

## Design, crafts and art: some considerations about their intersections and distinctions

### *Design, artesanato e arte: algumas considerações sobre suas interseções e distinções*

Mayra Terra Maluf de Araujo<sup>1</sup>, Alberto Cipiniuk<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais,  
Universidade Federal do Rio de Janeiro

<sup>2</sup> Departamento de Artes e Design,  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

mayraterramaluf@gmail.com, acipiniuk@gmail.com

Recebido: 14/11/2019

Aceito: 8/12/2019

Publicado: 11/12/19

**Abstract.** *This small paper intends to discuss aspects related to the issues of symbolic differentiation between the practices of the field of art, handicrafts and design. In order to investigate where are the boundaries that separate the fields and the possible links that connect them, considering the flexibility and porosity of these divisions. Establishing a brief analysis of the exhibition spaces and the intrinsic power relations in the legitimations arising from these institutions, which hegemonically understand as a place for the appreciation and / or commercialization of these creative or charismatic objects.*

**Keywords:** *Art. Handcraft. Design.*

**Resumo.** *Este pequeno trabalho tem a intenção de discutir aspectos referentes às questões da diferenciação simbólica entre as práticas do Campo da arte, do artesanato e do design. Com intuito de investigar onde estão as fronteiras que separam os campos e os eventuais elos que os conectam, considerando a flexibilidade e a porosidade destas divisões. Estabelecendo uma breve análise dos espaços expositivos e as relações de poder intrínsecas nas legitimações oriundas dessas instituições, que hegemonicamente entendemos como um lugar destinado a apreciação e/ou comercialização destes objetos criativos ou carismáticos.*

**Palavras-chave:** *Arte. Artesanato. Design.*

## 1. Introdução

As tradicionais noções que definem o que seria campo da arte, o *corpus* de discussões teóricas travadas entre os pares do campo de maneira a entender a arte como prática social, perfazem um espaço repleto de intercessões. As fronteiras entre a arte, o artesanato e o *design*, por exemplo, são porosas e em muitos pontos elas se encostam, articulam e sobrepõem. Seja do lado da arte, do artesanato ou do lado do *design*, existem intermeios que são tão tênues que a sua própria nomenclatura também causa dúvida. No caso da arte, por exemplo, termos como artes gráficas, artesanato, ilustração, *design*, artes plásticas, artes visuais, *design* gráfico e muitos outros, estão estampados nos livros, nos discursos, nas aulas das academias e não nos damos conta de que não temos como compreender o lugar que cada um desses termos ocupa. O campo do *design* muitas vezes surge como uma das veias da arte, e os próprios profissionais atuantes da área, os pares do campo, frequentemente não sabem defini-lo e nem justificar o caráter de arte. Do mesmo modo não definem critérios que possam diferenciar o *design* da arte, que para esse pequeno trabalho tem uma certa importância. Afinal, o que de fato é compreendido como arte e o que é compreendido como *design*? Os pares do campo do *design* se apropriaram, a partir de um acordo hegemônico, de algumas características que se acredita pertencerem aos critérios que eventualmente poderiam definir tanto a prática dos artistas como as suas práticas, a exemplo do dom divino da criação, provavelmente o mais importante deles. A ideia do talento nato e da inspiração celestial atribuídos aos artistas desde o início da Idade Moderna, aceito e absorvido pela sociedade como uma verdade no Romantismo, talvez seja a noção mais universal e por isso o elo de comunicação entre os pares dos campos criativos da arte, do artesanato e do *design*. Assim, vê-se o artista como gênio isolado, incompreendido e marginal, uma espécie de personagem que é interpretado apenas pelos pares pertencentes à classe artística. A noção da arte como uma expressão visceral, necessária aos homens, permeia o imaginário social contemporâneo. Quando nos deparamos com um quadro da vanguarda por exemplo, queremos entender o sentimento do artista (FIGUEIREDO, 1945).

