrar suas habilidades. “Faço meu trabalho com amor. Estou feliz por esta oportunidade”, comentou o artesão.

Carrancas, índios guerreiros, duendes e bruxas e um velho barbudo com chapéu de feltro faziam parte da exposição de Seu Magno, num total de 12 faces moldadas em argila.

Por trás da figura do Sr. Magno José de Oliveira Fontes, 55 anos, também havia um rosto de barro, moldado em uma expressão alegre apesar do cansaço. Desde os dez anos ele trabalhou em uma fábrica de filtros e vasos, a Cerâmica Norte de Guaratinguetá/SP. Seguiu a mesma profissão que era do avô e do pai, com quem aprendeu a fazer esculturas através da observação. Mas hoje já não há como repassar



esse talento da família, Magno não tem filhos e os sobrinhos não se interessam pela arte. “Hoje em dia está tudo modernizado, nas casas só tem vasos de plástico com flor artificial. Antigamente não, as mulheres gostavam de cuidar de flor, mas hoje em dia a venda de vasos de barro caiu muito”, desabafa Magno.

O artesão explicou como é o processo de tratamento da argila: Primeiro se extrai o barro de qualquer lugar do Rio Paraíba, isolando-se o primeiro metro que não serve porque é arenoso. Depois o barro precisa de uma limpeza, e é uma máquina que faz isso, dando liga e corrigindo inclusive a cor, que não pode ser muito avermelhada. Então a argila está pronta para que possamos dar formas. Em seguida as peças passam por uma secagem natural e por fim vão ao forno.

4.2. Arte e Preconceito

Outro trabalho que fascinou estudantes e visitantes estava no *stand* do artista Roberto Samuel Nunes Santos, 34, que além de suas obras artísticas que consistiam em telhas pintadas com imagens de paisagens e árvores, sua história particular de vida também era uma obra a ser admirada.

Roberto vive com suas filhas, Camila de 7 anos e Amanda de 8. Sua esposa o abandonou e ele teve que superar esse desafio de criá-las sozinho, “É muito difícil criar duas filhas, porque elas sentem falta da mãe e sempre perguntam quando ela vai voltar”, comentou.

Apesar desse problema, Nunes tem uma deficiência na fala, mas demonstra um carisma muito forte, um alguém que dá muito valor à vida e se sente realizado com o que faz, tanto como pai e como artesão. Admite que o maior problema ainda é o preconceito, “por trabalhar na Apae algumas pessoas ainda tem preconceito, lá as pessoas vivem normal e tem suas habilidades como todo mundo”, afirmou.



José Ribeiro dos Santos de 69 anos, um barbeiro aposentado de Guaratinguetá viu no artesanato um divertimento e uma maneira de ganhar um dinheiro extra. Seu trabalho começou aos nove anos quando brincava com cerâmica. Aos dezessete anos, foi para São Paulo trabalhar como barbeiro e ao se aposentar começou o artesanato, expondo para a região do Vale do Paraíba e a grande São Paulo.

José Ribeiro afirma que as vendas são bem baixas na região. “As pessoas não apreciam o trabalho de artesanato, não conhecem e não se vê nenhum tipo de incentivo por parte das autoridades, como mais espaços para as exposições”.

Além das dificuldades de oportunidade seu José também é limitado a participar de outras exposições, devido à perna amputada que gera dificuldades para se locomover.

REFERÊNCIAS

AURÉLIO, Buarque de Holanda. **Mini Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

CORNIANI, Fabio Rodrigues. **Rap: Uma manifestação folclórica urbana**. São Paulo: <www.folkcomunicacao.com.br>, 2008.

CORNIANI, Fabio Rodrigues. **Afinal o que é folkcomunicação**. São Paulo: <www.folkcomunicacao.com.br>, 2005.

LAZARFELD, Paul. Os Meios de Comunicação Coletiva e a Influência Pessoal. In **Panorama da Comunicação Coletiva**. Rio: Editora Fundo de Cultura, 1964.

Sítio Folkcomunicacao. São Paulo: Disponível em: <www.folkcomunicacao.com.br>. Acesso em 10 de maio de 2008.

TOUSSAINT, Florence. *Crítica de la Información de Masas*. México: Trilhas, 1992.