

Além do barro: tensões simbólicas e negócios numa comunidade artesã¹

Marcio Sá (UFPB)²

A “economia do artesanato” (Keller, 2014) é atividade presente no cotidiano de diversas localidades que se dedicam a produção e comercialização de produtos gerados a partir de saberes populares geralmente transmitidos de geração para geração. Seus condicionantes socioculturais, em particular no que se referem aos vínculos com as culturas populares e aos simbolismos indissociáveis desse tipo de negócio (Canclini, 1983), as permanências e as transformações mais recentes em tal atividade, bem como nos seus protagonistas, se mostram como desafio à pesquisa social periférica contemporânea.

Aqui se procura enfrentar tal desafio por meio da apresentação de resultados de uma pesquisa que tomou como campo empírico a comunidade artesã do Alto do Moura, Caruaru-PE. De início é importante registrar que o modo de observar tal comunidade procura fugir de dois extremos: tomá-la como algo singular, único ou pitoresco (procurando se distanciar de qualquer tipo de fundamentalismo local, regionalismo ou culturalismo); homogeneizar suas dinâmicas internas de mudanças e continuidades por meio de uma abordagem generalista (procurando não sucumbir perante qualquer tipo de totalitarismo universalista, de replicação de explicação prévia de “grande teoria”, por exemplo) (Sá, 2020).

O principal público de interesse foi constituído pelos artesãos-proprietários de oficinas-lojas (em sua maioria conjugadas as suas casas) e demais proprietários de um pequeno negócio de outra natureza (lanchonete, restaurantes populares, mercadinhos, salão de beleza etc.) que se identificam como membros da comunidade artesã do Alto do Moura. A questão que se persegue neste trabalho é: como aspectos simbólicos de uma atividade econômica como o artesanato tensionam diversos aspectos constitutivos de um ambiente de negócios localizado?

A inspiração teórica parte da convicção na fertilidade do legado de Pierre Bourdieu para a compreensão da dimensão sociocultural da economia (Swedberg, 2011; Garcia-Parpet, 2013), aqui em particular do seu componente simbólico. Desse modo, acredita-se que este trabalho pode contribuir com o GT Sociedade e Vida Econômica tanto por sua abordagem teórica quanto por sua temática (uma atividade econômica em risco).

¹ 44º Encontro Anual da ANPOCS, GT40 - Sociedade e Vida Econômica, dezembro de 2020. Comunicação que apresenta trabalho ainda “em progressão”.

² Professor-pesquisador do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal da Paraíba, marciodesa@gmail.com.

Em termos metodológicos, a maior parte das frentes investigativas empíricas foram levadas adiante entre o segundo semestre de 2017 e o primeiro de 2019, norteadas pelo pluralismo metodológico bourdieusiano (Bourdieu, 1989; Bourdieu e Wacquant, 1992) e empreendidas em equipe sob minha coordenação³.

As principais atividades realizadas foram entrevistas semiestruturadas, guiadas por roteiros específicos, com 5 formadores de opinião, 20 artesãos-proprietários de lojas-oficinas e 11 proprietários de outros negócios na comunidade artesã; clipping de notícias, principalmente na mídia local; observações de caráter etnográfico e notas de campo gerais, com foco na dinâmica das lojas-oficinas de 14 artesãos-proprietários (selecionados dentre os 20 entrevistados) e também nas reuniões ordinárias-mensais da Associação de Artesãos em Barro e Moradores do Alto do Moura (Abmam); fotografias; 3 grupos focais, sendo um com membros da diretoria da Abmam, outro com lideranças e integrantes do Grupo Flor do Barro (coletivo de artesãs que se propõe a resgatar a tradição da produção local) e com jovens artesãos, entre 20 e 40 anos, que enfrentam dificuldades em seguir na atividade.

1. A atividade, a comunidade e a noção de negócio periférico

O Programa do Artesanato Brasileiro (PAB) caracteriza a atividade como um tipo de ofício manual e criativo, realizado por indivíduos que incorporaram a habilidade técnica necessária e a ele atribuem valor cultural e econômico. O referido Programa declara procurar fortalecê-la como forma de geração de renda e viabilizar o acesso da produção artesanal a novos mercados. Em 2010, estimava-se que 8,5 milhões de artesãos atuavam no país, então representando aproximadamente 3% do Produto Interno Bruto (Pib) nacional, tendo movimentado cerca de R\$ 28 bilhões em negócios (BRASIL, 2013).

Ainda no âmbito nacional, o artesanato se mostra mais recorrente entre os membros das camadas sociais mais populares, em espaços domésticos de regiões rurais ou historicamente vinculadas a comunidades indígenas, como ocupação de mulheres, crianças ou adolescentes, entre pessoas com poucos anos de estudo formal e sem outras possibilidades de obtenção de

³ No âmbito do projeto de pesquisa “A gente e o negócio do barro: dilemas e perspectivas para a comunidade artesã do Alto do Moura no século 21”, desenvolvido entre 2016 e 2019 ainda na UFPE e que teve seguimento em 2020, já no DCS-UFPB, sob o título de “Além do barro: tensões, negócios e trabalho na comunidade artesã do Alto do Moura-PE”. Registro meus agradecimentos a Jessica Rani Ferreira, Denise Souza, Shirley Kevilen, Tatiane Silva, Bárbara Leal, Maria Raíza Ferreira e Myrna Lorêto, pela colaboração em diversas etapas da pesquisa e no tratamento do material empírico do qual se nutre esta comunicação. Devo um agradecimento também à Facepe (Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco) pelo financiamento de uma bolsa Pibic ocupada por Bárbara entre agosto de 2017 e julho de 2018. É válido registrar que os interesses da pesquisa vão além do tema desta comunicação.

renda ou desempenho de atividade profissional. De modo geral, é visto como uma ocupação socialmente pouco valorizada, um complemento de renda ou mesmo um passatempo (Matos, 1998; Roriz, 2010; Nogueira, 2015).

A comunidade artesã do Alto do Moura não se distancia de tal caracterização. É possível encontrar na literatura estudos que indicam que sua região foi, séculos atrás, habitada por índios “kariris” que desde então já produziam peças de barro (jarras, potes, pratos, copos etc.) para fins utilitários (Lima, 2001). A transmissão do saber entre as gerações na primeira metade do século passado é principalmente creditado às “loizeiras”, mães de família que, enquanto os companheiros se ocupavam da agricultura, faziam tais tipos de peça para uso doméstico, partilhavam o ofício com a prole e, posteriormente, passaram a comercializar a produção na Feira de Caruaru⁴.