Ao considerar a prática do *design*, nos deparamos com o desenvolvimento de bens de consumo dentro de uma sociedade industrial capitalista. Trata-se de um processo de concepção, fabricação e distribuição de objetos cuja demanda integra uma vasta gama de profissionais. O *designer* é o responsável pelo desenho do produto, mas sem possuir autonomia das escolhas finais que estão a cargo dos donos das empresas. O trabalho do *designer* é voltado diretamente para a demanda de mercado e para a obtenção de lucro. O *design* é compreendido pelo público e pelos *designers* como uma ferramenta para incremento da mais valia. Contudo, havemos de nos lembrar que os pares do campo cortejam o mito da superioridade criativa tal qual os artistas. E desse modo, nos desperta interesse esse tipo de aproximação entre as duas práticas (CIPINIUK, 2014).

Tal como no caso do *designer*, curiosamente o trabalho do artista também é uma produção coletiva onde o autor é responsável apenas por uma pequena parte de todo o processo de produção da obra. As circunstâncias históricas são silenciadas e esses detalhes de homologia entre a prática do *design* e a prática da arte, são tratados de forma velada. Tem-se a impressão de que a venda é consequência e não objetivo primordial do artista, tal como é do *designer*. Comparado ao *designer*, por exemplo, soa estranho afirmar que o

artista está interessado na venda de suas obras. Já para o *designer* seria natural que ele desejasse ser remunerado pelo trabalho que realiza. Essa diferença simbólica de integração ao mercado industrial também se dá com a prática do artesanato. Diferentemente das obras de arte, as peças artesanais são entendidas como produto e destinadas à venda imediata. Apesar de possuírem um caráter decorativo, elas não ocupam o mesmo espaço simbólico da arte. No entanto, têm uma produção em pequena escala, em oposição a produção industrial do objeto de *design*. Estas três categorias, arte, *design* e artesanato e a definição dos critérios que podem definir suas fronteiras, por si só se confundem e se sobrepõem, porém quando destrinchamos as práticas de cada campo, acreditamos que fica mais simples compreender suas diferenças e denominações (ARAUJO, 2018).

Artistas e *designers* muitas vezes se esquivam diante da confirmação da subordinação ao sistema capitalista, aos donos das empresas e indústrias, a críticos de arte, ou simplesmente aos *marchands*. Consideram-se detentores do próprio trabalho e das escolhas temáticas. Falar de *briefing* de um projeto artístico se torna uma espécie de tabu, mesmo quando este é vinculado a uma finalidade que não é apenas “pessoal”. Posto que esses profissionais não definem com clareza quais são suas práticas laborais e uma vez que as fronteiras entre essas práticas não se fixam, verificamos que existem controvérsias teóricas dentro desta questão. Para aqueles que se dizem artistas ficava mais distante e complicada a afirmação de que seus trabalhos deveriam ter remuneração imediata. Sabe-se que um profissional subordinado a uma estrutura de mercado, a um *briefing*, é dependente desta estrutura para subsistir (CIPINIUK, 2014).

Espaços expositivos destinados a diferentes categorias de objetos, reforçam a forma como cada qual é consagrado socialmente. Tratamos o museu como um grande agente legitimador de certos objetos, especialmente das obras de arte. Já objetos de *design* ou artesanato, pertencentes à cultura material, quando deslocados dos seus espaços habituais onde estão em uso e integrados na vida cotidiana das pessoas para os museus ou salas de exposições, ganham *status* de obra de arte. Se pensarmos o artesanato como um objeto da indústria cultural, pois, ainda que qualificado como decorativo, foi pensado para exercer seu valor de uso e não um valor de troca simbólica, o artesanato muito se assemelha ao objeto de *design*. Assim embute um processo produtivo diferente da obra de arte, bem como uma significação simbólica diferenciada. Tratar do artesanato no museu é confrontar conceitos que justificam terminologias, alvos sociais e espaços diferenciados para as categorias de objetos produzidos (ARAUJO, 2018).

## 2. Cultura e cultura e popular

A experiência de ir a um museu e tudo que está subentendido sobre um frequentador de museus são conceitos que planam em uma mesma esfera, porém existem diferenças sutis entre os dois. Ir a um museu não é apenas dizer que se pode compreender aquilo que está exposto, mas distinguir-se socialmente, é ser culto (BOURDIEU, 1979).

