

Reflexões acerca do consumo de artesanato na internet

Reflections about consumption of handicrafts on the internet

Nicole Rochele Cardoso BRANCHER¹

Resumo

O meio digital vem alterando significativamente a maneira como as pessoas interagem e, por consequência, suas relações de consumo. Neste cenário, marcado pela nova economia digital, até mesmo o consumo de itens mais tradicionais claramente vem ganhando ressignificações. O presente trabalho pretende explorar características, particularidades e tendências assumidas pelo artesanato, enquanto produto e atividade de consumo, na rede. Dentre as reflexões alcançadas, constatou-se que o atual comportamento do consumidor, mais individualista, e a fácil promoção de itens de nicho proporcionadas pela web tem garantido novas roupagens e funções sociais à tradicional atividade e ao produto artesanal.

Palavras-chave: Artesanato. Comportamento do Consumidor. Bens de Nicho. Internet. Redes Sociais.

Abstract

The digital medium has significantly altered the way people interact and, consequently, their consumer relationships. In this scenario, marked by the new digital economy, even the consumption of more traditional items has been gaining signification. The present work intends to explore characteristics, particularities and tendencies assumed by the craft, while a product and consumption activity, in the network. Among the reflections achieved, it was verified that the current behavior of the consumer, more individualistic, and the easy promotion of niche items provided by the web have guaranteed new shapes and social functions to the traditional activity and to the craft product.

Keywords: Crafts. Consumer behavior. Niche Goods. Internet. Social networks.

Introdução

Atualmente grande parte das pessoas busca consumir os intitulados objetos de nicho, itens vistos como diferenciados e originais, quase únicos dentre a tantos outros

¹ Especialista em Planejamento em Comunicação e Gestão de Crises de Imagem pela PUCRS. Discente do Curso de Especialização em Gestão Empresarial do IFRS. E-mail: nrbrancher@gmail.com

iguais. Neste cenário, o artesanato surge como uma boa opção em meio aos artigos massificados pelo capitalismo. Na internet, e em suas redes sociais, o aparecimento de itens artesanais com *designs* mais contemporâneos é facilmente percebida.

A necessidade de possuir uma distinção social numa sociedade de produtos globalizados e padronizados acaba por difundir a adoção de artigos e referências artesanais no cotidiano urbano. Acerca disso, o antropólogo contemporâneo Canclini explica que “contra os riscos de uma entropia no consumo, recorre-se à introdução de inovações na moda e ao processo de ressignificação publicitária dos objetos” (CANCLINI, 1983, p. 65) e ainda elucida que:

O capitalismo engendra os seus próprios mecanismos para a produção social da diferença, mas também se utiliza de elementos alheios. As peças de artesanato podem colaborar nessa revitalização do consumo, já que introduzem na produção em série industrial e urbana – com um custo baixíssimo – desenhos originais. Uma certa variedade e imperfeição, que por sua vez permitem que se possa diferenciá-las e estabelecer relações simbólicas com modos de vida mais simples, com uma natureza nostálgica ou com índios artesãos que representam essa proximidade perdida. (CANCLINI, 1983, p. 65).

A internet, ferramenta que ultrapassa fronteiras e possibilita o acesso ilimitado a inúmeras referências culturais, mostra que o consumo de artesanato tem passado por significativas transformações e atingido maior relevância. Consultando a palavra “artesanato” no campo de busca do Google temos disponíveis aproximadamente 212.000.000 resultados de pesquisa, um elevado número de alusões ao tema. Neste enquadramento e por sua comprovada importância econômica e social, torna-se oportuno investigarmos e conhecermos sempre mais sobre o consumo e a produção artesanal, há muitos anos reconhecida como atividade dos pequenos comerciantes e que segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) movimenta anualmente mais de 50 bilhões de reais (PORTAL BRASIL, 2015) .

A partir deste contexto, o objetivo geral deste trabalho consiste em expor como ocorre o atual consumo do artesanato na internet. Ainda, como objetivos secundários, pretende analisar as mudanças na forma de produção do item artesanal e também compreender as características assumidas pela atividade e pelo produto enquanto bens de consumo de nicho.