No entanto, o artesanato em barro se constituiu como principal fonte de renda e signo identitário do Alto do Moura a partir de Vitalino Pereira dos Santos (1909-1963), conhecido como Mestre Vitalino. Filho de uma das famílias humildes que moravam nas cercanias de onde hoje está localizado o núcleo habitacional do Alto do Moura, a ele é atribuída a origem da “arte figurativa” na localidade. Além dos animais que fazia para brincar, Vitalino passou a representar em barro cenas do cotidiano nordestino-interiorano de seu tempo, foi assim que surgiram peças como “os retirantes”, “o caçador de gato maracajá”, “o trio de forró pé-de-serra” etc. Tido por muitos como um “cronista em barro”, o Mestre teve e tem suas peças expostas em diversos museus e acervos de arte popular nacionais e internacionais.

Com a projeção nacional de Vitalino, em meados do século passado, foi forjada uma tradição de produção artesanal em barro local e o Alto do Moura passou a ser amplamente reconhecido como uma comunidade artesã, afinal, “o povo vinha muito procurar os bonecos de Vitalino, ele foi o começo de tudo aqui no Alto do Moura, ele foi o alicerce” (artesã-proprietária). Ou seja, muito se atribui ao seu legado o fato do Alto do Moura ser reconhecido por seu artesanato, uma vez que a maioria dos seus moradores passou a se dedicar ao ofício, quer seja no artesanato figurativo, na produção de peças utilitárias ou mesmo decorativas.

O Alto do Moura situa-se a cerca de sete quilômetros do centro urbano de Caruaru e apresentou, por décadas, características de um povoado rural habitado por poucas famílias.

⁴ A Feira de Caruaru, que ganhou fama ao ser cantada por Luiz Gonzaga (“A Feira de Caruaru, Faz gosto a gente vê. De tudo que há no mundo, Nela tem pra vende...”, letra de Onildo Almeida) Brasil e mundo a fora, é uma das mais conhecidas feiras livres do Nordeste e do Brasil. Até os anos oitenta do século passado acontecia na principal via comercial da cidade, a 15 de novembro, também conhecida por muito tempo como rua do comércio. Há relatos de que, por muitas décadas, as famílias de artesãos do Alto do Moura colocavam suas peças numa tábua e carregavam na cabeça por cerca de sete quilômetros para vendê-las na feira. Era comum que crianças acompanhassem os pais neste percurso.

Somente em 1980 o antigo povoado passou a ser designado como bairro, muito embora sua dinâmica cotidiana permanecesse mais próxima de outras zonas rurais do município. Foi recorrente entre diversos entrevistados relatos que reforçavam o comunitarismo e mesmo o acolhimento como características históricas locais. No entanto, no que se refere aos negócios, práticas de concorrência predatória têm crescido nas últimas décadas. Além da competição por clientes e vendas em si, também se mostram evidentes as disputas por reconhecimento como artesão (a discussão sobre ter ou não “nome” ou ser ou não “mestre”, tratada na seção seguinte ilustra este ponto) mesmo em meio ao declínio local da valorização do ofício, dentre outras tensões simbólicas.

Parte de tais tensões hoje instauradas na comunidade se associam à introdução de um novo modo de produção em série, com fôrmas, de bonecas denominadas baianas. Segundo entrevistados, este tipo de produção se alastrou na virada do século passado para este e, por um lado, permitiu que a comunidade continuasse a obter renda por meio do barro, afinal, a procura de tais bonecas pelos atravessadores (intermediários) é constante, por outro, tanto contribuiu para o declínio do número de artesãos dedicados à reprodução das peças mais tradicionais vinculadas à Vitalino quanto daqueles que se investem na produção autoral⁵.

Ainda hoje parte significativa da população local, do núcleo habitacional original, está associada de alguma forma à atividade, seja como artesão, intermediário, proprietário de outro negócio (que tem nos artesãos seus principais clientes) ou demais trabalhadores envolvidos no processo produtivo. Segundo estimativa da atual presidência, a Associação dos Artesãos em Barro e Moradores do Alto do Moura (Abmam) conta com 400 associados, desses, aproximadamente, 320 são artesãos e 80 moradores. Estima-se que hoje algo entre 1000 e 1500 pessoas estejam ligadas ao negócio do artesanato na comunidade (Sá et al, 2018, p. 03).

Entretanto, e em particular nas primeiras décadas deste século 21, tal tradição tem enfrentado desafios à sua continuidade como ofício-fonte de reconhecimento e atividade econômica. Para melhor compreender as unidades que compõem tal ambiente de negócios, foi esboçada, no âmbito da investigação maior da qual essa comunicação faz parte, a noção de negócio periférico:

Em termos preliminares, quando o termo “negócio periférico” é proferido, procura-se denominar uma forma de organização da atividade produtivo-comercial em contraponto à empresa convencional-central (que tem registro formal, estrutura hierárquica, contabilidade sistematizada, funcionários registrados, opera conforme a lógica

⁵ Maiores detalhes da trajetória histórica da comunidade, de Vitalino e dos seus seguidores, bem como de questões mais contemporâneas, podem ser acessados em trabalhos como Mello (1995), Rocha (2014), Martins (2019), ou ainda em publicações anteriores dessa mesma pesquisa: Sá et al (2018), Sá et al (2020a) e Souza et al (2020).

convencional capitalista contemporânea e, em maior ou menor grau, tem estrutura e funcionamento desvinculados da família etc.). A noção esboçada como instrumento de trabalho teórico-epistêmico é composta em nível abstrato pelas seguintes características: trajetória de vida do proprietário vinculada às classes populares; gestão por meio de saberes práticos incorporados (e não conhecimentos técnicos/especializados/legítimos); posição marginal no mercado em que se insere; informalidade, na contratação de trabalhadores por exemplo, e condições precárias de trabalho; intencionalidade mais voltada para a geração de renda/subsistência que para o crescimento e ganho de capital; e indissociabilidade/dificuldade para dissociar o proprietário e seus familiares do negócio. (Sá et al, 2020b, p. 4)

Muito embora tal noção se nutra de pesquisas anteriores também realizadas no Agreste pernambucano (Sá, 2018, 2019) e tenha indicado dimensões analíticas, o foco neste trabalho se volta para o componente simbólico associado ao conjunto de tais negócios e dos seus artesãos-proprietários.