A busca das ciências sociais por uma definição de cultura nos abre inúmeros caminhos para debater o significado deste termo, bem como as aplicações cotidianas despreziosas e espontâneas, onde a própria pluralidade de culturas e os meandros atuais

que as tornam unidas, ou desconectadas ou miscigenadas, deixam ainda mais complexo esse entendimento. Podemos elencar hoje narrativas cotidianas que se destacam quando tratamos de cultura, mas não podemos afirmá-las como verdades epistemológicas, pois este é um tema para o qual definições com pretensões hegemônicas acabam sempre deixando muito de fora (CANCLINI, 2015 ).

No livro *Diferentes, Desiguais e Desconectados* de Nestor Garcia Canclini são apresentadas diversas noções corriqueiras do que é cultura diante de uma visão hegemônica (CANCLINI, N. G. **Diferentes, Desiguais e Desconectados: Mapas da Interculturalidade.**). Uma delas, que acreditamos estar diretamente relacionada ao nosso entendimento da palavra “culto” está ligada à educação, sofisticação e informação, ou seja, quando falamos de cultura como acúmulo de conhecimento e intelectualidade. Esta definição nos é muito familiar no uso coloquial da palavra, mas ela está ligada diretamente à filosofia idealista (CANCLINI, 2004). Canclini afirma que a distinção entre cultura e civilização foi elaborada pela filosofia alemã no final do século XIX e princípio do século XX. Resumidamente, esta definição diferencia cultura de civilização, onde a cultura pertence a um *status* mais elevado, algo lapidado por um artista, por exemplo, que instala um diferencial social e justifica a categorização de um objeto como obra de arte. Já a civilização é aquilo que é modificado da natureza pelo homem através de um conjunto de técnicas, entretanto não alcança o valor da beleza sublime, atribuído à obra de arte.

Poderíamos colocar em discussão, sob a perspectiva da divisão de trabalho, como o artista se diferenciaria dos demais trabalhadores, considerando-se o *status cultural* conferido à sua produção. Esta visão tem consequências previsíveis sobre a luta de classes e os valores políticos e comerciais no contexto da atuação do artista e de sua obra (CANCLINI, 2015). Mas afinal quem legitima aquilo que pode ser considerado cultura? Se existem produtos civilizatórios *culturais* é porque existem aqueles *não culturais*. Em que medida isto é uma escolha social justificada espontaneamente, livre de interesses particulares? Esta parece ser uma escolha econômica e política daqueles que detém poder. Para nós, latino americanos esta análise se dá de forma ainda mais complexa, pois temos a tendência de valorizar, cultivar e validar conceitos, objetos, elementos em geral, distantes da nossa sociedade; somos conduzidos a absorver a *cultura* de outrem e acreditar que ela é superior. Fato é que, sob essa definição de cultura, acabamos criando um subtítulo para manifestações culturais tradicionais, apartadas da indústria cultural e não espetacularizadas: a cultura popular (CANCLINI, 1982).

Por fim, voltando à noção, oriunda da filosofia idealista, de que a cultura é algo ligado a aspectos intelectuais e educacionais e vinculados ao conhecimento histórico e artístico de uma determinada produção Ocidental moderna europeia e estadunidense, podemos constatar seu forte teor impositivo e elitista. E por mais que adotemos esta definição no cotidiano, constatamos sua insuficiência para compreendermos o sentido da palavra cultura. Segue, no entanto, se encaixando perfeitamente na noção de cultura impressa naqueles que frequentam museus. Podemos usá-la, portanto, para definir como esse público se vê e é visto na sociedade e, partindo desta visão hegemônica, discutir os espaços de exposição e suas relações com as pessoas e aquilo que é exposto.