Para tal, inicialmente tratará do conceito da atividade artesanal, mencionando suas particularidades e papéis na sociedade ao longo dos anos. Após, a partir de uma metodologia de natureza qualitativa, estudará conforme recomendado por Canclini (1983) o artesanato inserido na sociedade em que é produzido, em suas relações com o sistema econômico vigente e em suas fases de produção e consumo. Utilizando uma análise exploratória e descritiva, relacionará a parte teórica a alguns conteúdos e imagens referentes ao consumo artesanal provenientes da web, mais especificamente de suas redes sociais, almejando traçar reflexões acerca da problematização deste estudo.

O artesanato ao longo dos anos

Segundo historiadores, o artesanato sempre esteve presente na vida do homem. Durante a Idade Média ele tornou-se um verdadeiro segmento de trabalho, foi nesta época que a necessidade de se produzir bens para uso rotineiro estimulou a criação de objetos como forma de labor (LAMPEN, 2001).

O que caracteriza o trabalho artesanal é o fato de ele ser fruto de um trabalho realizado pela destreza das mãos de alguém, com sensibilidade, perícia e cuidado (DIGBY, 2007). Ademais, tratando do fato do artesanato ser eminentemente manual, o estudioso Lima complementa dizendo que “o uso de ferramentas, inclusive máquinas, quando e se ocorre, se dá de forma apenas auxiliar, como um apêndice ou extensão das mãos, sem ameaçar sua predominância” (LIMA, 2009, p. 01). Quanto à matéria-prima utilizada na produção artesanal, Lima (2009) esclarece que ela deve ser de origem natural, semi-elaborada ou constituída de sobras de produtos. Sobre as condições de trabalho, o autor traz que a atividade deve acontecer em ambientes domésticos, pequenas oficinas, postos de tarefa ou em centros associativos de produção.

No decorrer da Era Industrial, com o ápice da automação das indústrias e o crescente excedente de mão de obra, a atividade artesanal surge como uma opção de trabalho. Nas palavras de D'Ávila, na “Era Industrial o artesanato é ‘redescoberto’ e estimulado como solução possível para os graves problemas do desemprego” (D'ÁVILA, 1983, p. 185). Neste sentido, Pereira afirma que o artesanato não está diretamente ligado ao sistema de produção industrial, pois ele situa-se entre a “Arte

Popular” e a “Pequena Indústria”, combinando-se com ambas e acarretando no surgimento do “artesanato industrial” ou da “indústria artesanal” (PEREIRA, 1979).

O artesanato caracteriza-se como atividade de cunho cultural quando emprega técnicas e materiais típicos de uma região e quando é localmente passado de geração para geração, tornando-se uma verdadeira representação do patrimônio e da identidade de certo local. Nessa perspectiva, Diniz & Diniz (2007) mencionam que a singularidade cultural expressa-se em inúmeras e distintas manifestações artesanais, seja por seu caráter único, não aparecendo em nenhuma outra região do País, seja porque assume na região aspectos peculiares, em concordância com as especificidades da tradição e dos hábitos locais.

O autor Canclini fala da problemática que é definir um padrão de pureza para o artesanato, uma identidade e limites. Afinal, para ele, “[...] os produtos considerados artesanais modificam-se ao se relacionarem com o mercado capitalista, o turismo, ‘a indústria cultural’ e com as ‘formas modernas’ de arte, comunicação e lazer”. (CANCLINI, 1983, p. 79). Ainda hoje, o artesanato é tido por muitos como algo mais tradicional, por vezes antiquado, e que ao ser submetido a qualquer alteração descaracteriza-se. E, realmente, talvez a utilização de técnicas contemporâneas modifique a identidade da tradicional produção. Contudo, tal ação, por vezes, garante a melhoria de processos e a modificação estética que irá adequar o produto artesanal ao atual mercado consumidor. Por este ângulo, Leite acrescenta que ao manter “[...] rigidamente os lastros culturais mais tradicionais de sua “arte de fazer”, os artesãos asseguram os nexos simbólicos constitutivos do seu ofício, mas arriscam-se a se desconectar do mercado, [...]” (LEITE, 2005, p. 30) e, assim, o artesanato possa vir a desaparecer com o passar dos anos.

Como foi exposto, o artesanato que remete a identidades e culturas locais, nos dias presentes, também caracteriza-se como item de consumo para manter sua existência, assim satisfazendo aos desejos de consumo da atual sociedade. A seguir, trataremos do consumo e de seus contemporâneos contornos, para após realizamos a análise de como o artesanato comporta-se no mundo capitalista digitalmente conectado.