2. Poder simbólico localizado e seus efeitos em diferentes níveis de análise

Todo e qualquer autor e seu legado, para ser utilizado da forma mais pertinente possível como inspiração e referência à criação científica em outras pesquisas, precisa ser submetido a um processo de apropriação seletiva e ressignificação localizada em função do contexto, fenômeno-objeto e interesses do pesquisador. É o esforço nesse sentido que orientou a pesquisa que dá suporte a esta comunicação.

A principal noção que inspira e norteia este trabalho é a de capital simbólico – utilizada e propagada a partir do legado teórico-epistemológico da sociologia bourdieusiana⁶ – enquanto um metacapital que permite direcionar o foco analítico para os efeitos simbólicos dos demais capitais (econômico, cultural e social).

O capital simbólico de um indivíduo (mas também de um grupo, de uma

⁶ “Muito embora um uso ortodoxo ou doutrinário (a repetição acrítica do seu modelo teórico) ainda aconteça no século 21, tanto o próprio Bourdieu (1989, 1991) registrou que seu trabalho científico não era algo a ser simplesmente replicado e que seus conceitos não deveriam ser acriticamente operacionalizados noutros contextos específicos. Para muitos com os quais concordamos (Lahire, 2003; Santoro, 2008), seu maior legado estaria na oferta de uma caixa de ferramentas, um modo de fazer pesquisa social, um *habitus* científico, para dizer nos seus termos (Bourdieu e Wacquant, 1992). Além dele próprio ter enfatizado suas noções centrais (*habitus*, campo ou capital) em diferentes estudos, a depender da especificidade do objeto construído (Bourdieu, 1991), o que realmente deveria governar a ação investigativa em sua epistemologia (Baranger, 2012), suas próprias definições de cada um dos termos variaram em alguns dos seus trabalhos, como bem aponta Lahire (2001), no caso da noção de campo, por exemplo. Robbins (2000) destaca que os “instrumentos de pensamento” bourdieusianos surgiram em função de problemas de pesquisa que ele precisou enfrentar, logo, o significado de seus conceitos está associado a tais enfrentamentos (Wacquant, 2006) e contextos de uso, o que demanda aos pesquisadores que se inspiram em tais instrumentos um esforço de ressignificação conforme os objetos que elaboram, nos contextos específicos nos quais estes são estudados. Santoro (2008), além de reiterar a visão de Wacquant (1992) de que o maior legado do sociólogo francês foi seu *modus operandi* e não o *opus operatum* de suas pesquisas, destaca que a riqueza do uso da sociologia bourdieusiana está em “pensar com e contra Bourdieu”, ou seja, fazer um uso aberto e criativo de sua obra” (Martins, Sá e Souza, 2020, p. 3). Tal interpretação do legado bourdieusiano pode ser encontrada em Sá (2015, 2018).

instituição, de um país, etc.) é definido pelo ‘olhar’ depositado (o ‘valor’ dado) pelo resto da sociedade sobre esse indivíduo (e, respectivamente, sobre esse grupo, essa instituição, esse país). Há, portanto, uma dimensão intrinsecamente mais concreta, que corresponde ao fato de ser ‘reconhecido’ e ‘valorizado’ (‘considerado’, ‘apreciado’, ‘amado’, etc.). Tal reconhecimento assume formas mais ou menos institucionalizadas [...]. A exposição midiática está, por exemplo, na origem de formas particulares de capital simbólico que erigem indivíduos em personalidades públicas [...]. No lado oposto, a discriminação ou a estigmatização [...] são fontes de diversas formas de opressão que fortalecem os efeitos de dotações inferiores nas três precedentes espécies de capital. (Lebaron, 2017, p. 102-3)

Saint Martin (2010, p. 10) recupera uma fala de Bourdieu, em colóquio de 1994, no qual ele próprio esclarece que se trata de:

um capital com base cognitiva que se apoia no conhecimento (não intelectual, mas num domínio prático, um senso prático). Qualquer propriedade [...], qualquer diferença pode tornar-se capital simbólico, distinção, se a distinção *make sense*, ‘adquire sentido’ para as pessoas que dispõem de categorias de percepção para apreendê-la (Bourdieu, 2007, p. 388). E, em seguida, sublinhava que, em seu entender, capital simbólico é algo ‘melhor que prestígio, o qual destrói, pela banalização, o que ele designa; inclusive, melhor que carisma porque ele tem a ideia de que, sob certas condições, o capital simbólico pode ser uma importante fonte de ganhos’. ‘É algo da honra, da posição, da diferença que existe para alguém que é capaz de fazer diferenças.

Quando aqui se fala em capital ou poder simbólico e seus efeitos em diferentes níveis de análise observa que, quando uma atividade econômica e as unidades de negócios periféricos que nela se configuram são fortemente vinculados ao simbólico, ou seja, quando tais negócios são permeados por signos que simbolizam poder entre aqueles que numa comunidade-campo se engajam, bem como para além dela, há efeitos que podem ou não vir a serem transferíveis, de uma geração para outra por exemplo, ou mesmo conversíveis.

O argumento que se procura fortalecer com trechos do material empírico, a seguir reconfigurados em três temas, é que: não dispendo de modo comunitário e amplo do poder simbólico que ainda hoje acreditam estar associado à atividade, quando analisados em termos de coletividade, os artesãos não conseguem promover o desenvolvimento dos negócios locais como parte significativa deles acredita merecer (ou mesmo como um analista externo pode vir a constatar), apresentam dificuldades recorrentes no relacionamento com o poder público municipal, podendo tais dificuldades estarem associadas à autoimagem que alimentam de si (por se atribuírem um valor mais elevado do que de fato é reconhecido na contemporaneidade), e acabam por servir a interesses diversos dos anseios individuais ou comunitários, em particular no que se refere aos interesses de diferentes agentes externos quando estes demandam ou precisam recorrer à imagem, aos personagens e à história comunitária.