### 3. Os espaços expositivos e o público

Entendendo o conceito hegemônico de cultura prevalecente podemos ver com clareza quem é a pessoa adjetivada de culta e frequentadora de museus. Compreendemos com facilidade que a ideia de sofisticação está vinculada a uma cultura moderna ocidental elitizada, européia ou estadunidense, e que dominar estes espaços é privilégio de poucos. Ter acesso e compreensão de música clássica, artes, teatro, filosofia, literatura e línguas requer estudo, prática e tempo. Pensar em espaços de exposição é também refletir sobre as lutas de classe sociais.<sup>1</sup> Independentemente do valor cobrado para entrada num museu, ou mesmo ainda que gratuito, a frequência deste espaço não refletirá o preço do ingresso na roleta de acesso às salas expositivas, mas sim o histórico econômico e social do visitante (BOURDIEU, 1979). Ver uma mostra artística se assemelha à capacidade de ler e escrever, pode-se saber ler e ser um analfabeto funcional, pode-se ver uma exposição e não dominar seus códigos, não relacionar as obras a um conjunto de informações previamente adquiridas necessárias para se alcançar uma compreensão. O tempo ocupado por um indivíduo na visita a museus e na contemplação da obra é diretamente relacionado às variáveis grau de instrução e classe social (BOURDIEU, 1979).

Como mencionado acima, compreender a arte significa dominar os códigos estéticos e históricos que circundam este universo, é ter a bagagem de conhecimentos e experiências necessária para diferenciar movimentos artísticos e associá-los ao momento em que foram desenvolvidos. Apenas ver não é entender seu significado. Analisando brevemente a história, fica nítida a relação de cultura e classe social, uma vez que a nobreza não apenas patrocinava a arte como também detinha o conhecimento. Uma corte frívola, abastada e com tempo ocioso podia dedicar-se a estudos de arte, de filosofia e literatura, pois seu acesso ao conhecimento era absoluto. Já a classe trabalhadora possuía apenas sua força de trabalho e precisava dela para subsistir; o tempo ocioso era quase inexistente e o acesso à educação, baixo. Logo ficava claro também que quem determinava o gosto era a mesma nobreza que desfrutava dele (ARAÚJO, 2018).

Segundo Bourdieu, a distinção social concentra-se nas práticas culturais, que podemos classificar por três níveis que expressam aspectos subjetivos do comportamento, e que definem os "gostos" (BOURDIEU, 1979). O primeiro deles é o gosto legítimo, a estética dominante, ou o gosto erudito. A ideia de gosto legítimo ou erudito dialoga diretamente com as classes economicamente dominantes, as quais, devido às estruturas sociais vigentes, possuem maior domínio do capital cultural (artístico) legitimado. É entendido que existe um modo correto de se compreender a arte, e ele está ligado a estudos eruditos sobre o campo, aos quais apenas uma pequena parcela da população tem acesso. Desta forma, o gosto legítimo de uma estética dominante é apanágio de uma classe social abastada e *culta*, que domina os códigos estéticos e histórico artísticos. Os próprios espaços físicos dos museus são intimidadores e hostis para aqueles que não dominam os

---

<sup>1</sup> Classes sociais dentro de um sistema capitalista envolvem padrões culturais, políticos e econômicos, onde existe um grupo dominante que é proprietário dos mesmos de produção e dita os padrões vigentes naquela sociedade. Existe a classe dominada formada pelo proletariado detentor da sua força de trabalho com baixa instrução profissional e educacional.

códigos. Supostamente concebidos para oferecerem uma ambiência favorável à apreciação da arte, são exclusivos e silenciosos, apesar de darem a impressão de vigilância comportamental àquele que contempla a obra; sentir-se confortável está ligado à segurança interna de seu domínio intelectual. A cultura, a arte e a capacidade de desfrutá-la deveriam ser "dons" ou qualidades naturais, não resultado de uma aprendizagem desigual devido a divisão histórica entre as classes (CANCLINI, 2004).

Já o segundo nível, *a estética dos gostos médios*, como já explicita a própria denominação, está em um lugar intermediário entre as artes 'legítimas' e as populares. Diferencia-se do gosto dominante pela falta de autonomia no próprio campo, que é submetido a uma indústria cultural, aos donos de empresas e a demandas externas, dentro de uma lógica de conquista de mercado. Bourdieu afirma que existem práticas que são características do gosto médio, como por exemplo a fotografia, que não é tida como uma *arte maior*, mas também não é completamente acessível a classes mais baixas (BOURDIEU, 1979): "As classes médias bem como as populares, na medida em que têm como referência e aspiração o gosto dominante, praticam a cultura por meio de atos metafóricos, deslocados" (CANCLINI, 2004: 82).