Consumo: o individualismo e os bens de nicho

Na contemporaneidade, nas mais diversas sociedades, vive-se uma cultura essencialmente marcada pelo consumo. O sociólogo polonês Zygmunt Bauman afirma que “a sociedade pós-moderna envolve seus membros primariamente em sua condição de consumidores, e não de produtores” (BAUMAN, 2001, p. 90). Muitos estudos acadêmicos trazem que consumir consiste em efetivamente existir socialmente.

O consumo apresenta grande importância nos processos culturais e de socialização, afinal, é por meio dele que as pessoas inserem-se na sociedade. Ao consumir determinado item juntamente adquire-se todos os valores atribuídos a ele pela própria indústria e sociedade. Nesta lógica, o autor Baudrillard complementa ao expor que:

Nunca se consome o objeto em si, os objetos manipulam-se sempre como signos que distinguem o indivíduo, quer filiando-o no próprio grupo tomado como referência ideal quer demarcando-o do respectivo grupo por referência a um grupo de estatuto superior. (BAUDRILLARD, 2003, p. 66)

Outro aspecto importante do atual consumo é o fato dele ser cada vez mais baseado no individualismo, em que os sujeitos (seres autônomos, livres das pressões sociais) prevalecem sobre a sociedade (DUMONTM, 1972). Neste sentido, a identidade se forma a partir de uma relação de superioridade sobre os demais membros de um corpo social. Conforme pontua Campbell (2001), o centro de tudo seria o indivíduo enquanto ser único, que reúne em si mesmo um singular universo de emoção e criatividade, no qual ele cria suas próprias realidades e vontades de querer algo novo, ainda não desejado. As singularidades manifestam-se por intermédio dos gostos, estes que estabelecem a particularidade de cada indivíduo, que não é encontrada em mais ninguém. (CAMPBELL, 2006).

Em uma conjuntura mercadológica, o consumidor com perfil individualista constitui o chamado mercado de nicho. O estudioso Chris Anderson (2006) trata dele, e de sua característica super segmentação, na Teoria da Cauda Longa. Para Anderson, vivemos no mercado de variedades, onde graças a internet a escolha de produtos para consumo é infinita. A Cauda Longa acontece quando ocorre muita oferta de itens de

nicho (singulares) em pequenas quantidades, se contrapondo ao movimento da economia de massa tradicional que apresenta pouca variedade de produtos que vendem muito (*hits*).

Com a internet, além de se ter acesso a novas formas de distribuição e produção, observa-se mais facilmente a ação e a reação humana com relação ao consumo de bens. A “ostentação” da compra de itens de nicho, produtos tão singulares quanto seus donos, ocorre, para que todos vejam, nas populares redes sociais. Nelas, o consumo individualista de itens como o artesanato, exclusivos e únicos, acontece de forma ampliada.

Frente ao que foi explanado neste capítulo, agora, com foco no interesse deste trabalho, que é observar o consumo do artesanato no âmbito da internet, partiremos para a análise.

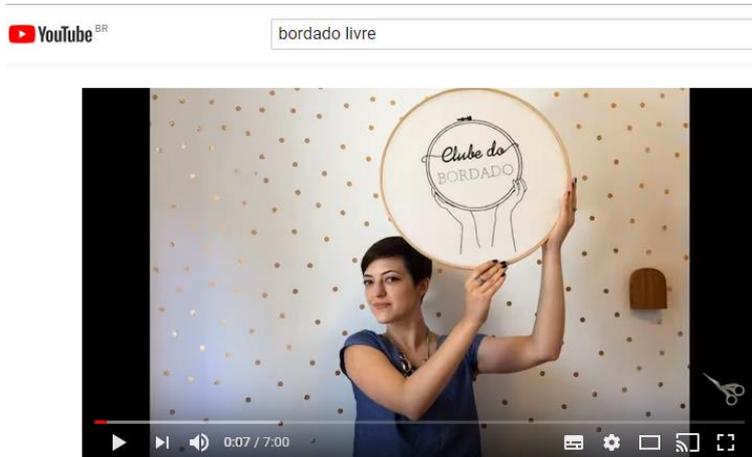
Análise

A atividade artesanal é historicamente valorizada pelo mercado capitalista por produzir itens diferenciados, que retratam a procedência, identidade e história do povo que os produz (DINIZ & DINIZ, 2007). O artesanato sempre teve um relevante caráter cultural, sendo considerado um patrimônio que deve ser explorado com responsabilidade e protegido. O autor Barroso menciona esta questão, em suas palavras, a pessoa que adquire um item artesanal “está comprando também um pouco de história. Nem que seja a sua própria história de viagens e descobertas” (Barroso, 2002, p. 10).