Questões de reconhecimento na comunidade (tema 1)

Mesmo que artesãos dos mais renomados venham enfrentando dificuldades nos últimos anos para comercialização de suas peças por preços que considerem razoáveis, o reconhecimento tende a ser decisivo no negócio, um dos artesãos entrevistados foi taxativo: “quem tem nome vende muito”. Um dos modos locais de legitimação da distinção da força de um “nome” é o tratamento como mestre. É recorrente surgir o assunto nas falas de parte dos entrevistados, porém com diferentes pontos de vista. Alguns apenas reconhecem como mestre o próprio Vitalino, usa-se a justificativa que quase todos na comunidade teriam sido discípulos diretos ou indiretos dele (“o único que deveria receber o título seria Vitalino, pois o resto é aprendiz dele”). Há outros que reconhecem apenas aqueles poucos que hoje, ainda em vida, possuem maior visibilidade externa e interna. E há ainda quem alimente esperanças de alcançar tal condição, quer externando ou não tal anseio, uma vez que “os mestres tão indo embora, e o barro vai ficar como? Não vai ter mais mestre?”.

Muito embora tal “titulação” não decorra de um procedimento objetivo e pré-definido, mas sim de um conjunto de aspectos objetivos e intersubjetivos de reconhecimento social ou, em poucos casos, mesmo governamental (o mais valioso, em termos institucionais, é receber o título de Patrimônio Vivo do estado⁷). Mas para alguns, em diversas ocasiões, “a seleção é sempre dos mesmos, as vezes a gente cansa de tanto que tenta chegar lá e não consegue”.

Com a emergência da produção de bonecas em série na comunidade, parte dos artesãos locais passou a denominar, geralmente de modo pejorativo, quem somente faz tais peças de “bonequeiros”. Justifica-se dizendo que os “bonequeiros” não podem ser considerados artesãos

⁷ “Pernambuco foi o primeiro estado brasileiro a instituir, no âmbito da Administração Pública, o Registro do Patrimônio Vivo, que reconhece e gratifica com uma pensão vitalícia mensal representantes da cultura popular e tradicional do Estado. A Lei do Registro do Patrimônio Vivo (Lei nº 12.196, de 2 de maio de 2002) tem como objetivo preservar as manifestações populares e tradicionais da cultura pernambucana, assim como permitir que os artistas repassem seus conhecimentos às novas gerações de alunos e aprendizes. A seleção dos contemplados é realizada através de um processo de candidatura por indicação de entidades culturais e órgãos governamentais e da avaliação do Conselho Estadual de Cultura (CEC). Os agraciados assumem a missão de transmitir os seus conhecimentos a alunos e aprendizes em programas de ensino e aprendizagem. Para concorrer os candidatos devem ser brasileiros, residentes em Pernambuco há mais de 20 (vinte) anos; comprovar participação em atividades culturais há mais de 20 anos anteriores à data do pedido de inscrição; estar capacitados a transmitir seus conhecimentos ou técnicas a alunos e aprendizes. De acordo com a lei, a cada ano devem ser registrados como Patrimônio Vivo três novos nomes até o ano de 2021 (60 representantes). Como o processo de escolha só foi iniciado em 2005, em janeiro de 2006 o título foi entregue a 12 representantes, o que corresponde ao período retroativo à criação da lei (2002). De acordo com a Lei será concedida uma bolsa vitalícia para pessoas físicas e para grupo”. (Disponível em: http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com_content&view=article&id=607&Itemid=195. Acesso em 12/11/2020). Entretanto, é válido registrar que entre os artesãos do Alto do Moura, apenas o Mestre Manuel Eudócio recebeu tal honraria.

se somente fazem partes de certos tipos de peças. Tal diferenciação também é explicitada em declarações como a seguinte: “nas bonecas você morre de trabalhar e não ganha nome”. O que fica implícito é o juízo de valor que “qualquer um” pode fazer, ou seja, não é preciso ser um artesão talentoso para tal.

As memórias do tempo no qual os mais antigos vendiam suas peças na Feira de Caruaru também apontam no sentido que, para muitos, “a melhor coisa em se trabalhar com o barro é o reconhecimento”. Um dos entrevistados nos relatou que quando vendia em frente à Igreja da Conceição (por volta dos anos sessenta/setenta do século passado), dava para ver a alegria no semblante das pessoas ao verem as peças que ele fazia. Mas para ele, atualmente não é mais assim, as pessoas se prendem mais ao mundo tecnológico.

Apesar disso, “o dinheiro é bom, mas o reconhecimento é melhor” é uma máxima recorrente entre parte dos artesãos. Ouvimos depoimentos sobre a realização quando um cliente elogia sua peça, ou quando outra é selecionada para exibição em eventos como a Fenearte⁸, ou ainda quando tem seu trabalho premiado em concursos – é recorrente entre os que circulam em tais meios ter emoldurados e expostos em suas lojas-oficinas os certificados que recebem de participações em feiras e premiações.

Aqueles que conseguiram construir “um nome” desfrutam de alguma notoriedade e disso se alimentam subjetivamente. Um dos artesãos do Alto do Moura – que expõe seu trabalho no principal corredor situado logo na entrada da Fenearte (na “Alameda dos Mestres”), em espaço reservado e oferecido pela organização do evento – nos disse frequentar a Fenearte há 18 anos e sentir-se valorizado em estar lá ao lado de outros mestres.

Por outro lado, “a maioria não tem um nome que [possibilite] vender suas peças com o preço justo”, não são poucos os relatos de membros da comunidade que já desistiram, pensaram ou ainda pensam em desistir do negócio em decorrência da dificuldade de obtenção de uma renda satisfatória por meio dele. O poder de barganha e definição de preços da parte dos atravessadores, a diminuição no fluxo de turistas e colecionadores (público disposto a pagar melhores valores pela produção local), bem como a concorrência predatória dos pares são os motivos mais apontados para isso. Muitos se sentem “sem força para bater de frente com o

⁸ “Considerada a maior feira de artesanato da América Latina, a Fenearte é realizada, no Centro de Convenções de Pernambuco. Durante os 12 dias, as mais surpreendentes criações artesanais do Brasil e do mundo podem ser encontradas no evento.” (Disponível em: <http://www.fenearte.pe.gov.br/>. Acesso em: 16/11/2020). Uma de nossas entrevistadas assim se expressou sobre o fato de ter tido uma peça selecionada para exposição na feira: “Ave Maria, acho que se tivesse me dado o dinheiro eu dizia: não, só o nome lá já tava bom. [...] Mas é mesmo, é emocionante, quando eu fiz e quando eu vi as peças de todo mundo lá e a minha ali, eu ainda tinha uma esperança por ela ser diferente, mas mesmo assim não acreditava muito não, quando eu vi minha peça saí gritando: minha peça tá na Fenearte, botei no grupo da família, é o reconhecimento do seu trabalho, é muito bom.”.

atravessador, porque ele chega e diz ‘eu só dou cinco nessa peça, não dou mais’, ‘então não vou mais fazer essa peça não’, poderia fazer outra, mas isso não acontece”. Aos olhos de uma entrevistada, “não acontece porque na maioria das vezes o artesão não sabe valorizar o seu próprio trabalho”, ainda para ela, “a valorização tem que vir pelo próprio artesão. O artesão não dá valor ao seu trabalho e coloca o preço lá embaixo”.