Por fim, a estética popular ocupa um espaço pragmático e funcionalista, ao contrário da estética da burguesia que se baseia em poder econômico. As preferências estéticas das classes populares estão ligadas à escolha do necessário, seja por uma funcionalidade prática ou por uma necessidade social de possuir determinados objetos (BOURDIEU, 1979). O consumo de objetos desta classe baseia-se na função utilitária, existindo uma recusa à gratuidade e à futilidade da "arte pela arte". Isso decorreria do fato desta classe não dominar os códigos artísticos do campo erudito da arte. Desta forma, os bens materiais ganharam importância ao assumir uma função na vida cotidiana, e não como resultado de pura contemplação.

Compreender os tipos de consumo estético prevalentes nas diferentes classes sociais nos auxilia a refletir sobre as exposições artísticas e sua legitimação. Entende-se que aquilo que é tido como obra de arte, e que preenche os espaços de galerias e museus, é produzido e consumido majoritariamente por uma elite intelectual e social, portanto, por quem aprova e confecciona o que será entendido como arte, logo, como cultura. Se estamos concordando que isto é identificado como cultura, no entanto, onde estariam localizados os artesãos nesta indústria cultural? Como se dão as separações dos espaços físicos que recebem a cultura e a cultura popular? Essas perguntas estão mais ligadas a questões sociais e políticas do que estéticas, e o espaço de intercessão comum dos profissionais ditos artistas e artesãos é a necessidade de inserção e sobrevivência dentro do mercado industrial de uma sociedade capitalista. Naturalmente, isto é feito de forma distinta para os dois, tanto em relação à arrecadação econômica, quanto ao simbolismo associado.

Os artesãos em geral estão fora dos espaços urbanos, são marginalizados e se inserem, ainda, em formas primitivas de trabalho: detêm todo o meio de produção do objeto e seu conhecimento é adquirido assistematicamente através de gerações. Por razões sociais e políticas sua produção é explicitamente classificada como meio de subsistência (CANCLINI, 1982).

Os objetos artesanais, apesar de produzidos nas áreas rurais, são vendidos normalmente a turistas vindos de centros urbanos. Geralmente de origem camponesa ou indígena, os

artesãos carregam seus artefatos das associações simbólicas próprias a cada lugar. Os objetos artesanais, quando deslocados do seu local de origem, transmutam de significado. Seria etnocêntrico pensarmos que o significado se perde. Ao contrário, uma transformação se processa na passagem de um sistema cultural para outro, materializando-se como novos entendimentos sociais e simbólicos no objeto artesanal. A visão purista da perda total da identidade é elitista, pois contribui para manter esses grupos sociais marginalizados, distantes e intocados, como peças de museu em uma redoma de vidro, sem contato com a modernização da sociedade. Por outro lado, é preciso ir além dos aspectos referentes à transformação de significado, pois o artesanato é mais que um símbolo cultural, é também um objeto de mercado. E mais, subjulgamos o artesão e o afastamos da possibilidade de escolha de venda. Vale ressaltar que os produtores de artesanato se beneficiam do deslocamento simbólico do objeto, uma vez que para eles a venda é sua fonte de renda. Ora, se cocares fossem usados apenas como cocares eles não sairiam da tribo. Existe uma adaptação na fabricação do objeto, modificando-o do original para que seja vendido mais facilmente baseado muitas vezes no uso. Garantindo a circulação de bens, seus significados transpostos para outros fins e materialidades de alguma forma promovem a participação destes grupos e de suas culturas em outro sistema sociocultural. A ressignificação que ocorre quando o objeto artesanal rural é vendido ao turista da capital, é também uma relação de poder. De certo modo, quando esse objeto chega com função decorativa em uma casa, cujas escolhas estéticas são ligadas a uma elite ocidental, conclui-se um processo de legitimação do objeto artesanal. Resignificar algo, que é muitas vezes de teor religioso para uma comunidade camponesa, como objeto meramente decorativo é controverso, no entanto. Subsiste, até hoje, um pensamento colonizador que julga um arco e flecha indígena são um conjunto exótico e curioso, digno de estar na parede da sala para contemplação, à semelhança de um animal empalhado. O simbolismo, seja carregado numa elite ocidental que persiste em um exercício de dominação de culturas tidas como primitivas, ou contido na ação de abater um animal selvagem e expô-lo na sala, é absolutamente o mesmo de domar o índio e ter como troféu sua arma de guerra para exibição. Questões econômicas e políticas estão diretamente ligadas a esta visão no campo da arte, taxando uma de arte *menor* e a outra de arte *legítima* ou maior. A visão etnocêntrica acerca do artesanato sugere uma tentativa de unificar conceitualmente a obra de arte e o artesanato, mesclando muitas vezes, em uma mesma sala, um quadro de vanguarda europeu e uma escultura de madeira produzida em uma vila no sertão pernambucano; no entanto, o primeiro transmite a ideia de cultura e o segundo de cultura popular (CANCLINI, 1982).

