



# Passados e presentes cruzados na cultura material

*MÉTIS: história & cultura*



---

## *O passado-presente nas materialidades e nas representações da cultura material: a produção de suvenires em Bom Jesus (RS)*

*The past-present in the materiality and representations of material culture: the production of souvenirs at Bom Jesus (RS)*

***Adriana Fraga da Silva\****

---

**Resumo:** A arqueologia, como ciência social dedicada aos estudos da materialidade da experiência humana, a partir da cultura material – e de outras fontes a essa associadas – busca a compreensão de diversos contextos e agentes, não necessariamente, de tempos recuados, mas da sociedade contemporânea. Nesse sentido, este artigo trata da materialidade de alguns elementos da cultura material contemporânea, relacionada ao tropeirismo, na cidade de Bom Jesus (RS), mais precisamente, ao que se refere à produção de mulas artesanais vendidas como suvenires, lembranças, da cidade. Ou seja: trata das representações, dos sentidos e contextos da produção de um elemento artesanal que faz parte de uma teia tecida na construção do tropeirismo, como vetor de identidade, patrimônio e produto turístico naquela cidade.

**Abstract:** Archaeology as a social science dedicated to study of the human experience materiality, from the material culture – and other sources associated with that – it seeks to understand different agents and contexts, not necessarily in olden times, but in contemporary society. Thus, this article deals with the materiality of some elements of contemporary material culture, related to muleteers at Bom Jesus (RS) town, more precisely, it refers to the production of hand crafted mules sold as souvenirs of the city. That is, it deals with representations, the senses and production contexts of an artisanal element that is part of a web woven in the construction of muleteers, as identity vector, patrimony and tourism product in that city.

**Palavras-chave:** Cultura material. Representação. Suvenires.

**Keywords:** Material culture. Representation. Souvenirs.

---

\* Professora Adjunta no curso de História, área Arqueologia, da Universidade Federal do Pampa, campus de Jaguarão (RS). *E-mail:* adriafragasilva@hotmail.com



Tratar da cultura material contemporânea como fonte de estudo remete-nos à concepção da própria arqueologia como ciência tradicionalmente focada no estudo de passados. Entretanto, a arqueologia vem, desde outras abordagens, sendo apontada como a ciência social dedicada aos estudos da materialidade da experiência humana, a partir da cultura material – e de outras fontes a essa associadas – para a compreensão de diversos contextos e agentes, não necessariamente, de tempos recuados, mas da sociedade contemporânea. Nesse sentido, este artigo<sup>1</sup> trata da materialidade de alguns elementos da cultura material contemporânea, relacionada ao tropeirismo na cidade de Bom Jesus (RS), mais precisamente ao que se refere à produção de mulas artesanais vendidas como suvenires, ou seja; trata das representações, dos sentidos e contextos da produção de um elemento artesanal que faz parte de uma teia tecida na construção do tropeirismo, como vetor de identidade, patrimônio e produto turístico na cidade. (SILVA, 2010).<sup>2</sup>

A materialidade, neste contexto, é construída a partir das complexas redes dos processos de culturalização de artefatos. Para Ingold (2007), os humanos se preocupam com aquilo que outros humanos deixaram e é nessa preocupação e ação prática sobre os artefatos que a existência e a experiência do material se dão para a vivência humana. Nesse aspecto, a materialidade ultrapassa as propriedades físicas das coisas, é história (INGOLD, 2007), é relação. E, para este estudo de caso, é o atribuir valor à cultura material relacionada ao tropeirismo, que constitui a materialidade da cultura material, apresentada na história e na relação das pessoas com as coisas do passado-presente, na construção de seu tempo presente.

Compreender os processos, os mecanismos e os agentes da atribuição de significados e do dar valor à cultura material produzida e reapropriada pelos humanos é uma das tarefas da arqueologia. Tarefa que dirige os arqueólogos a novas vivências e a outras formas de ver o mundo e os objetos de pesquisa, talvez menos focados em abordagens que hoje chamamos *tradicionais*, buscam caminhos para análises que vão além das relações entre formas e funções, quantificações, identificações de relações diretas entre diferentes áreas de um sítio, regularidades culturais e estruturais que certificavam um modelo teórico ou um aparato metodológico, para citar aqui alguns exemplos.

