

A montagem do painel e a montagem de si: corporeidades e sociabilidades de artistas plásticos em Feira de Artesanatos

Leila Maribondo Barboza¹

Resumo: O pesquisa apresentada consiste na exploração de um aspecto desenvolvido na dissertação de mestrado “Formas de sociabilidade e constituição de identidades de artistas plásticos da Feira de Artesanatos do Campo de São Bento”, defendida em 2013, pelo Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal Fluminense. A metodologia da pesquisa se baseou na etnografia, somado à análise dos relatos orais e histórias de vida das pessoas que compõem a Feira de Artesanatos do Campo de São Bento, sobretudo dos artistas plásticos. Teve como objetivo explorar as possíveis relações e interseções entre o fazer das artes plásticas e o fazer do artista plástico, a fim de perceber suas constituições de identidades e formas de sociabilidades no espaço da venda: a Feira de Artesanato do Campo de São Bento. A feira acontece no bairro de Icaraí, Zona Sul da cidade de Niterói (RJ), de 9 horas às 15 horas nos finais de semana e feriados. Na busca por explorar os símbolos e códigos compartilhados pelos grupos sociais, o estudo visou perceber como são tecidas as interações, as pessoas e objetos, e como os últimos podem agenciar discursos valorando determinadas formas ditas como “artísticas” e outras como “não-artísticas”.

Palavras-chave: Histórias de vida; Etnografia, Feira de Artesanato, Artes plásticas

O presente artigo teve como esforço a busca por compreender os possíveis elementos que cercam o profissional de artes plásticas da Feira de Artesanatos do parque Campo de São Bento, a fim de desvendar os processos de constituição de sua identidade. Dessa maneira, o estudo pretendeu explorar sobre o corpo como unidade material fundamental do indivíduo, sujeito das experiências vividas e ponto na relação de grupo. Ou seja, a dimensão material,

¹Doutoranda em Antropologia pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia na Universidade Federal Fluminense (PPGA-UFF).

concreta e prosaica da ação, onde se realizam as interações, isto é, no espaço, neste caso o parque Campo de São Bento.

Nesse sentido, emerge uma relação entre: o espaço, que pode ser entendido também como social e simbólico, um agenciador de relações e práticas sociais; e o corpo do artista enquanto unidade material da sua existência, repositório da experiência vivida e dos discursos sobre a própria vida.

Seguindo essa direção, o presente texto propõe discutir as formas de sociabilidade dos artistas plásticos na feira, tomando como base a relação entre corpo e espaço, e de que forma essa exploração pode contribuir na compreensão da constituição das identidades dos artistas plásticos. Para tal, foram buscadas referências que podem contribuir na discussão teórica com os dados obtidos na pesquisa de campo, como Félix Guattari (1992) e Edward Hall (1977).

Guattari (1992) contribuiu na discussão entre o corpo do artista plástico e o espaço da feira, no sentido de perceber como ambos podem dialogar e se constituir. Hall (1997) também interessa para o trabalho ao apresentar elementos que podem dar base à análise dos dados na medida em que sinaliza algumas interseções entre espaço e identidade.

Cabe ressaltar que não interessa nesse texto determinar ou denunciar as interações e constituições de identidades do profissional de artes plásticas, e sim apresentar elementos que possam somar ao pensamento social, considerando, sobretudo os limites da objetividade da realidade social.

Espaços, corporeidades e formas de sociabilidade

Nesse momento da pesquisa, a intenção foi perceber elementos indicativos da feira como um espaço social e simbólico, o qual é tecido cotidianamente pelas pessoas que usam o local. Ou seja, como as práticas e possibilidades corporais podem depender da estrutura do parque Campo de São Bento disponível ao uso e como as posições ocupadas pelos agentes podem delinear identidades. Foi buscado compreender a pluralidade de dimensões presentes no espaço, com o objetivo de considerá-las como dimensões também das corporalidades vividas.

No artigo *Espaço e corporeidade* de seu livro *Caosmose: um novo paradigma estético* (1992, p.153), Félix Guattari diz que o espaço e o corpo vivido não são categorias distintas e é possível relacioná-los a partir de um “agenciamento de enunciação”, o qual desencadeia

“modalidades de espacialização e corporalidade”. Os espaços, para o autor, podem ser visto como um dos elementos de constituição dos “modos de semiotização e de subjetivação”. Nesse sentido, as percepções de um espaço podem remeter às percepções anteriores por meio de representações pré-estabelecidas. Ou seja, pela semiotização de recordações, uma vez que estão inscritas na subjetividade. A experiência de subjetivação materializada no corpo vivido em um determinado espaço compõe sensações que se atualizam e reatualizam.