A cultura popular tem seu lugar definido dentro de um sistema capitalista de mercado e no campo estético e artístico. Esta estrutura não permite a fundição entre arte e artesanato, apesar de ser uma membrana porosa, que vez por outra abre brechas para a circulação entre estes dois mercados. O trânsito de uma obra entre estas duas classes, artística e artesanal existe, mas é unilateral: o artesanato pode preencher um lugar de obra de arte, galgar alguns degraus a partir de um agente legitimador e cambiar de status artístico, porém a obra de arte não tem interesse em se tornar artesanato e nem o artista em ser visto como artesão. Para haver troca é ainda necessária uma aprovação de todo o sistema sociocultural, que inclui críticos de arte, *marchands*, galerias etc. Geralmente os espaços ocupados por artesanato dentro dos museus são seletos, nem todo museu os possui, e às obras expostas não se confere destaque ou indicação comparáveis àqueles dedicados a uma obra de arte. Museus de história possuem acervos de artesanato, museus de arte

contemporânea não, ou melhor, se houver, não estará sob o mesmo holofote que a obra de arte (CANCLINI, 2004).

A ocupação distinta não é referente apenas a espaços físicos, mas também simbólicos. O artesanato se destina a feiras, e às feiras se destinam à venda imediata das peças (outra distinção é a nomenclatura, um objeto chamamos de “peça” e outro de “obra”). É explícita relação do artesão com o mercado consumidor, o espaço destinado a exibição de artesanato carrega claramente a estética utilitária da venda, mais que a contemplação pura. Mesmo porque a apreciação de uma peça artesanal não prevê o pensamento intelectual, não prevê sua compreensão a partir do sentimento do artesão na hora da confecção, tampouco a busca por mensagens subliminares. Também não consideramos o artesão gênio, nem cogitamos que ele possua um dom divino, ou o tratamos com ser incompreendido socialmente. As relações são mais claras entre produção, circulação e venda.

Já o espaço destinado ao artista é cheio de meandros. O museu é um espaço contemplativo: é de bom tom ficarmos observando muito tempo a mesma obra para tentar captar o sentimento do artista, esse sim possuidor da *intelectualidade* por detrás das pinceladas, esse sim denota um *dom divino* e sua tônica para produzir arte como uma *necessidade* quase visceral de se expressar.

Em verdade, essas afirmações a respeito dos artistas são uma ironia, essa diferenciação não é real, é apenas romantizada. Os dois profissionais partem da mesma lógica de mercado e possuem o mesmo interesse na venda do objeto, porém um é feito de forma explícita e o outro, velada, subjetiva. As relações de poder novamente se tornam claras quando comparamos os campos e os nomeamos de formas diferentes, cultura e cultura popular (ARAUJO, 2018).