Atualmente, os profissionais da arqueologia buscam novos caminhos, novas escolhas que aproximam os pesquisadores das comunidades em que os sítios arqueológicos estão espacial e socialmente inseridos. A relação

entre as ditas “coisas do passado” e as comunidades em presença têm animado muitos trabalhos. Isso escapa de abordagens que fazem, ainda hoje, algumas arqueologias fixadas no material pelo próprio material.

A esfera humana da cultura, nas análises mais tradicionais, andou, por muito tempo, deixada de lado, separada do contexto material da vida. Por sorte, ou melhor, pelo trabalho árduo de muitos, os ventos têm soprado com outra velocidade e em nova direção, e a cultura material é novamente abordada como parte da experiência humana. Conforme Pesez (1990, p. 181), a cultura material “é a relação do homem com os objetos, pois o homem não pode estar ausente quando se trata de cultura”. Pois é, arqueólogas e arqueólogos insistiram (e alguns ainda insistem), em tratar do material fechado nele mesmo e esquecem que ele só existe, no mundo e socialmente, em função das relações sociais, das comunicações e dos consumos que o criam e lhe dão valor/significado/sentido em diferentes contextos. (GLASSIE, 1999).

Portanto, busco, neste estudo de caso, a materialidade da cultura material, seu sentido e significado para determinada comunidade, na construção da identidade cultural, do patrimônio e da Terra do Tropeirismo como produto turístico. Atribuições e significados que se dão na relação entre pessoas e coisas. (THOMAS, 1996). Memórias de um tempo passado que, no hoje, dão novos significados à produção da cultura material contemporânea, em objetos que, para alguns moradores da cidade, constituem-se em *marcas daquele tempo*, mesmo que produzidos no hoje. No entanto, esse é o ponto central deste texto: abordar essas “marcas” e o significado do tropeirismo para os moradores de Bom Jesus, de forma a extrapolar a abordagem de uma “herança” do passado. O foco está em analisar o tempo presente propriamente dito, na relação das pessoas, nesse caso, dos artesãos com as “coisas”, ou seja: a cultura material, na construção da identidade, do patrimônio e de um produto turístico. Um presente que tem em si um passado, naquilo que, quem sabe, podemos chamar arqueologia do contemporâneo, ou então: “arqueologia dos vivos”, do vivido.

A cultura material, por sua vez, é, aqui, abordada como representação de outros tempos, no hoje. Elementos materializados da cultura tornam presença o que é ausência; tempo e fazer que não mais existem, à exceção das memórias e das histórias. Nessa perspectiva, “a representação é um processo pelo qual se institui um representante que, em certo contexto limitado, tomará o lugar de quem representa”. (MAKOWIECKY, 2003, p. 4). É a partir dessa perspectiva que aqui abordarei os souvenirs como



elementos da cultura material, relacionados à construção da Terra do Tropeirismo, como representação de identidades e produto turístico.

A representação, para este estudo de caso, é o produto de uma prática simbólica, como “matrizes de práticas construtoras do próprio mundo social”. (CHARTIER, 1991, p. 183). Nesse sentido, agentes promovem a representação de si, para si e para os outros, na mesma medida em que constroem seu cotidiano e seu horizonte de expectativas sob essa representação. A representação, como discurso construído “a distância do real” (CHARTIER, 1991, p. 182), passado, fomenta e é fomentada pelo real, discursivo e idealizado presente, a partir de elementos da cultura material. Assim,




a identidade só pode ser evocada no plano do discurso e surge como recurso para a criação de um nós coletivo [...]. Este nós se refere a uma identidade (igualdade) que nunca se verifica, mas que é um recurso indispensável do nosso sistema de representação. (NOVAES, 1993, p. 24).