Quer tenhamos consciência ou não, o espaço construído nos interpela de diferentes pontos de vista: estilístico, histórico, funcional, afetivo... Os edifícios e construções de todos os tipos são máquinas enunciativas. Elas produzem uma subjetivação parcial que se aglomera com outros agenciamentos de subjetivação. Um bairro pobre ou uma favela fornecem-nos um outro discurso e manipulam em nós impulsos cognitivos e afetivos (GUATTARI, 1992, p.157).

Essa perspectiva se entrecruza com os relatos dos artistas plásticos, como no caso de *Bia*: “eu nunca tinha trabalhado em feira antes, mas tinha ido em algumas. Gosto muito, do clima, das pessoas, tenho muitas lembranças dos meus filhos, com meu marido. [...] às vezes acontece alguma coisa que me lembra dos momentos, me leva pra outro mundo”.

Nessa perspectiva, Guattari (1992, p.158) afirma que os espaços físicos possuem estruturas para além das “visíveis e funcionais”, e se constituem como máquinas de sentido, de sensação, máquinas abstratas” que pode atuar “tanto no sentido de um esmagamento uniformizador quanto de uma re-singularização liberadora da subjetividade individual e coletiva”.

Nessa direção, os dados vão ao encontro com o pensamento do autor, como por exemplo uma breve conversa entre os artistas plásticos *Hugo e Nunes*:

Hugo: O que eu mais gosto do espaço daqui são as árvores e o canto dos pássaros.
 Nunes: Ah é verdade... isso é muito bom mesmo...
 Hugo: Quando eu era menina, perto da casa dos meus pais tinha uma praça com esses pássaros, é bem-te-vi, sabe?
 Nunes: Bem-te-vi lembra a infância mesmo, em parque a gente não tem como não ser um pouquinho criança de novo.

Os relatos a seguir também compõem exemplos interessantes os quais enunciam como os espaços são significados. Como o parque acomoda a feira, é possível perceber interseções das formas de sociabilidades de ambos os espaços. A proposta do espaço do parque está inscrita nas interações entre os agentes na feira.

“Aqui a gente está sempre feliz, é difícil chegar aqui e ficar triste! Aqui não tem muito espaço para tristeza não. Você vê esse movimento todo, vê as pessoas... é muito bom isso

daqui”, relatou *Flora*, artista plástica da feira, certa vez. Assim como contou *Liz*, artista plástica, durante as pesquisas de campo: “antes de trabalhar aqui eu tinha depressão, sabe... depois que meu marido faleceu foi muito difícil. Aqui eu encontro minhas amigas, converso”.

O parque e a feira como espaços organizados a partir de interesses e intenções em nível do planejamento urbano propõem certos usos e significados, tendendo direcionar as interações. Entretanto, tais tendências podem não prever as possibilidades de usos do local, assim como as formas de sociabilidades.

No caminho principal do parque, no qual acontece a feira, são planejados os espaços não apenas das barracas e dos produtos vendidos, mas dos profissionais, das pessoas. É comum os feirantes interagirem de acordo com esse espaço planejado, como a construção de laços sociais. “Eu venho aqui mais para encontrar minha amiga *Lourdes*, minha grande amiga. Conheci trabalhando aqui, senão fico só em casa, cuidando de neto”, relatou *Liz*, artista plástica.

É possível ainda perceber como tais interações espacialmente organizadas podem constituir identidades. Nessa perspectiva, se torna válido tomar como exemplo o relato de *Hugo*: “depois que passei a pintar pra cá eu passei a pintar melhor, eu converso com as pessoas, vou vendo o que vende... minha amiga *Roberta* me ensina muita coisa”. Os dados indicam também que os espaços podem também ser espaços políticos, em que os agentes se dispõem e ocupam posições a partir de seus interesses, intenções e ganhos, sejam esses materiais ou simbólicos.

A experiência de estar próximo de alguém que vende com frequência pode contribuir na percepção do artista plásticos sobre as demandas do mercado, em que o mesmo pode passar a produzir de acordo com as situações vividas com outros artistas plásticos.

No início da pesquisa de campo, *Nunes* vendia seus quadros perto do parquinho. Ao final da pesquisa, o artista plástico passou a se posicionar perto da entrada principal da feira. Segundo ele, o artista plástico *André* estava “atrapalhando suas vendas”. Para *Nunes*, *André*, que vende com frequência seus quadros, estava “roubando a atenção da freguesia”. *Nunes*, logo, passou a ocupar outro espaço na feira.