Outra questão importante é a originalidade, um dos formadores de opinião entrevistado afirmou que “a maioria não cria, repete, reproduz”, o que tende a diminuir a recompensa simbólica em suas duas dimensões íntima e social. Mesmo em tensão, a capacidade de fazer peças criativas e originais ainda estaria por trás tanto da valorização que se pode alcançar junto ao público em geral (que muitas vezes se traduz no valor que estão dispostos a pagar por uma peça diferente e bem feita), quanto na ainda vigente disputa interna e velada (principalmente aos olhos do observador externo) com os demais artesãos para se construir “um nome”.

Um dos membros da comunidade que levava adiante num negócio de outra natureza reclamou que “o atravessador criou uma imagem do artesão, de que ele necessita vender a qualquer custo, ele chega e compra ao preço que quiser porque ele tem que vender de todo jeito”. Segundo ele, se tivesse oportunidade voltaria ao artesanato, mas “é muito difícil chegar lá [ganhar bem ‘na arte’, segundo ele], se conta nos dedos quem tem essa valorização dentro do Alto do Moura”. Apesar disso, também há artesãos-proprietários que afirmam ter bom relacionamento com os atravessadores (talvez por possuírem maior poder de barganha) e estar satisfeitos em vender parte significativa de sua produção para eles.

Em síntese, o que aqui se procurou demonstrar foi o papel do reconhecimento na distinção social que tensiona os artesãos-proprietários e seus negócios, principalmente a partir da virada do século, quando teve início a produção em série de bonecas, algo que diferenciou a competência técnica no ofício entre os que somente podem reproduzi-las e os demais, artesãos que “tem nome” ou que diferenciam uns aos outros em função disso.

A lógica por trás das homenagens e outros modos de apropriação (tema 2)

A apropriação e o uso simbólico do artesanato e dos artesãos do Alto do Moura, por agentes externos à comunidade, segue em voga desde os tempos de Vitalino. A visibilidade por ele alcançada repercutiu no interesse externo e na constituição da identidade do Alto do Moura ao longo da segunda metade do século passado. Mas há também outra face desta fama nacional que se fez notar, ao comentar sobre sua estada no Rio de Janeiro em 1960, Mello (1995, p. 221, grifo do autor) aponta que “sob o manto da homenagem, muitos interesses menos nobres se

esconderam. Vitalino alavancou a promoção de vários eventos que serviram de palco para o exibicionismo pessoal de políticos, artistas e figuras da assim chamada *alta sociedade* do Rio”.

Quer seja revestida “sob o manto da homenagem”, quer se dê por iniciativas regidas por outros interesses, passadas algumas décadas desde então, alguns exemplos já neste século 21 servem para ilustrar como o fenômeno acima toma novas vestes em diferentes manifestações. Em novembro de 2008, o então presidente Lula fez uma visita oficial ao Vaticano e levou como presente para o Papa Bento XVI uma peça “Retirantes” de Mestre Manuel Eudócio (1931-2016)⁹, discípulo direto mais próspero de Vitalino, que tinha recebido em 2002 o título de Patrimônio Vivo de Pernambuco e era visitado por políticos influentes no plano estadual/nacional, tendo um ex-governador e senador como colecionador do seu trabalho. Já no espetáculo de encerramento das Olimpíadas Rio-2016, os “bonecos de Vitalino” foram representados por dançarinos caracterizados como cangaceiros vestidos em cor de barro cru¹⁰. Depois de ter recebido as mais diversas homenagens em vida, Manuel Eudócio foi escolhido como homenageado na 18ª edição da Feira Nacional de Negócios de Artesanato (Fenearte-2017) e em 21/06/2017 governador do estado, primeira-dama e vice-governador receberam os herdeiros do prestigiado artesão no Palácio das Princesas (sede do governo estadual)¹¹.

Em Caruaru, Vitalino – que morreu de varíola, isolado e sem assistência médica digna – ironicamente virou nome de hospital, mas não somente. Seu nome também é cedido para avenida, restaurante, mercadinho, auditório etc. Para um dos formadores de opinião entrevistado, há uma “utilização da fama de Vitalino em prol de benefícios não para aquela comunidade... Eu acho que seu nome tem dado muito mais à cidade do que ela tem dado para o Alto do Moura e para a família Vitalino”.

Tal lógica também se projeta para a geração seguinte, Marliete Rodrigues (sobrinha de Manuel Eudócio e filha de Zé Caboclo, outro dos discípulos diretos de Vitalino) foi escolhida como homenageada dos festejos do São João de Caruaru, em 2016. De algum modo, os expoentes e o artesanato do Alto do Moura ainda atraem interesses de membros da elite local e estadual, bem como servem como símbolo da nação em situações internacionais.

⁹ A informação e seu registro fotográfico ainda se encontram disponíveis em: <https://babeldasartes.wordpress.com/tag/alto-do-moura/>. Acesso em: 10/11/2020.

¹⁰ A informação e seu registro fotográfico ainda se encontram disponíveis em: <https://www.assessorn.com/2016/08/musica-e-arte-nordestinas-no-espetaculo.html>. Acesso em: 10/11/2020.

¹¹ A informação e seu registro fotográfico ainda se encontram disponíveis em: <http://www.robsonsampaio.com.br/paulo-e-ana-luiza-recebem-filhos-de-eudocio-grande-homenageado-da-18a-feira-nacional-de-negocios-do-artesanato-fenearte/>. Acesso em: 10/11/2020.