Dessa forma, os objetos “do passado proporcionam estabilidade, pois se o futuro é aquele destino essencialmente incerto e o presente aquele instante fugaz, a única certeza que o ser humano possui é a verdade irrefutável do passado.” (PERALTA, s.d., s. p.).

A comunidade busca o futuro, apesar de incerto. Contudo, a busca não se dá somente pelos vestígios remanescentes de um passado relacionado ao tropeirismo, mas passado, presente e futuro se encontram na cultura material produzida no hoje, na produção artesanal de utensílios usados nas tropeadas turísticas e nos suvenires (na venda de artesanato). Elementos que, de uma maneira ou outra, são elaborados com a intenção de tornar presente o passado ausente.


Para Menezes (1997), a expressão “cultura material” refere-se a todo segmento físico apropriado socialmente, sendo, o artefato, apenas um dos seus componentes.

E por apropriação social convém pressupor que o homem intervém, modela, dá forma, a elementos do meio físico, segundo propósitos e normas culturais. Essa ação, portanto, não é aleatória, causal, individual, mas se alinha conforme padrões, entre os quais se incluem os objetivos e projetos. Assim, o conceito pode tanto abranger artefatos, estruturas, modificações na paisagem, coisas animadas (uma sebe, um animal doméstico), e, também, o próprio corpo, na medida em que ele é




passível desse tipo de manipulação (deformações, mutilações, sinalizações) ou, ainda, os seus arranjos espaciais (um desfile militar, uma cerimônia litúrgica). (MENEZES, 1983, p. 112).




Dessa forma, concebemos o artefato como parte da cultura material, muito além de um suporte físico do meio social, mas como a representação desse, elaborada na ação humana. O material, repleto de representações e significados, é, ao mesmo tempo, produto e vetor de relações sociais, de interações entre o humano e o meio socialmente construído. O foco é a relação entre sujeitos por meio *de* e *com* as “coisas” e suas representações, uma vez que são os agentes que trazem, para o presente, o passado reconstruído e reapropriado, ao atribuir valor a determinados objetos, histórias e memórias. Nesse processo, portanto, não somente trabalhamos com o elemento material em si, mas com o elemento em sua relação com as pessoas, nas memórias vivas e tramadas nas “coisas”.




A cultura material do contemporâneo e do passado, como representação, remete a memórias e identidades. O passado, nesse caso, é localizado e selecionado para fins vitais, na medida em que pode contribuir para manter ou construir identidades. É a partir desse enfoque que abordarei as representações materiais do tropeirismo, produzidas em Bom Jesus. Nessa perspectiva, percebe-se que a comunidade desenvolve um processo de “consciência patrimonial”, como valores compartilháveis e objetivos determinados. Tal consciência se dá via práticas não só de “relembrar” e “construir” ou “atualizar” o passado, mas também na vivência desses agentes com lugares e objetos relacionados ao tropeirismo. Objetos que não foram escavados em sítios, nem estavam empoeirados, guardados na reserva técnica do museu municipal, mas objetos que estão em uso e que foram elaborados *na e para* a comunidade contemporânea, como é o caso da produção artesanal de suvenires.

Abordar artefatos como fonte ou objeto de pesquisa vem, há muito, sendo discutido e posto em prática por diferentes metodologias e aproximações teóricas nas áreas da história, da arqueologia, da antropologia, entre outras. Abordar os objetos produzidos para fins comerciais, contemporaneamente, tem tido amplo espaço de debate e pesquisa na antropologia, no *design*, no turismo, nas artes plásticas. Entretanto, estes últimos não têm recebido grande atenção de arqueólogos. Os motivos variam, mas podemos apontar como um dos mais marcantes o fato de esses objetos serem produzidos no hoje, e tal






área ainda resistir, para o caso brasileiro, a abordagens da produção cultural material do tempo presente. A exceção, no Brasil, parece estar em estudos relacionados à etnoarqueologia, principalmente no que diz respeito a grupos indígenas contemporâneos. Num trabalho ou noutro, aparecem abordagens referentes aos materiais produzidos para fins de comércio, os quais tratam de artefatos produzidos para grupos externos aos de seus produtores. Esvaziados de funções e significados originais (do grupo que o elabora), o artesanato ocupa outros espaços e novas funções, dentre essas a decorativa, na resignificação do artefato, com vistas à comercialização, ainda que repletos de significação, conhecimento, memórias e técnicas (LIMA et al., 2006; SOUSA, 2009).