Apesar do esforço da coordenação da feira em organizar o espaço, locando, categorizando e hierarquizando os produtos e produtores, muitos feirantes não obedecem tal

planejamento por completo. Foi comum haver certa mobilidade dos feirantes nos lugares da feira. Foi possível perceber quatro aspectos dessa mobilidade.

O primeiro diz respeito ao lugar no qual estarão dispostos os produtos: a barraca ou o painel do feirante. Ou seja, um feirante que fica em uma barraca pode vir a trocar, informal e provisoriamente, de lugar com outro feirante que também fica em uma barraca. Assim acontece também com os artistas plásticos e seus painéis, que podem trocar de lugar, caso seja ambos estejam de acordo.

Não foram percebidos casos de feirantes que usam painéis trocarem de lugar com feirantes que usam barracas. Acredita-se que essa regularidade possa indicar que a mobilidade está associada a uma tentativa do feirante em não ser descoberto na sua informalidade. Além de indicar um contorno de grupos sociais, nos quais os membros são cúmplices entre si. Esses contornos indicam se constituir como uma identificação dos membros do grupo enquanto artistas plásticos.

O segundo aspecto diz respeito à proximidade das barracas. Barracas próximas frequentemente trocam de lugar, e os respectivos feirantes geralmente possuem algum tipo de laço social, como amizade e/ou coleguismo.

O terceiro aspecto diz respeito em como o parque interfere nos lugares divididos. A distribuição das árvores no caminho da feira pode oferecer sombra para algumas barracas e painéis e para outros não. Em dias quentes o sol pode fazer com que os feirantes busquem e disputem as sombras disponíveis ao longo do caminho da feira. A prioridade do local com sombra é sempre para o feirante formalmente localizado.

O quarto aspecto se refere ao grupo social. Ou seja, no grupo de artistas plásticos, dividido em dois espaços na feira (perto do parquinho e próximo da entrada principal na Rua Gavião Peixoto), os membros transitam de acordo com que acreditam contribuir positivamente à sua comodidade e venda. Um artista plástico pode passar uma temporada pintando próximo ao parquinho, acreditando ter ali maior movimento e chance de conquistar clientela, mesmo que esse não seja seu lugar formal. Outro artista plástico pode passar um período pintando próximo a Rua Gavião Peixoto. Houve casos também em que essas mudanças de lugares variaram de acordo com elementos como disputa de poder no interior do grupo. Tomemos como exemplo o relato de *Carlos*:

eu não aguento pintar perto dele, para ser sincero, não estou aguentando. Acho que vou ficar um tempo mais para o outro lado. Ele fica me perguntando se vou pintar isso ou aquilo, fica me perturbando. Eu gosto de ficar mais quieto na minha, não gosto de ficar conversando sobre minha pintura não, dando as cartas.

O próprio painel, estrutura usada pelos artistas plásticos, também é um fator que contribui na mobilidade. Além de ser o artista plástico a montar seu próprio painel, o que facilita na mudança de local², o mesmo é mais leve do que a barraca. Esse elemento possibilita que o artista plástico se camufle em lugares informais, tendo assim maior autonomia.

Os dados da pesquisa indicam uma relação entre o painel ou barraca com o feirante. Na feira, a estrutura [painel ou barraca] que irá dispor seus produtos também compõe o corpo do feirante. Cabe ressaltar que tais estruturas obedecem à categorias formalmente inscritas na feira: painel são para artes plásticas e barracas para os artesanatos. Nesse sentido, é possível pensar sobre como a montagem do painel do artista plástico pode estar referenciada à montagem de si, como parte do processo de constituição de suas identidades.

É coerente considerar o pensamento de Hall (2006) sobre as identidades, as quais se constituem afixamente acompanhando processos sociais também afixos e mutáveis, os quais podem despertar desejos e demandas variadas e até mesmo, contraditórias. Nesse universo de sujeitos possíveis, as identidades seriam identificações temporárias e contextuais. Ou seja, seriam identidades abertas, passíveis de mutações, relacionadas às práticas sociais e formas de sociabilidade.

Nesse sentido, é possível perceber os contornos das identificações dos membros dos grupos dos artistas plásticos como mutáveis. Como no caso de *Hugo*, que relatou certa vez:

Eu acordo como Hugo, olho para o lado e sou Hugo marido. Vou tomar café e sou Hugo pai, vou pegar o ônibus sou Hugo idoso, venho para cá, vejo as pessoas sou Hugo amigo, coloco meus quadros, arrumo, sou Hugo artista plástico, vendedor.

