

# MODOS DE REFERENCIAR ARTE POPULAR NOS ESPAÇOS DE VENDA EM FEIRA DE SANTANA

Hudson Soares da Silva<sup>1</sup> ; Carla Luzia Carneiro Borges<sup>2</sup>

1. Bolsista de iniciação científica pelo PROBIC/UEFS. Graduando em licenciatura em Letras na Universidade Estadual de Feira de Santana. *e-mail*: hudsonsm@live.com

2. Orientadora, Departamento de Letras e Artes. Universidade Estadual de Feira de Santana. *e-mail*: cccarlaluzia@hotmail.com

**PALAVRAS-CHAVE:** teoria de referência, Feira de Santana, arte popular.

## INTRODUÇÃO

Esta pesquisa configura-se como um sub-projeto no interior do grupo de estudos LINSPI, o qual tematiza a interface Linguagem, Sociedade e Produção de conhecimento em três espaços sociais: na escola, no cotidiano e na mídia/espço virtual. O estudo iniciado por mim, em 2011, de forma voluntária, sob a orientação da profa. Dra. Carla Luzia Carneiro Borges, intitula-se “Modos de Vender Arte Popular em Feira de Santana” e teve renovação concedida pelo órgão de fomento à pesquisa Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PROBIC/UEFS 2013-2014). Trata-se de trabalho na Linguística Aplicada, uma área de pesquisa de base interdisciplinar e que estuda as práticas de produção de conhecimento com a linguagem nos variados espaços socio-culturais. O estudo toma a noção de referência como aquela construída na interação, enfatizando, portanto, a construção de objetos de discurso. Tem como locus de pesquisa o Centro de Abastecimento de Feira de Santana, visto como espaço cotidiano de realização de práticas com a linguagem e de produção de conhecimento. Tem como objetivo principal **investigar os modos de referenciar arte em Feira de Santana, por vendedores de arte popular. Para dar conta desta investigação, será analisada a construção do objeto de discurso arte em Feira de Santana, mais especificamente, serão identificadas as expressões nominais usadas para falar de arte no Centro de Abastecimento e relacioná-las às ideologias presentes nos modos de vender arte na Cidade. Esta abordagem tem como pressuposto o fato de que através da linguagem se produz conhecimento, e de modo singular em espaços do mundo ordinário (DE CERTEAU, 2008), nos quais o homem interage com conhecimentos impostos por valores de grupos sociais hegemônicos. Este conhecimento muitas vezes não é legitimado pela sociedade e fica sem evidência em espaços não-formais de produção de conhecimento, como a escola e academias em geral. Pensar, portanto, nos modos de referenciar arte popular leva a uma reflexão sobre qual o espaço dos artesãos em Feira de Santana, numa cidade que tem o conhecimento produzido nas zonas de comércio informal, predominantemente. Outra questão é saber como este conhecimento produzido fora da academia afeta os modos de saber de prestígio.**

Para investigar o conceito de arte, no primeiro ano da pesquisa (2012-2013), dialoguei com teóricos e historiadores da arte, a saber, Amaral (1984), Azevedo (2003), Ficher (1983) e Janson (1977; 1988). Cada um destes tem um conceito de arte controverso, mas que, em um ponto, entram em consenso: a arte é tudo aquilo que se escolhe chamar de arte. No entanto, a arte não pode ser confundida com elementos da natureza. Ou seja, o sol, a lua, uma árvore não pode ser arte, pois não é uma criação do homem. Porém, há esta ressalva: caso o criador/artista crie uma situação que envolva um elemento da natureza, esta pode ser considerada. O que não é arte é unicamente um elemento isolado sem nenhuma intervenção que pode ou não ser considerada bela, pois se sabe que este parecer é subjetivo.

Discutindo sobre arte, Amaral (1984) destaca que, em todas as manifestações artísticas, há um retrato social feito pelo artista que, ainda para ela, reflete em suas obras o momento histórico em que está inserido. Para Fischer (1983), “o artista é uma espécie de mágico que apropria e acaba por transformar sua obra-prima em algo novo” (FISCHER, 1983, p. 10). Já Para Janson (1977), “definir arte é quase tão difícil como definir um ser humano. Todas as generalidades acerca da arte são, normalmente, fáceis de refutar” (JANSON, 1977, p. 10). Todavia, o conceito de arte que mais fez sentido, para mim, foi o de Azevedo que diz: “é evidente que a arte está no outdoor que vemos nas ruas, na arquitetura dos prédios e casarios das cidades, nos programas de TV, nos jornais e revistas, na internet, nas igrejas, nos templos, nos terreiros...” (AZEVEDO, 2003, p. 23) eu complemento, nas feiras e nas ruas das cidades. Isso porque esta concepção de arte reforça a minha visão de que o conhecimento se produz nos espaços cotidianos, inclusive, não-formais.

Para a noção de referência que melhor dá conta desta realidade como objeto de estudo, discuto duas teses de doutorado: Borges (2007) e Oliveira (2011). A teoria de referência diz respeito à construção de sentido/significado que se dá a determinados objetos de discurso presentes no mundo e são criados discursivamente, ao longo do tempo, pelas pessoas (Oliveira, 2011). Ainda segundo Oliveira (2011), buscar o sentido/significado das coisas compete à Semântica, mas não só a esta subárea da ciência linguística. Defendo, juntamente com Oliveira (2011), que a construção de sentido (acrescento também a produção de conhecimento sobre arte) está dentro e fora da Linguística, como o que Orlandi (2009) também concorda quando diz que “não há só uma maneira de se pensar a linguagem. **Há várias** [grifos meus]” (ORLANDI, p. 2009).