Ao produzir o artesanato o artesão está, mesmo inconscientemente, rememorando a sua prática material mediante a recriação simbólica de suas relações sociais. Já o consumidor, quando compra uma peça de artesanato, interage com o tempo e o lugar, porque a fruição estética e o uso prático dele permitem-lhe vivenciar a lógica cultural de uma localidade cujos costumes, muitas vezes, se distinguem dos seus e por causa disso reinventa o objeto dando-lhes novas conotações (resignificação). (DIAS FILHO; OLIVEIRA, 2008, p. 2).



Ao tratar dos objetos do tempo presente, estamos diante de toda a tralha material que envolve a movimentação de produtos em lombos de mulas com a prática do tropeirismo, representada nos souvenirs (veja-se, por exemplo, as figuras 2, 3 e 4). Tais produtos marcam o diferencial identitário dessa comunidade perante as demais, representam a trajetória construída pelos bom-jesusenses, para identificarem sua cidade com o tropeirismo. Assim, os objetos do tempo presente representam um tempo, uma história, uma prática, um saber-fazer. Estão, portanto, impregnados do humano. (GLASSIE, 1999). Uma vez que comunicam e remetem ao patrimônio identitário, por meio de um grupo ativado, os objetos representam novos produtos a serem consumidos na prática turística, abertamente fomentada ao comércio, como produto cultural.



## A cultura conveniente na esteira da história: a fábrica de mulas

Há quase quatro anos, a cidade conta com uma loja de artesanato, a “Naturarte”, localizada no centro da cidade. A loja tem como principal produto *mulas* esculpidas em madeira. Apesar de o estabelecimento ser recente, o casal de proprietários (Lourdes e Volnei) trabalha com artesanato relacionado ao tropeirismo há mais de dez anos. Inicialmente, como afirma Lourdes, faziam “de tudo, fazia vaquinha, cavalinho, tudo quanto era bicho que a gente imaginava a gente fazia, né”. (apud SILVA, 2010, Apêndice A.4.1).

Num primeiro momento, a produção se deu por lazer. No entanto, pouco a pouco, foi sendo atrelada a um importante evento bianual que ocorre na cidade de Bom Jesus desde 1992: o *Seminário Nacional sobre o Tropeirismo* (Senatro), compondo os presentes oferecidos aos palestrantes do evento e, posteriormente, ganhando mercado certo, tanto entre os participantes do Senatro como entre os turistas que por Bom Jesus passam. E o “carro-chefe” da “Naturarte” são as mulas.

As miniaturas em madeira, produzidas pelo casal, vendidas na cidade como suvenires da “Terra do Tropeirismo”, como um “produto oficial”, remetem a materialidades, o que significa dizer que estão muito além de sua faceta material. Assim como os artesanatos de diferentes cidades, bairros, associações comunitárias, grupos étnicos e outras organizações sociais e culturais, os suvenires produzidos pelo casal compõem e são compostos por histórias, valores, representações, discursos, etc., que remetem ao patrimônio representativo da identidade, quer produzidos a partir do “nós de nós” ou do “nós dos outros”. (PRATS, 1997).<sup>3</sup>

O artesanato, por interagir com as múltiplas formas de representações culturais, se apresenta como um objeto de estudo oportuno para percebermos alguns aspectos conceituais da combinação entre a dimensão simbólica e a motivação econômica, intrínsecas a tal prática, que ainda não estão perfeitamente resolvidos. Confeccionando um artefato, os artesãos não apenas reforçam a tradição de sua comunidade, como também assumem a condição de mola propulsora da economia local. (DIAS FILHO; OLIVEIRA, 2008, p. 1).