No cotidiano das famílias de mais renome no bairro é comum o assédio dos meios de comunicação para reportagens, de produtores culturais para a realização de eventos e de políticos para a obtenção de apoio e votos, até mesmo instituições de apoio à atividade se aproximam da comunidade e da associação. Se, por um lado, tais agentes geralmente obtinham o que desejavam em função do traço de acolhimento que também marca a comunidade historicamente, por outro, lá deixavam os artesãos do modo que haviam encontrado, com as mesmas carências e necessidades, sem políticas públicas específicas ou incentivos econômicos de médio e longo prazo para a continuidade da atividade.

Por um lado, as elites e demais agentes externos se apropriam e usam ainda hoje os principais ícones daquela comunidade artesã para autoafirmação identitária, promoção pessoal, projetos políticos e cordialidades diplomáticas, por outro, tal lógica alimenta uma “autoimagem comunitária” que destoa significativamente das condições de vida de grande parte de seus membros, reforça sua hierarquia interna (entre os membros das famílias homenageadas, que também se distinguem por meio de tal prática, e os demais) e não é canalizada de modo razoável para melhorias objetivas substantivas para a coletividade (na infraestrutura urbana, na escola, na valorização do negócio do artesanato e no posto médico, por exemplo).

Mesmo tanto tempo depois do estelato de Vitalino, é interessante observar que, apesar da tendência evidente de desvinculação objetiva da produção artesanal local daquilo que fez o Mestre fundador, o Alto do Moura ainda ocupe espaço midiático diferenciado e seja objeto de diversos modos de apropriação simbólica.

A autoimagem comunitária e a relação com o poder público local (tema 3)

Este tópico pode ser bem ilustrado por alguns depoimentos: “Caruaru hoje é o que é graças a Mestre Vitalino, porque essa maravilha que é a nossa arte foi que deu vida a Caruaru”, “o mais que deu nome a Caruaru se chama Alto do Moura, a terra de Vitalino”, ou ainda um terceiro no qual se atribui uma projeção internacional à grande referência local, “o nome de Vitalino é mundial, [e complementa se autovalorizando] mas se não tiver aquele responsável que segue a linha dele, vai cair”. Falas como essas tanto são recorrentes entre os entrevistados como servem para explicitar a “verdade autoevidente” (aquilo que Bourdieu chamada de *doxa*) partilhada entre eles. É possível avançar com a ideia de que uma autoimagem comunitária dissonante “para cima”, no sentido de expressar uma sobrevalorização em relação ao reconhecimento comunitário em si, se reflete em tais depoimentos e “faz a cabeça” de parte significativa dos seus membros. Tal autoimagem alimenta uma construção identitária que pode

ser elaborada nos seguintes termos: tanto o Alto do Moura não é um bairro como os demais quanto seus habitantes são diferentes dos demais caruaruenses, são artesãos. Em particular nas falas de membros das famílias mais tradicionais, quando se menciona “a arte”, percebemos que muitos dentre eles que se espelham na clássica figura do “artista”.

Um elemento importante que compõe essa construção está inscrito no portal situado na chegada do núcleo habitacional mais antigo e artesão do bairro: “Bem-vindos ao Alto do Moura: o maior Centro de Arte Figurativa das Américas”. Repete-se no bairro e na cidade que tal título foi atribuído à localidade pela Unesco. Mas um dos principais historiadores locais, então presidente do Instituto Histórico de Caruaru, em entrevista para essa pesquisa, assim polemizou tal dito: “eu sempre discordo da ideia do ‘maior centro de arte figurativa das Américas’, porque isso foi uma história paralela. [...] A Unesco nunca pensou nessa questão, dizer que é o maior centro de artesanato das Américas, é muita prepotência” (formador de opinião).

O importante aqui é registrar que tal ideia combina com um sentimento partilhado por muitos na comunidade que por vezes se explicita em frases como “se não fosse o Alto do Moura, o que é que o turista vinha buscar em Caruaru?”, ou ainda: “o Alto do Moura que deu nome a cidade, então era para ter mais atenção dos políticos”. Tal sentimento parece se somar a visões de pessoas que interagem com a comunidade: “a gente precisa, claro, do movimento interno da Associação, o movimento político, mas sobretudo uma política pública voltada exclusivamente para o Alto do Moura pela sua especificidade, isso aí é urgente, porque o poder público [municipal] também pode ter uma atuação importante e uma atuação inibidora desses atravessadores, que são os grandes ganhadores disso” (formador de opinião).

Uma discussão em uma das reuniões da Abmam talvez ajude ainda mais explicitar o que se intenciona destacar quando se recorre à ideia de dissonância na “autoimagem comunitária”. Uma convidada externa apresentava um estudo que havia feito sobre os artesãos da comunidade e partilhava que profissionais atuantes em órgão de fomento comentaram a dificuldade que enfrentam para receber bons projetos. Em reação a tal informação, membros da direção da associação disseram que “eles é que deveriam trazer projetos porque o Alto do Moura é diferenciado”, ou ainda: “eles têm que trazer para nós e dizer o que precisamos fazer, por que não vem alguém de lá para facilitar a vida do artesão? Eles têm mais competência do que nós artesãos sobre projeto. A gente só sabe fazer arte. Não é da nossa competência fazer projeto. Tem que vir de lá”. Em suma, o pensamento que prevaleceu foi que tais “órgãos” deveriam elaborar projetos para a associação e não o contrário.

Por outro lado, é recorrente ouvir de membros da comunidade queixas da pouca atenção que o Alto do Moura recebe da prefeitura e da sua Fundação de Cultura, ou mesmo de “uma

valorização do artesanato, não só do próprio artesão, mas do poder público”.

Há duas implicações práticas disso que gostaria de realçar aqui. Por um lado, a comunidade tem uma força política concentrada em sua associação¹² que permite ter alguns pleitos atendidos pela gestão municipal. Muito embora este seja um indício de uma relação com mais força perante tal instância, por outro, a comunidade tem diversas dificuldades para propor e negociar melhorias para a qualidade de vida objetiva na atividade e na comunidade junto ao poder público municipal.