Contudo, com as atuais relações estabelecidas digitalmente nota-se uma mudança na conjuntura apresentada acima. O consumo do artesanato, enquanto objeto e atividade, tem modificado-se significativamente. A internet, através de seu amplo alcance, vem possibilitando que técnicas artesanais características de uma região possam ser aprendidas por pessoas de todas as partes do mundo, seja mediante a um simples tutorial disponibilizado no Youtube (figura 1) ou a uma “live” (figura 2) da rede social Instagram. Nestes tutoriais, tratados pelos usuários da rede como “passo a passo” ou DIY (*do-it-yourself*), geralmente não existe uma narrativa que traga um resgate histórico ou uma preocupação em explorar conscientemente a técnica que será ensinada.

Pois o objetivo maior deles consiste em apenas compartilhar as técnicas de forma prática, fácil e acessível.

Figura 1 - Tutorial do Youtube sobre a técnica de bordado livre em bastidor.



Tutorial #1 Materiais de bordado: Agulhas, bastidores e tecidos

Fonte: www.youtube.com/clubedobordado, 2018.

Os tutoriais têm chamado a atenção dos consumidores mais individualistas por eles assegurarem a produção de itens singulares, garantidamente exclusivos devido a sua natureza manual, não passível de reprodução fabril. Se antes o trabalho artesanal exigia um produtor calmo e com o olhar atento a sua minuciosa produção, agora com os tutoriais tal atividade é realizada por alguém que divide a sua atenção entre a tela de um computador (ou *smarthphone*) e o item que está sendo confeccionado. Durante a elaboração manual do item, o consumidor das técnicas artesanais sente-se importante, pois vê, mesmo antes da finalização do item, seu potencial individual para produzir um objeto artisticamente único. Alguns artesãos que comercializam técnicas artesanais nas redes sociais incentivam que outros usuários divulguem suas peças. Ao utilizar este simples convite como estratégia de relacionamento com seus seguidores e possíveis clientes, eles demonstram conhecer e compartilhar dessa necessidade que o novo consumidor tem de exibir suas singulares produções (figura 2 e 3).

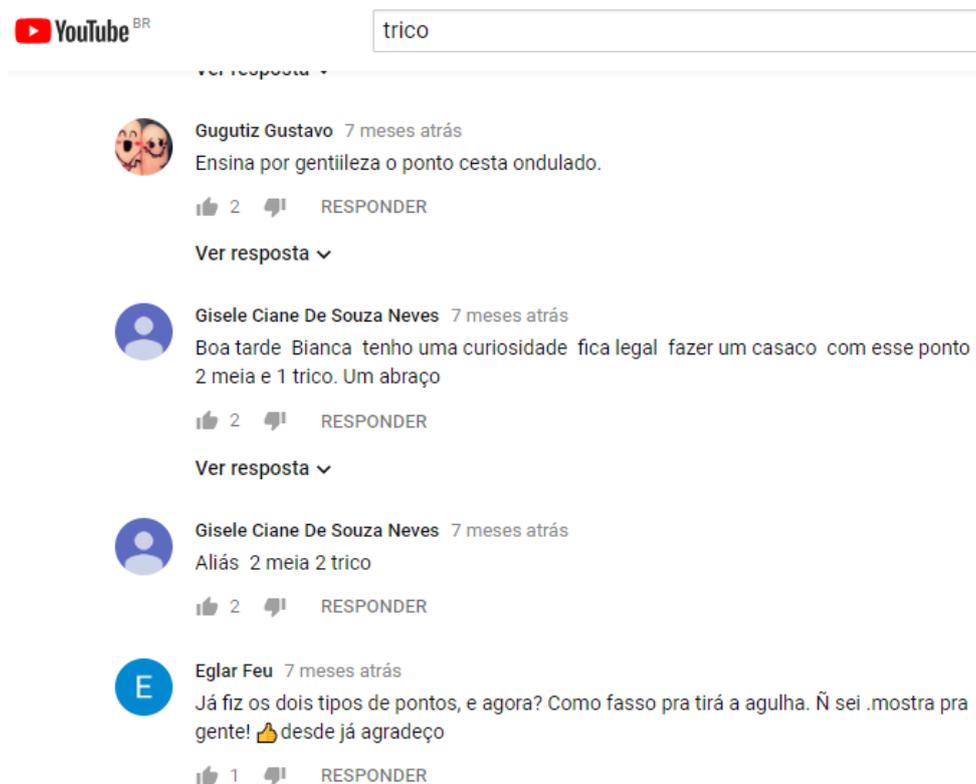
Figura 2 e 3 - Postagens que fazem referência aos tutoriais que ocorrem nas lives.