Nesse sentido, é por meio do artesanato que alguns grupos estruturam a representação de si, representação que só existe perante






um outro, a partir da constituição das identidades que, como coloca Hall (2000, 2006), é pautada pelas diferenças entre o *nós* e os *outros*. Diferença estruturada a partir da memória e na construção do passado no presente, considerando que, para o caso de produtos como os suvenires, remetem ao passado histórico calcado nas possibilidades apresentadas pelo turismo patrimonial/cultural, centradas naquilo que Yúdice (2004) chama “economia criativa”, movimentada pela conveniência da cultura.

A produção de suvenires, para o caso em estudo, é um dos elementos centrais da representação. Mesmo que inconscientemente para a sociedade que o produz, são as representações de si, por meio de elementos como o artesanato, os quais nos permitem melhor entender a atuação de um grupo de pessoas no que se refere à construção de uma identidade e de um patrimônio.

A confecção das *mulinhas* artesanais “o mais parecidas com o real”, como diz Lourdes, além de não ser tarefa fácil se considerarmos as esferas da prática manufatureira, coloca o artefato no lugar *do que e de quem* ele representa: tropeirismo, tropeiros e, por conseguinte, a Terra do Tropeirismo. A cultura material, nesse sentido, comunica algo ao receptor, ao consumidor. Impregnada de sentidos desde o momento da criação, compõe-se como signo representante de algo. Para Glassie (1999), os objetos nada representam, significam ou comunicam sem que tenhamos, como parte de sua análise ou leitura, seu contexto. Esse, por sua vez, perpassa três etapas básicas: criação, comunicação e consumo, que, por vezes, coexistem. Em cada uma delas os objetos, ao deixar o projeto mental do artífice e ganhar formas e conteúdo físicos, são impregnados de significados, que remetem a diferentes representações e usos. Na perspectiva do autor, o contexto está inserido no objeto, e esse tem, em cada uma ou nas três etapas, quando concomitantes, múltiplas funções e significados. Vamos, então, explorar um pouco mais esse contexto.


### A criação

Na primeira etapa, a criação (GLASSIE, 1999), considera-se o aprendizado, a técnica, a memória, a forma, as expectativas, etc., desde a formação do *design* em mente até o ato de criação material. Contudo, esse momento se dá de forma cooperativa e não de modo solitário.




[Lourdes] Aí a gente começou a melhorar elas porque, no começo, elas eram muito desajeitadas, né, daí com tempo um dava uma ideia daqui outra dali, a gente foi melhorando elas, né. (Apud SILVA, 2010, Apêndice A.4.1).

Os artesãos aqui analisados, além do trabalho conjunto do casal e da colaboração (ideias) de alguns moradores da cidade, em sua rotina produtiva e comercial, fazem uso de memórias e recordações para a produção dos produtos. Lourdes, que é filha de tropeiro, narra o quanto foi importante, na estruturação do negócio, contar com as lembranças do passado e com alguns conhecimentos sobre como uma mula é arreada. Recordações que não eram dela, mas que lhes foram transmitidas por seu irmão mais velho que, por mais tempo, conviveu com o fazer do pai.



[Lourdes] Ahn, mas quando a gente começou, ele já era falecido [em referência a seu pai], mas enfim a gente, a gente tem as lembranças do tempo que ele fazia o cesto, né, ahn, então muita coisa serviu, o meu irmão mais velho sabia como montar assim, porque tem que, tem que montar assim de acordo com, com a realidade, né... Então ele nos ensinou muito assim como arrear a mulinha, como, a gente procura fazer o mais real possível, né. (Apud SILVA, 2010, Apêndice A.4.1).



Nessa perspectiva, a criação se dá, como sugere Glassie (1999), de forma associativa, na vinculação com memórias, histórias e lembranças, que partem desde as narrativas sobre formas de fazer, apresentadas a eles pelo irmão de Lourdes, com lembranças de seu pai e até com memórias e histórias constituídas por eles no hoje, em sua relação com o desenvolvimento de um produto que remete à autoidentificação da cidade.