Neste ano de 2013, iniciei a pesquisa “Modos de vender arte popular dos ambulantes no Centro de Abastecimento em Feira de Santana” e continuo com os mesmos objetivos, mas agora focando os ambulantes que circulam no Centro de Abastecimento. Este olhar para os ambulantes possibilita melhor aproximação com o cotidiano de boa parte dos vendedores da cidade, que ainda não tem seu reconhecimento no meio social, sendo vistos como incômodo nas ruas da cidade. Outra noção importante para compreender este espaço das feiras e sua relação com relações de poder na sociedade, as quais contribuem para a condição dos feirantes na sociedade é a de ideologia. Chauí (1983) traz duas concepções de ideologia. A primeira como “atividade filosófico-científica que estuda a formação das ideias a partir da observação das relações entre o corpo humano e o meio ambiente, tomando como ponto de partida as sensações [...]” (CHAUÍ, 1983, p. 11). A segunda concepção é a seguinte: “ideologia passa a significar também o conjunto de ideias de uma época, tanto como ‘opinião geral’ quanto no sentido de elaboração teórica dos pensadores dessa época” (Chauí, 1983, p. 11). Tomo esta noção para melhor compreender o complexo contexto sócio-histórico no qual se formou o mercado de arte popular em Feira de Santana.

## **METODOLOGIA**

O estudo de caso fez-se necessário, pois se sabe que, em maior ou menor grau, a individualidade expressa a coletividade, utilizando um pensamento de Minayo (2011). Além disso, através dele pode-se extrair particularidades e generalizações que se fazem pertinentes a esta pesquisa.

Dessa forma são feitas visitas periódicas ao Centro de Abastecimento com o propósito de adentrar no cotidiano dos vendedores do campo escolhido e perceber as relações estabelecidas naqueles espaços de venda. Estou observando, a partir destas visitas, como era/é referenciado o objeto de discurso arte tanto na fala dos vendedores, quanto nas fachadas dos boxes. Durante estas observações, faço registro fotográfico de expressões nominais que são responsáveis pela construção do objeto de discurso arte.

## DISCUSSÃO

Observei, na pesquisa acerca dos modos de vender arte popular em Feira de Santana, realizada no Centro de Abastecimento da cidade citada, que há, neste espaço, inúmeros artistas/artesãos, porém não é dada a estes, que não são proprietários de boxes, uma merecida atenção. A proposta da pesquisa é saber qual a referência que os vendedores daquele lugar têm de arte, no entanto, a maioria destes vendedores tem uma noção de arte bastante limitada, pois exercem somente a função de vender. Ou seja, não há uma relação direta entre o objeto artístico e o vendedor neste espaço de vendas. Questiono-me se isto não é devido à não confecção dos objetos artísticos. Será que se estes vendedores fizessem seus objetos, a relação e postura de venda seria outra? Penso e defendo que sim, pois pude perceber nos ambulantes que circundam o Centro de Abastecimento uma postura diferente da observada nos comerciantes do espaço em questão. Há uma ligação entre estes ambulantes e os objetos artísticos percebidas, sobretudo, no discurso. Eles (os ambulantes) detalham, quando questionados, com maior ênfase de gestos e na fala sobre aquilo que produziram.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de tudo que vivenciei no Centro de Abastecimento, posso fazer algumas considerações. Esta pesquisa sobre os modos de vender arte popular em Feira de Santana tem relevância, pois valoriza a cultura local, já que esta cidade nasceu por conta do comércio e é conhecida também por isto. Em relação ao Centro de Abastecimento, fui em busca de vendedores/artesãos, mas o único vestígio, naquele espaço, de pessoas que vendiam os objetos que produziam foi o de ambulantes que circulavam por aquele espaço, vendendo para os donos dos boxes. Sobre os preços, os objetos vendidos naquele espaço não são baratos e, mesmo a arte popular, não é acessível à maioria dos feirenses.

Sobre arte, a maioria dos nomes dos boxes que vendiam artesanato, bem como os outros boxes, fazem referência ao objeto de discurso arte. Além disso, para o vendedor de artesanato do Centro de Abastecimento e para os teóricos de arte adotados, a arte é algo que serve para decorar.

Por fim, até agora, o que se pode afirmar sobre arte, referenciado pelos vendedores do Centro de Abastecimento, é que está ligada, geralmente, a elementos culturais. Fundamentado nesta afirmação, Amaral (1984) ressalta que a arte tem que ver com questões sociais. Logo, estas questões sociais estão ligadas à cultura de uma determinada época e de uma determinada sociedade.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, A. A. **Arte para quê?** A preocupação social na arte brasileira (1930-1970). São Paulo: Nobel, 1984.

AZEVEDO, Fernando A. **Isto é arte?:** uma reflexão sobre a arte contemporânea e o papel do arte-educador. In: ANDRIES, André (org). Caderno de textos: educação, arte, inclusão. Rio de Janeiro: Funarte, n.3 ago./dez., 2003.

BORGES, Carla Luzia Carneiro. **A criança e suas reescritas escolares:** as estruturas com determinantes. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas, SP: [s.n.], 2007.

CHAUÍ, Marilena de Souza. **O que é ideologia.** São Paulo: Brasiliense, 1983.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suelly Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social:** teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2011.

OLIVEIRA, Adilson Ribeiro de. **Processos de referênciação, emergência de representações sociais e produção de sentido:** um olhar sobre percursos interpretativos na atividade de leitura. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Letras. Belo Horizonte, 2011.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **O que é linguística?** São Paulo: Brasiliense, 2009.