Fonte: www.instagram.com/sandaloechedro, 2018.

A habilidade artesanal, antes baseada em uma experiência vivida e passada por gerações de uma mesma família, na atualidade tem a sua continuidade garantida em escala global. Nas postagens de vídeos tutoriais, usuários de todas as partes do mundo conversam entre si nos comentários, acabam debatendo sobre outros estilos de confecção, compartilhando dúvidas e consumindo novas formas de aprendizado (figura 4). Na rede, percebe-se que os vínculos afetivos e as trocas simbólicas que sempre ocorreram durante a atividade artesanal não deixaram de existir, apenas tornaram-se diferentes, parecem mais imediatistas e não tão preocupados em manter tradições e técnicas históricas e/ou familiares.

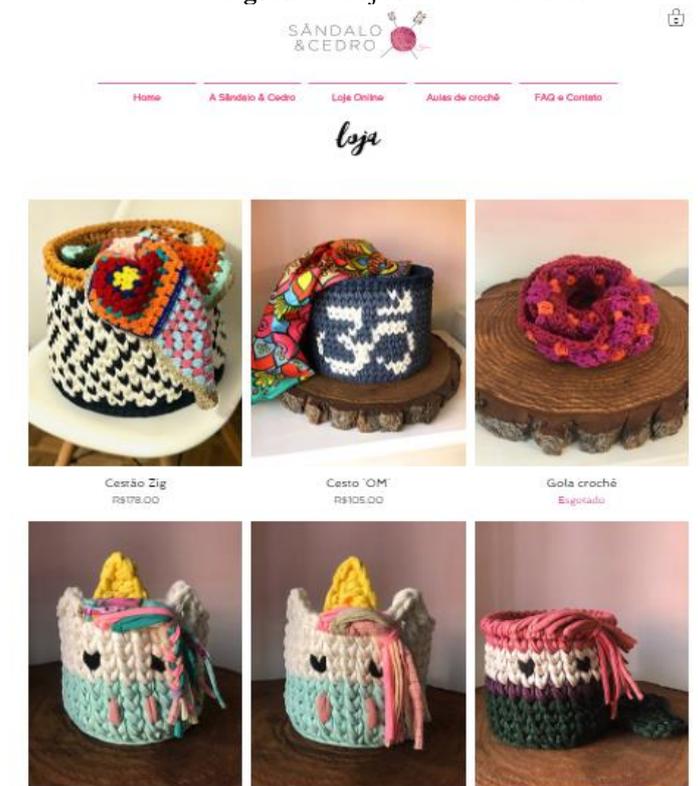
Figura 4 - Bloco de comentários em um tutorial de tricô do Youtube.



Fonte: youtube.com/BiancaSchultzTV, 2018.

Para as pessoas que não objetivam aprender técnicas artesanais, mas apenas adquirir os produtos únicos provenientes delas, compras podem ser realizadas pela internet com os mesmos artesãos que compartilham e/ou comercializam os tutoriais. Durante este processo de aquisição, outrora realizado pessoalmente com artesãos locais, a compra do item acontece pelas lojas *on-line*, conforme figura 5, em poucos cliques, com cartões de crédito, e sem ao menos o consumidor precisa sair de casa. Caso o cliente queira customizar as peças artesanais, deixando-a mais única, encomendas são aceitas, afinal a atividade artesanal, por não ser mecanizada, pode ser integralmente singularizada. Do acesso à técnica até a compra, tudo é realizado digitalmente, bem diferente do que tradicionalmente acontecia ao se consumir peças artesanais.

Figura 5 - Loja online de artesãos.