Os dados indicaram haver uma mobilidade de identificação dos membros, como no caso de *Hugo*, em variados contextos e demandas, até mesmo em uma mesma manhã. Portanto, é frutífero considerar a relação do corpo com a identidade. O painel pode ser vista como uma extensão do artista plástico, no qual será exposta a sua produção, suas ideias, sua

² Já a montagem das barracas depende de pessoas ou da feira ou do parque para realizarem o serviço. As barracas, que são montadas no início da feira, permanecem no lugar até o final. Diferente do painel do artista plástico, que pode começar em um lugar e terminar em outro lugar no mesmo dia de feira.

criação. O processo de montagem do painel, assim, pode ser visto como um processo de corporificação, em que se fundem a estrutura e o corpo do artista plástico, demarcando o território do mesmo no espaço: sua identidade.

A montagem do painel e a montagem de si

Ao pensar sobre a relação do espaço da feira com o corpo do feirante que usa o espaço no processo de constituição de suas identidades, enuncia-se a importância de perceber o corpo da estrutura que irá dispor seus produtos [painel ou barraca] no contexto das relações sociais. Mais do que um suporte para o uso, o espaço também pode ser visto como um dos elementos que constitui as identidades³.

Para compreender a espacialidade, Milton Santos, na parte *A dimensão espacial do cotidiano* do seu livro *A natureza do espaço* (2009, p.321), contribui de modo importante para a análise ao dizer que a dimensão espacial compõe a multiplicidade de dimensões da vida social. O espaço, primeiramente, é um componente imprescindível na materialidade do homem. Dessa maneira, o espaço pode ser visto como um dos elementos que condicionam a ação, constituindo-se como “uma estrutura de controle, um limite à ação; um convite à ação”. É no espaço que os homens se relacionam e supõe “informações para o seu uso”.

O espaço aberto do parque Campo de São Bento se propõe a ser, sobretudo, um espaço de lazer. Muitas das pessoas ali presentes estão com seus familiares, filhos, mães, pais, avós. A feira se constitui nesse espaço, sendo composta por atores que estão usufruindo do parque. A arquitetura paisagística do parque confere formas a sentimentos e induz sensações que perpassam as múltiplas possibilidades de interações humanas. As relações de comunidade e confiança podem ser vistas em momentos de venda e negociações, por exemplo.

As temáticas dos quadros a serem vendidos também podem ser vistas em congruência com o espaço. Muitos utilizam tons de verde, temas da natureza e flores, fortes contrastes; e muitos possuem temas turísticos, visto que o parque é um dos atrativos da programação do turismo da cidade de Niterói. As estruturas físicas e as estruturas humanas acabam por se

³ Segundo Menezes (2009, p.302), o espaço público urbano se configura em relação constante com a constituição das identidades e práticas das pessoas. Essa relação dialética entre indivíduo e o seu lugar estrutura as imagens sócio-espaciais, que simbolizam a cultura. Constituída por esse conjunto de elementos significativos para a vida humana, a cidade se consolida na existência de lugares públicos, como um de seus elementos mais duradouros.

entrecruzar, uma vez que convivem juntas. A pessoa no espaço e o espaço na pessoa. E assim, o objeto produzido – como fruto do externo com o interno – externalizado contextualmente.

Na feira, os vendedores de artes visuais são posicionados nos espaços com maior movimentação: perto do parquinho principal e perto da Rua Gavião Peixoto. Esses se encontram ao lado de seus painéis⁴, diferente dos demais feirantes, que se posicionam por detrás de suas barracas.

É possível perceber que alguns vendedores que são formalmente categorizados, pela coordenação da feira como “artesãos” e se consideram como “artistas plásticos” buscam uma distinção do grupo no qual estão formalmente inscritos. Alegam, muitas vezes, que é “mais fácil entrar na feira como artesão”, mas não são “artesãos”, são “artistas plásticos”. Houve casos de feirantes que se consideram artistas plásticos, mas não são formalmente reconhecidos como tal, se posicionarem ao lado de suas barracas, saindo detrás das mesmas. Esse comportamento se assemelha ao do artista plástico reconhecido pela coordenação da feira, o qual se encontra na maioria das vezes ao lado de seus painéis.

Essa busca por evidenciar-se apareceu constantemente na pesquisa de campo em conversas e entrevistas com vendedores de artes visuais. A contação das histórias de vida em conversas informais, como autobiografias bem casadas com causas e consequências evidentes, marcam como a pessoa constitui o objeto no espaço. Mesmo quando é esperado que o vendedor fique por detrás de sua barraca, o mesmo se posiciona ao lado da mesma, comportando-se como se identifica – como artista plástico – e identifica seu objeto – artes plásticas.