Além disso, dois pontos de vista antagônicos podem nos ajudar a entender a ambiguidade de tal relação com o poder público, enquanto é possível se observar que “tem pessoas ocupando os cargos públicos, enxergando os artesãos como eternos coitadinhos, tratando assim, como se fossem pessoas que não tem acesso a informações” (formador de opinião), também se diz que “os artesãos vivem chorando, parecendo um bebê desmamado, porque eles querem sempre estar recebendo ajuda, esse tipo de dependência tornou-se cultural no Alto do Moura” (formador de opinião). Enquanto questões básicas de infraestrutura são negligenciadas à comunidade de modo similar ao que acontece noutros bairros suburbanos, no período dos festejos juninos o Alto do Moura recebe uma atenção particular por ser um dos polos do evento: “teve o São João aí, tiveram que vir fazer o pedaço do calçamento ali, fez rapidinho, fez o receptivo rapidinho, acabou o São João, acabou todas as obras, por que acabou?”, ou ainda, “chega o São João, faz uma maquiagem para o povo pensar que o Alto do Moura tá diferente, aí lota, mas na verdade não mudou nada”.

Em suma, a referida autoimagem tanto parece causar dificuldades de entendimento com quem discorde de tal *doxa* quanto a uma atitude mais estratégica e pragmática nos pleitos e articulações de médio e longo prazos com o poder público municipal, que segue, de modo geral, limitando-se a atender algumas demandas e promover ações específicas (sazonais, por exemplo), num tipo de clientelismo talvez melhor denominado como um tipo de “política de balcão” (Lorêto, 2016).

3. Avanços alcançados

Como resgatado nesta comunicação, o artesanato é um setor econômico, vinculado à

¹² Além de ser uma associação que congrega moradores e a classe artesã, ela tem várias décadas de atuação e foi aparelhada ao longo da história com uma sede própria, um clube e um trator (para uso na retirada de barro), o que constitui um patrimônio diferenciado quando comparado com entidades similares. Além disso, a Abmam dispõe de poder de pressão também diferenciado junto ao poder público municipal, mesmo que venha apresentando limitações em seu uso nos últimos anos.

cultura e aos saberes populares, que persiste em pleno século 21 como fonte de renda e identidade para milhares de grupos e comunidades periféricas Brasil e mundo a fora. Entretanto, desafios contemporâneos condicionam tanto sua produção quanto seu consumo, bem como a própria continuidade do setor, afinal, o fenômeno do desengajamento das novas gerações (Souza et al, 2020) se manifesta nos mais diversos localismos. Avançar na compreensão de questões simbólicas nas quais estão envolvidos os membros de uma comunidade artesã como a do Alto do Moura pode ser um modo de melhor entender tal dimensão dos riscos contemporâneos da atividade.

Em termos teóricos, ainda seria válido recuperar as nuances que Saint Martin (2010, p. 111) registra, tomando por base entendimento do próprio Bourdieu. O capital simbólico possui características específicas e diferenciadas dos demais, sendo “particularmente lábil, frágil e vulnerável”, pois “pode perder-se facilmente, tal como a honra que se pode perder por uma ninharia”, além de também ser “distribuído de modo desigual”. E assim conclui mais adiante: “se não chegou a ter dúvidas do rigor desse conceito, o próprio Bourdieu se questionou, pelo menos, para saber se não seria preferível focalizar a atenção nos efeitos simbólicos do capital, seja ele econômico, cultural ou social, em vez de se concentrar no capital simbólico”. Afinal, ele “pode, efetivamente, ser difuso, baseado unicamente no reconhecimento coletivo” (Saint Martin, 2017, p. 111). Transitando em meio sinuoso, de difícil objetivação e precisão, acredita-se que o avanço desse trabalho em tais termos esteja em demonstrar como é possível organizar em temas um material empírico a partir da inspiração que esta ferramenta teórica bourdieusiana oferece.

Há ainda alguns aspectos a serem considerados no que se refere às tensões simbólicas presentes no seio da comunidade e no ambiente de negócios nela constituído. Um primeiro talvez possa ser sintetizado no entendimento localmente partilhado por muitos de que uma família de origem artesã não mais consegue obter sua subsistência apenas por meio da atividade. Associa-se a isso o aumento do número de negócios de outra natureza – fenômeno que se constata por meio dos mais recentes letreiros que anunciam diversos tipos de outros produtos nas fachadas das casas das famílias originalmente artesãs. Muito embora declarem manter o vínculo identitário com a comunidade, o afastamento objetivo do exercício do ofício combina com o fluxo significativo de novos moradores para o bairro, o que faz com que o efeito simbólico do “nome”, ou mesmo do reconhecimento como “mestre”, venha diminuindo seu alcance e seu impacto distintivo, ao menos no âmbito do bairro.

Por outro lado, o declínio do comunitarismo local e a crescente competitividade tanto em busca de ganhos simbólicos quanto econômicos dificultam a construção de consensos no

que se refere aos rumos dados aos negócios e, conseqüentemente, articulações das quais a Abmam poderia vir a ser catalisadora, por exemplo. Tal quadro combina com a ausência de uma agenda de prioridades para o desenvolvimento coletivo do negócio, o que reforça sua condição periférica no próprio mercado, deixando maiores ganhos financeiros com atravessadores e comerciantes finais.

Além disso, parte significativa do público pesquisado não consegue observar com clareza a atualidade e se (re)apropriar, no que for possível, de algo do qual são herdeiros e que (r)existe principalmente graças ao ofício que eles abraçaram e levaram adiante: a força simbólica do artesanato do Alto do Moura. Em parte em decorrência da autoimagem que construíram e aceitaram para si, possuem dificuldades de entender as mudanças na (des)valorização efetiva pela qual passam com o distanciamento do tempo de Mestre Vitalino – parte da dificuldade de enxergar e aceitar isso pode advir da crença e dos “investimentos de si” na luta interna por poder simbólico –, bem como dificuldade de aceitar que tal reconhecimento externo seja diferenciado em razão da dinâmica do jogo simbólico extracomunitário, ou mesmo mais dirigido e apropriado por alguns deles e não de modo mais igualitário por toda comunidade.

Muitas vezes, acabam por servir aos interesses da mídia, dos políticos e dos produtores culturais, sem negociação de contrapartidas que poderiam ser úteis no enfrentamento das múltiplas carências da comunidade. Ou seja, apesar de poder haver alguns benefícios individuais ou familiares, a comunidade não sai ganhando em termos objetivos nem de curto, médio ou longo prazos, e isso já vem se configurando em tais termos há décadas, desde o tempo de Vitalino.