Fonte: <https://www.sandaloechedro.com/>, 2018.

Não obstante, a internet é tida como um espaço privilegiado para a exposição e coleção de gostos íntimos referentes ao universo artesanal. Em algumas redes sociais, em específico o Pinterest, produtos e referências artesanais são costumeiramente “pinados” (copiados e arquivados em murais eletrônicos, conforme figura 6). A partir da construção minuciosa destes murais observa-se que há a elaboração de uma espécie de narrativa de si para os demais usuários, que acompanham tudo de seus próprios perfis do Pinterest. O comportamento de consumo que se estabelece é essencialmente contemplativa, virtual e marcadamente ilusório, pois a posse efetiva do bem artesanal não acontece.

Quando emerge no mundo contemporâneo a necessidade de se adquirir bens que possuam como característica a contraposição ao industrial, que é produzido em larga escala (*hits*), surge o desejo e maior procura por produtos e atividades artesanais. Na atualidade, a internet e suas redes aparecem como ferramentas que tornam acessível o universo particular dos itens de nicho, representado neste trabalho pelo artesanato. Neste contexto, através dos tutoriais e encomendas de produtos artesanais, notou-se que a identidade das pessoas e a dos objetos não constituem processos isolados, havendo na verdade uma co-construção, em que pessoas e objetos se atribuem valores e significados. Ainda, percebeu-se que o consumo de bens únicos pode acontecer apenas de forma contemplativo e exibicionista, sem a efetiva posse física.

Por fim,, verificou-se que o artesanato, produto e exercício, não está mais unicamente ligado as suas originárias funções culturais e familiares. Com a nova ordem de consumo individualista e a internet, promovendo e difundindo itens de nicho, o artesanato transformou-se. Neste processo, indivíduo e artesanato passaram a ser vinculados após o consumo, um torna-se o resultado do outro. Constatou-se que os bens, até mesmo os tradicionais artesanatos, são recontextualizados pelos indivíduos digitalmente conectados a partir de suas utilizações e necessidades particulares.

Referências

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. São Paulo: Jorge Zahar, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70 Editora, 2003

BIANCA SCHULTZ. Disponível em: <https://www.youtube.com/BiancaSchultzTV>. Acesso em: 28/05/2018.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

_____. “Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno”. In: BARBOSA, Livia & CAMPBELL, Colin (Orgs.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

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

CLUBE DO BORDADO. Disponível em: <https://www.youtube.com/clubedobordado>. Acesso em: 01/06/2018.

D'ÁVILA, José Silveira. "O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea". In: RIBEIRO, Berta et al (Org.). **O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: Funarte, 1983.

DIGBY, S. **Export industries and handicraft production under the Sultans of Kashmir**. Indian Economic and Social History Review [S.I.], 2007.

DINIZ, M. B.; DINIZ, M. J. T. **Arranjo produtivo do artesanato na Região Metropolitana de Belém: uma caracterização empírica**. Novos Cadernos NAEA. v.10, n.2 . 2007.

DUMONT, Louis. **Homo hierarchicus**. Paris: Gallimard, 1972.

LAMPEN, A. "Handcraft in Europe". **From the late Middle Ages to the early modern period**. Zeitschrift Fur Historische Forschung, no 4, pp. 595-598.

LEITE, Rogério Proença. **Modos de vida e produção artesanal: entre preservar e consumir**. São Paulo: Central Artesol, 2005.

LIMA, Ricardo Gomes. "Artesanato e arte popular: duas faces de uma mesma moeda". http://www.cnfcp.gov.br/pdf/Artesanato/Artesanato_e_Arte_Pop/CNFPC_Artesanato_Arte_Popular_Gomes_Lima.pdf. Acessado em 21/04/2018.

PORTAL BRASIL. "Artesanato contribui com desenvolvimento do turismo no país". <http://www.brasil.gov.br/turismo/2015/03/artesanato-contribui-com-o-desenvolvimento-do-turismo-no-pais>. Acessado em 18/04/2018.

PEREIRA, C. J. C. **Artesanato: definições, evolução e ação do Ministério do Trabalho; o programa nacional de desenvolvimento do artesanato**. Brasília, MTB: 1979.

SÂNDALO E CEDRO. Disponível em: <https://www.instagram.com/sandalocedro>. Acesso em: 01/05/2018.