Os sentidos e o campo de possibilidades dos usos dos corpos são dados também pelas práticas discursivas. Assim como o corpo pode ser visto como um processo (CONNERTON, 1999), constituindo um dos elementos de identificação do agente no contexto, o espaço também se constitui constantemente em diálogo com as corporalidades vividas. Diferente da visão de Guattari (1992), Connerton (1999) percebe o espaço como palco da vida social, que possui dimensões das práticas humanas. As práticas corporais podem comunicar mensagens, convenções, conceitos e distinções.

⁴ Os painéis, de acordo com os vendedores de artes visuais, são as estruturas para o apoio dos quadros e as barracas são usadas para apoiar os demais objetos vendidos na feira – como formalmente chamados, pelo Espaço do Artesão, de artesanatos.

É comum, no mercado artístico, a explicação que o artista faz de seu objeto de arte, a motivação que o levou a fazer o que fez. O objeto está sempre referenciado ao conteúdo que o artista desejou traduzir. O processo de conceitualização do objeto perpassa também a posição social que o artista ocupa na cadeia hierárquica da vida social: apresentando seu acúmulo de capital. Assim, o objeto nunca está só, o artista sempre o acompanha para explica-lo, mesmo que simbolicamente⁵.

A similaridade de comportamento de pessoas que se classificam como “artista plástico” também se diferenciou das pessoas que se classificam como “artesão” nos primeiros contatos e entrevistas. Ao me dirigir a eles era frequente a receptividade dos artistas plásticos, sejam esses reconhecidos pela feira ou não. Foi comum durante toda a pesquisa me confundirem com um *marchand* ou um crítico de arte de algum veículo de comunicação, perguntando frequentemente se a entrevista iria ter uma visibilidade midiática ou se eu possuía contatos com donos de galerias..

Com “artesãos”, não houve muita receptividade nos primeiros contatos. Muitos não entendiam porque eu estava interessada em seus trabalhos e cheguei a ser questionada se eu era algum fiscal, se eu estava monitorando alguma coisa para o Espaço do Artesão e para a Prefeitura de Niterói.

Ficou evidente que a prática discursiva é comum no mercado dos produtores dos objetos vistos como “arte”. O saber⁶ fazer também constitui como valor e legitimidade do objeto como “arte”. Inclusive, os códigos e símbolos do comportamento do entrevistado evidenciam uma possível expectativa de um entrevistador ao entrevistar um “artista plástico”. A linguagem corporal traduz se o mesmo “sabe” o que faz e se está inserido no campo artístico, disputando no mercado e se possui uma rede de apoio (contatos). Ou seja, se é um artista integrado ou não: se é “realmente” artista.

⁵ Cabe destacar que o artista e o seu objeto de arte podem estar posicionados no mercado artístico, podendo assim carregar símbolos e códigos do mundo da arte (BECKER, 1982) e do campo artístico (BOURDIEU, 2007).

⁶ *Saber* aqui eu coloco como processo de conceitualização do fazer como parte do processo de valoração do produto feito como artístico. O processo criativo, logo, não parece estar desvinculado do contexto. E sim, o compõe e é composto pelo mesmo. A criação pode estar, portanto, referenciada aos valores e convenções sociais do mundo da arte. Os dados evidenciam uma busca do produtor em conceituar seu produto, visto ser essa uma prática comum entre os artistas plásticos: um comportamento identificável, que pode contribuir e firmar o produtor no espaço como artista plástico.

Já entre os produtores dos objetos vistos como “artesanato”, o “saber” fazer está em maior foco e a prática discursiva é estranhada por muitos. A idosa artesã que borda na toalha faz porque faz. A explicação sobre a motivação de sua ação se traduz no próprio fazer.

Entretanto, houve casos de pessoas formalmente categorizadas como artesãs pela coordenação da feira se verem como artistas plásticas. Essas pessoas, mesmo que o objeto seja urbano, configurando e reconfigurando a todo instante, relataram uma conceitualização do seu produto. Nesses casos, mesmo que os objetos sejam feitos no meio urbano, o discurso da tradição conceitua a prática, constituindo seu valor simbólico. E, portanto, sinalizando sua posição no espaço da feira, em que o produtor busca se diferenciar do grupo de artesãos.

Como no caso de *Hortênci*a, que mesmo que o seu tapete esteja sendo feito com outras linhas e agulhas diferentes dos instrumentos “tradicionalis”⁷ e aprendido em cursos técnicos, o discurso da tradição se evidencia como um valor. Saber a tradição de uma determinada técnica enuncia uma distinção do produto e do produtor diante do grupo. Nesse caso, é válido relacionar com o pensamento de Bourdieu (2007) ao dizer que o acúmulo de capital cultural que uma pessoa pode possuir pode resultar em uma distinção que a mesma pode usufruir: traduzindo em valores simbólicos como *status* e prestígio no grupo.