Muito embora não seja frequente, os museus de história, por exemplo, exibem objetos artesanais como pertencentes a culturas simbólicas e regionais. Em geral suas plaquinhas indicativas de autoria não levam o nome de quem fez, mas sim da região em que foram produzidos e o ano. No início do texto, mencionamos algo sobre a relação direta entre o tempo de permanência do visitante diante de uma obra, sua classe social e seu nível cultural, que condicionariam o entendimento dos códigos para a real compreensão da obra. Os frequentadores de museus se familiarizam com a história da arte legítima, entendem os movimentos artísticos tradicionais e modernos que, sob um olhar latino americano, pouco falam na nossa cultura tradicional. Entretanto, assumem a cultura local como folclórica e não relacionam a obra ao criador, tornando este anônimo, diferentemente do que se faz com os artistas plásticos, onde a importância simbólica e conceitual da obra é diretamente ligada com quem a fez (CANCLINI, 1982). Quando o artesanato sai da feira e ocupa o museu, é recodificado e assume um caráter de compreensão mais histórica do que artística. Quem o produz, a despeito de estar vivo, não está nas salas de exibição, a estas comumente não tem nem acesso. E quando empregamos o termo acesso não nos referimos ao capital financeiro imediato que permite ou não a entrada no museu, mas sim do acesso aos códigos intrínsecos deste lugar, que vão além da compreensão da obra, abrangem o comportamento e o decoro que o espaço físico exige. Logo, realocamos o artesanato para o espaço legítimo de exposição e mudamos seu significado original, que muitas vezes, primariamente função simbólica e religiosa,

torna-se decorativo. Por outro lado, quando o próprio índio, por exemplo, transforma seu cocar em mera mercadoria na busca por retorno financeiro, ele se apropria de sua cultura de forma distinta e a transforma em produto, fundamental para sua subsistência. Isto é, o artesão produz suas peças para serem vendidas aos centros urbanos com função puramente decorativa ou estética. Quando esta mesma peça chega ao museu, ela perde tanto sua função utilitária original, quanto sua aceitação como mercadoria, e assume um terceiro papel, de objeto que representa uma cultura exótica, ganhando uma interpretação histórica conferida pela cultura dominante, e não pela cultura original. Existe uma atração populista de uma elite pelas riquezas da cultura popular que se mantém com uma visão romantizada e discriminatória. Muitas vezes enxerga com maus olhos o desenvolvimento social e econômico dessas zonas rurais produtoras de artesanato, alegando que há perda de essência na modernização de determinada região.

Não apenas os campos artísticos se interessam por questões referentes a culturas populares, mas também a antropologia e a sociologia. Entretanto estudá-las não é necessariamente inclui-las no meio consagrado, mas sim afastá-las ainda mais de uma modernização intelectual e econômica. Exibir o artesanato no museu não abre as portas deste para que os artesãos e suas comunidades locais também o frequentem. Apesar de um objeto popular estar em suas galerias, estas continuam sendo hostis e seletivas, destinadas a um público que pode até se interessar por uma estética popular rural, mas sempre de forma taxativa e distanciada.

Com estas considerações fica claro que não existe uma intenção de inclusão das classes menos favorecidas nos espaços destinados a exposições artísticas e tão pouco de equiparar a produção artesanal à produção artística erudita. A falsa ideia de legitimação não derruba os muros das diferenças de classes nos campos da arte, mas sim sobe alguns tijolos.

## **Financiamento**

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

## **Referências**

BOURDIEU, P. **A Distinção: Crítica social do julgamento**. 2ª Edição. Porto Alegre: Editora Zouk, 1979.

CANCLINI, N. G. **As Culturas Populares no Capitalismo**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Brasiliense S.A, 1982.

CANCLINI, N.G. **Diferentes, Desiguais e Desconectados – Mapas da Interculturalidade** - 1ª Edição. Rio de Janeiro: EDITORA UFRJ 2004.

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas**. 4<sup>a</sup> Edição. São Paulo: EDUSP, 2015.

CIPINIUK, A. **Design: O livro dos Porquês – O Campo do Design Compreendido como Produção Social** - 1<sup>a</sup> Edição. Rio de Janeiro: EDITORA PUC-RIO 2014.

FIGUEIREDO, Luís Claudio M.; SANTI, Pedro Luiz Ribeiro de. **Psicologia – Uma (nova) introdução**. 3. Ed. São Paulo; EDUC. 1945

TERRA, Mayra. **Objetos de design, peças artesanais e obras de arte. Similaridades e distinções das práticas criativas**. Dissertação (Mestrado em Design). Departamento de Artes e Design. Puc-Rio. Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2018.