Em síntese, por meio da análise dos efeitos de poder simbólico em diferentes níveis chega-se a avanços compreensivos, no que se refere às tensões simbólicas, associados aos seguintes aspectos do ambiente de negócios local:

- No que se refere ao tema 1, as disputas entre artesãos por reconhecimento e êxito nos negócios em meio ao declínio local do valor do ofício relaciona-se diretamente com dificuldades intracomunitárias para iniciativas no sentido do desenvolvimento coletivo do artesanato como negócio periférico;

- No que se refere ao tema 2, a apropriação, dissimulada por meio de “homenagens”, do simbolismo local e de suas principais referências associa-se, contraditoriamente, à ausência da elite política e empresarial municipal como cliente ou cicerone constante de compradores externos do artesanato local e, por outro lado, ao proveito individual ou familiar de distinções extracomunitárias entre os artesãos;

- No que se refere ao tema 3, a dissonância entre a autoimagem comunitária e as práticas clientelistas na relação com a gestão pública municipal coexistem com dificuldades de articulações de políticas de médio e longo prazos, políticas que poderiam vir a gerar rumos consistentes e horizontes planejados para a coletividade ainda engajada no artesanato local.

Referências

BOURDIEU, P. **Poder simbólico**. Portugal/Brasil: Difel/Bertrand, 1989.

BOURDIEU, P.; WACQUANT, L. **An Invitation to Reflexive Sociology**. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). **Programa do artesanato brasileiro**. Brasília: MDIC, 2013.

CANCLINI, N. **As culturas populares no capitalismo**. Brasiliense, 1983.

GARCIA-PARPET, M. F. A Sociologia da economia de Pierre Bourdieu. **Sociologia & Antropologia**. Rio de Janeiro, vol. 03, n. 05, p. 91-11, junho, 2013.

KELLER, P. O artesão e a economia do artesanato na sociedade contemporânea. **Política & Trabalho**, n. 41, Outubro, p. 323-347, 2014.

LEBARON, L. Capital (Verbetes). In: CATANI, A. M. et al. (orgs.) **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017, p. 101-103.

LIMA, Sandra F. **Invenção e tradição: um olhar plural sobre a arte figurativa do Alto do Moura**. Dissertação (Mestrado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade de Campinas, Campinas, 2001.

LORÊTO, M. S. **Políticas Públicas de Artesanato na Reprodução da Força de Trabalho dos Artesãos em Barro no Alto do Moura, Caruaru-PE**. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

MARTINS, D. F. V. A Perspectiva da Moral na Aprendizagem da Prática do Artesanato de Barro. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social – RIGS**, v.8, n.1, jan./abril, 2019.

MARTINS, T.; SÁ M.; SOUZA, D. C. **As Diferenças Disposicionais que Dificultam a Relação entre o Público Lojista e a Administração de um Centro de Compras no Agreste Pernambucano**. **REVISTA CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**, v. 26, p. 1-14, 2020.

MATOS, S. M. **Artefatos de gênero na arte do barro**. Doutorado em Antropologia. Tese. UNICAMP, Campinas, SP, Brasil: 1998.

MELLO, P. C. de. **Vitalino, sem barro**: o homem. Fundação Assis Chateaubriand; Ministério da Cultura, 1995.

NOGUEIRA, A. R. Saberes e Fazeres da Produção Familiar do Artesanato do Barro na Comunidade do Alto do Moura - Caruaru/PE. In: **Anais do Colóquio Internacional Epistemologias do Sul**: aprendizagens globais Sul-Sul, Sul-Norte e Norte-Sul, v. 3, p. 277-290. Coimbra: CES, 2015.

ROCHA, D. “**A arte é para todos**”: patrimônio cultural, tradição de conhecimento, processos sociotécnicos e organização social do trabalho entre os artesãos do Alto do Moura. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014.

RORIZ, P. C. O. **O trabalho do artesão e suas interfaces culturais econômicas**. Mestrado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações. Dissertação. UnB, Brasília, DF, Brasil: 2010.

SÁ, M. Construtivismo bourdieusiano como linguagem: Uma interpretação pragmática. **Revista Configurações**, v. 16, p. 115-128, 2015.

SÁ, M. **Filhos das feiras**: uma composição do campo de negócios agreste. Recife: Editora Massangana-Fundaj, 2018.

SÁ, M. **Feirantes**: quem são e como administram seus negócios. 3. ed. Recife: Editora UFPE, 2019.

SÁ, M. Experiências agrestinas: pistas para a pesquisa sobre gente e negócios em contexto periférico. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 60, p. 120-130, 2020.

SÁ, M.; SOUSA, J. R. F.; SOUZA, D. C.; SILVA, S. K.; LEAL, B. T.; SILVA, T. F. L. Seguir ou não no artesanato: modos de fazer, desafios e emergência de outros negócios no Alto do Moura do século 21. In: **Anais Enanpad 2018**. Curitiba: ANPAD, 2018, p. 1-16.

SÁ, M.; SOUZA, D. C.; SOUSA, J. R. F.; LEAL, B. T. A comunidade artesã do Alto do Moura no século 21: Tensões Emergentes em um Espaço Social Local em Transformação. **Política & Trabalho**, Revista de Ciências Sociais, nº 52, Janeiro/Junho de 2020a, p. 178-195.

SÁ, M.; LORETO, M. S. S.; SOUSA, J. R. F.; SOUZA, D. C. O Artesanato como Negócio Periférico: Esboço de Instrumento Teórico-Epistêmico e Análise Multidimensional no Caso do Alto do Moura-PE. In: **Anais Enanpad 2020**. Maringá: ANPAD, 2020b, p. 1-16.

SAINT MARTIN, M. de. Capital simbólico (Verbetes). In: CATANI, A. M. et al. (orgs.) **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017, p. 109-112.

SOUZA, D. C.; SOUSA, J. R. F.; SÁ, M.; LEAL, B. T. O desengajamento do trabalho artesão e os rumos da nova geração na comunidade do Alto do Moura-PE. **Cadernos Ebape.BR** (FGV), v. 18, p. 623-634, 2020.

SWEDBERG, R. The economic sociologies of Pierre Bourdieu. **Cultural Sociology**, vol. 5, n. 1, p. 67–82, 2011.