Posta em discussão uma possível corporificação [composição de um corpo final resultante da fusão do corpo do feirante com a estrutura – painel ou barraca, o qual acaba por demarcar um determinado território na feira], enuncia formas que os membros do grupo encontram em evidenciar-se e distinguir-se. Na feira, os membros, que encontram como aparato de sua imagem a estrutura que carrega seus produtos, são posicionados lado a lado, organizados em um mesmo padrão de barracas e painéis. Os produtos [objetos agenciadores de discursos] ali dispostos também compõem a imagem do feirante.

Nesse sentido, enuncia uma congruência da montagem da barraca ou do painel com a montagem do personagem a ser representado pelo feirante. O processo de montar a barraca ou painel, arrumar os produtos e sentar-se é marcado pela finalização do processo de afirmação da pessoa no espaço: do seu território na feira. A montagem da barraca ou painel pode ser referenciada como uma arrumação de um corpo, aparato da imagem do feirante. Como por exemplo o relato de *Geise*.: “quando eu vou arrumando a barraca eu estou arrumando eu

⁷ Coloco “tradicionalis” entre aspas com o objetivo de demarcar a dificuldade de desenhar uma tradição dos costumes e objetos, uma vez que as práticas sociais podem ser vistas como contínuos entrecruzamentos de intenções, possibilidades e experiências: como processos.

mesma, são as coisas que eu fiz aqui... estou passando quem eu sou, a imagem que quero passar, por isso arrumo tudo assim”.

Nesse sentido, assim como constituir-se espacial, material e corporalmente na feira, o feirante também constitui seu lugar nas interações. O seu território no espaço traduz a sua posição na organização social naquele contexto, sua identidade.

No painel ou barraca de venda na feira, os mesmos se constituem como aparatos da imagem que os vendedores buscam representar e traduzir em seus produtos. Ou seja, as suas identidades estão impressas em várias partes do território demarcado pelo feirante: na cadeira que irá se sentar, nos objetos produzidos e na própria organização dos objetos no painel ou barraca. Um objeto que o feirante considera que terá maior receptividade pelo público ou que foi produzido com maior êxito de acordo com seus padrões⁸ é colocado em um espaço do painel ou barraca que terá maior visibilidade. Essa visibilidade não se encerra no objeto exposto, e sim é uma visibilidade do feirante, de sua identidade.

Aqui eu coloco os quadros melhores. Mas eu vou mudando, porque nem sempre a gente acerta o que as pessoas vão gostar. Também depende do meu humor, uma hora eu acho que esse quadro está mais bonito e coloco aqui em cima, depois mudo de ideia e coloco ele cá embaixo ou até tiro. Mas me esforço né, é minha imagem que eu estou colocando aqui (Nunes).

No capítulo *As distâncias entre os homens* do seu livro *A dimensão oculta* (1977, p.105), Edward Hall afirma que os homens possuem modos de “estabelecer a distância que o separa de seus companheiros”, estando presentes distâncias íntima, pessoal, social e pública. A distância íntima entre dois indivíduos pode ser “esmagadora” devido ao “aumento de insumos sensoriais” (HALL, 1977, p.108). Ou seja, o cheiro e a voz da outra pessoa, por exemplo, marcando um envolvimento inconfundível entre os corpos. Na distância pessoal os indivíduos não tem tanto contato quando a distância íntima, havendo uma espécie de “bolha protetora” imaginária que mantém afastados os indivíduos (HALL, 1977, p.110). A distância social se dá no homem submetido à experiência, marcando as posições e as hierarquias – “o limite da dominação” (HALL, 1977, p.111). A distância pública ocorre fora do círculo de envolvimento direto, como quando um indivíduo pode se sentir ameaçado e fica em estado de alerta ou ação de fuga, por exemplo.

⁸ Os quais são padrões também sociais e históricos.

A regularidade dessas distâncias entre os homens pode ser vista como “consequência de variações dos sentidos”. Dessa maneira, o autor ressalta que o senso de espaço é afixo e instável. A percepção do espaço do homem é dinâmica e se relaciona com a sua ação – “o que pode ser feito num espaço dado” (HALL, 1977, p.106).

Dessa maneira, são desenhadas regularidades de ocupação de espaços e constituição de identificações. “A forma mais simples da personalidade situacional é aquela associada com reações a transações íntimas, pessoais, sociais e públicas” (HALL, 1977, p.107). O autor, logo, pode ser importante na compreensão do envolvimento dos feirantes nos espaços do parque e suas possíveis identificações com as relações que se estabelecem.

Em relação ao que Hall (1977) se refere à distância íntima, é possível perceber que a mesma se dá entre pessoas colegas ou amigas na feira. Tomando como base a regularidade das interações, as relações de coleguismos ou amizades que se constituem ali entre as pessoas se entrecruzaram com seus ofícios. Ou seja, os artistas plásticos se relacionam mais intimamente com outros artistas plásticos [formalmente inscritos como tal na feira], assim como acontece entre os artesãos. As conversas próximas e possíveis trocas de tato, como abraços, foram percebidas nesses casos, como um tipo de cumplicidade e formação de redes de apoio. Houve raras exceções em que indivíduos de atividades diferentes interagiram tão proximamente.

Tomando como referência ao que Hall (1977) nomeia de distância pessoal, foi a mais comum nas interações entre as pessoas na feira. Assim como foi visto na distância íntima, a maioria das interações com distância pessoal foi entre pessoas que ocupam a mesma atividade.

A distância social talvez seja a que mais interessa para a discussão, uma vez que sobressalta as posições e os valores simbólicos socialmente distribuídos. Os vendedores de artes visuais estão localizados nos espaços mais movimentados não apenas da feira, mas também do parque – próximo à entrada pela Rua Gavião Peixoto, aos brinquedos e áreas de exercícios. A maior movimentação e fluxo de pessoas marca, sobretudo, na perspectiva mercantil da feira, um fluxo de possíveis compradores – de capital. Essa reserva dos espaços mais movimentados aos vendedores de artes visuais marca um prestígio dos mesmos e de seus quadros e uma distinção perante os vendedores dos demais objetos ali na feira.

Um dado a ser ressaltado é que essas regularidades de interações a partir da observação das distâncias também pode ter se constituído a partir das proximidades entre as barracas e painéis. Vendedores de artes visuais estão localizados ao lado de vendedores de artes visuais, formando um grupo dessa categoria, podendo contribuir em certa coesão do mesmo. Os espaços destinados a esses vendedores são administrados pela Coordenação da feira. Apesar de os painéis serem enumerados, os lugares ocupados não são fixos.

Esse posicionamento privilegiado oficialmente pela Coordenação da feira pode também se constituir como um dos elementos de constituição do valor simbólico do vendedor e do objeto a ser vendido, carregado por *status* e prestígio. Esse valor simbólico agregado às artes visuais a partir da ocupação dos espaços mais privilegiados da feira pode se traduzir em duas dimensões.

A primeira marcando as artes visuais com valor acima dos demais artigos ali. Essa lógica cabe também à pessoa que representa aquele objeto: o produtor, artista plástico. A segunda caracterizando-se como uma tentativa de *marketing* da feira que a coordenação busca fazer. A presença de artes visuais na feira pode caracterizar que a mesma possui um valor simbólico que a distinga de outras feiras que possuem “apenas” artesanato, marcando também a presença de compradores de artes visuais. Ao tornar visíveis as artes visuais na feira, torna-se visível também o alcance do seu público, e assim sua “grandiosidade”: “nós não somos qualquer feira, temos aqui de tudo, desde artesanato até artes plásticas, para todo gosto, o nosso público é vasto, vem aqui muita gente importante comprar os quadros dos nossos artistas” (*Vilma*, membro da coordenação da feira). O valor da importância agregado às artes visuais demonstra o *status* dessa forma artística.

Os dados da pesquisa de campo enunciam uma relação entre a distinção das artes plásticas e dos artistas plásticos na feira. Ou seja, o produto como extensão do produtor, em que ambos experimentam o prestígio e *status* na hierarquização das formas “artísticas” e “não-artísticas”. O corpo do objeto dialoga com o corpo do artista plástico, em que ambos se constituem e são categorizados socialmente.

Referências:

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed, 1997.

ALEGRE, S. P. *Mãos de mestre. Itinerário da arte e da tradição*. São Paulo: Ed. Maltese, 1994.

AMOSSY, Ruth. *A imagem de si no discurso*. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/41341194/Amossy-Ruth-Ethos>>, 2010. Acessado em 14 de fevereiro de 2013.

BECKER, Howard S. *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press, 1982.

BEAUVOIR, Simone. *A Velhice*. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.

BOLTANSKI, L. e THEVENOT, L. *De la justification. Les economies de la grandeur*. Paris: Éditions Galimard, 1991.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo : Ed. Perspectiva, 2011.

_____. *Gostos de classe e estilos de vida*. In Ortiz, R. (org.) *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.

_____. *O Poder Simbólico*. Lisboa: Ed. Difel, 1989.

_____. *O Senso Prático*. Petrópolis, Vozes, 2009.

_____. *A Ilusão Biográfica*. In: FERREIRA, Marieta de Moraes e AMADO, Janaína (Org.) *Usos e Abusos da História Oral*. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

BOURDIEU, P., CHAMBOREDON, J. C., PASSERON, J. C. *Ofício de sociólogo*. Trad. Guilherme J. de F. Teixeira. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2007.

BOSI, E. *Memória e Sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Cia das Letras, 1994.

BUTLER, J. *Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”*. In: LOURO, G. L. (org.). *O corpo educado: pedagogias da sexualidade*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. p. 151-172.

CAMPOS, Sônia Cury da Silva. *A imagem corporal e a constituição do eu*. Ano 29, n. 54, Belo Horizonte : Reverso, 2007.

CANCLINI, Nestor. *Culturas híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 2011.

CONNERTON, P. *Práticas Corporais*. In: _____. *Como as sociedades recordam*. 2 ed. Oeiras: Celta, 1999. p. 83-119

DABUL, Lígia. *Um Percorso da pintura: a produção de identidades de artista*. Niterói, Rio de Janeiro: EDUFF, 2001

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Railton Souza Guedes e Coletivo Periferia. Ed. EbooksBrasil.com, 2003.

DIAS, C. Panela de barro preta. A tradição das panelas de Goiabeiras. Vitória: Ed. Mauad, 2006.

DI FANTI, M. G. C. Identidade, alteridade e cultura regional : a construção do ethos milongueiro gaúcho. São Paulo: Alfa, 53 (1), 2009.

DORTIER, Jean-François. Dicionário de Ciências Humanas. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2010.

ELIAS, N. *Mozart*. A sociologia de um gênio. Trad. Sérgio Goes de Paula. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 1995.

_____. A sociedade dos indivíduos. Org. Michael Schröter; Trad. Vera Ribeiro; Rev. técnica e notas Renato Ribeiro. Rio de Janeiro: Ed.: Jorge Zahar, 1994.

GATTI, L. M. e ECHENIQUE, V. M. M. Relaciones sociales em uma feria. Revista del Instituto de Antropologia. Número V, 1974.

GEERTZ, C. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC, 1997.

GELL, Alfred. Art and agency: an anthropological theory. Oxford: Clarendon, 1998.

GUATTARI, F. Espaço e corporeidade. In: _____. Caosmose: um novo paradigma estético. São Paulo: Editora 34, 1998. p. 153-165

GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana. Tradução Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

_____. Comportamento em lugares públicos: notas sobre a organização social dos ajuntamentos. Trad. Fábio Rodrigues Ribeiro da Silva. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

GOLDENBERG, M. A arte de pesquisar. Como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Ed. Record, 1998.

HALL, E. A dimensão oculta. Lisboa, Ed. Relógio d'água, 1977.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11ª edição. Rio de Janeiro : Editora DP&A, 2006.

_____. Da diáspora. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2011.

HEINICH, N. Ce que l'art fait à la sociologie. Les Éditions de Minuit, 1998.

_____. L'élite artiste. Excellence et singularité em regime démocratique. Paris: Éditions Gallimard, 2005.

HORKEIMER, M. e ADORNO, T. W.. A dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

LARAIA, Roque de Barroa. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro : Ed. Jorge Zahar, 2009.

LAUER, Mirko. Crítica do Artesanato. Plástica e Sociedade nos Andes Peruanos. Trad. Heloisa Vilhena de Araújo. São Paulo: Ed. Nobel, 1983.

MAGNANI, Jose Guilherme C. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. Vol. 17 n 49 junho, 2002.

MAINGUENEAU, D. Novas tendências em análise do discurso. Trad. Freda Indursky. São Paulo: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 3ª edição, 1997.

MARTIN, M.D.C. Le choix d'identité. *Revue française de science politique*, 42^e année, n. 4, 1992.

MARX, K. O capital. Crítica da economia política. Livro 1. Volume 1. O processo de produção de capital. Trad. Reginaldo Sant'Anna. 19ª edição. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2002.

OLIVEIRA, F, J. P. de. Uma etnologia dos « índios misturados » ? Situação colonial, territorialização e fluxos culturais. In *Mana* 4(1), 1998.

RIBEIRO, B. et alli. O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea. Funarte/ Instituto Nacional de Folclore, 1983.

SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

SENNETT, R. O artífice. Trad. Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2009.

SILVA, Tomaz Tadeu. Identidade e diferença – a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.

WEBER, F. Trabalho fora do trabalho. Uma etnografia das percepções. Trad. Roberta Ceva. Rio de Janeiro: Ed. Garamond, 2009.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (org). Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 07-72