A produção, por sua vez, inicia pela captura da matéria-prima base, a madeira, realizada por Volnei. Posteriormente, Lourdes confecciona as pré-formas, os “girinos”, como carinhosamente ela as denomina (figura 1). Volnei “lapida os girinos” com a ajuda de Lourdes e com a utilização de lixas de diferentes granulações. Ela faz os cestos com fibra vegetal coletada na região; ele, as bruacas de couro e, ainda, confecciona o rabo e as crinas das mulas com pelagens naturais, fornecidas por amigos da cidade a cada tosquia dos animais.

[Volnei] É, esse, esse aí é outro material que a gente faz, por exemplo, os cestinhos aí já é a Lourdes que faz. A gente faz as bruaquinhas, que



agora não têm, que é de couro, né, também pra pôr na mulinha, é material de fibra e material que a gente tem por aqui, né, da palha do butiá. (Apud SILVA, 2010, Apêndice A.4.2).

[Lourdes] Isto, a gente procura trabalhar muito com fibras, com semente, né, então a folha do butiá que é uma arvorezinha nativa aqui nossa, né, que eu já considero nossa. Do butiá a gente aproveita tudo, é a semente, é a folha, né, e é sempre muito bem-aceito, sempre ficam trabalhos muito bonitos. (Apud SILVA, 2010, Apêndice A.4.2).



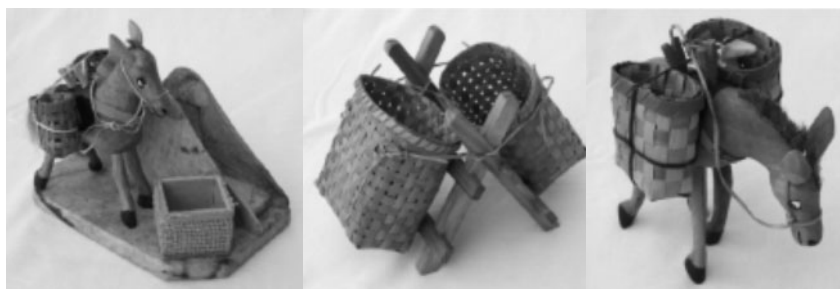
**Figura 1:** Utensílios (faca e lixa) para a confecção de pré-formas das mulas artesanais

*Foto:* Artur Barcelos (2009).

*Fonte:* Acervo dos artesãos.

Os “adereços” das mulas, confeccionados com materiais naturais e com a constante preocupação voltada à aceitação estética do turista, são aplicados por Volnei. Nota-se, aqui, a divisão colaborativa do trabalho. Apesar de o produto final ser um, o artesão não é único. Aqui o trabalho manual coletivo materializa um projeto mental que não corresponde à imagem idealizada apenas por um ou por outro, mas a um híbrido do *design* pensado pelos dois. O produto final, *a mula*, é vendido separadamente ou agregado a outros produtos, como: porta-chaves, porta-guardanapos, puxados por carroças ou carretas, compondo cenários de minialpões (como maquetes), etc.





**Figura 2:** Porta-guardanapos e paliteiro; porta-objetos em formato de cangalhas de cesto; mula em madeira arreada com cargueiro de cesto

*Fotos:* Artur Barcelos (2009).

*Fonte:* Acervo dos artesãos.



**Figura 3:** Mulas arreadas com sacas de carga e com cargueiro de couro (bruacas)

*Fotos:* Artur Barcelos (2009).

*Fonte:* Acervo dos artesãos.

As peças são esculpidas com uma afiada faca desde a confecção da pré-forma da mula, que mais tarde recebe pernas e orelhas, também em madeira, e as crinas até o produto estar pronto. A lixa dá os retoques no processo de materialização do *design* mental por eles elaborado. Após estarem prontas, as mulas são arreadas: recebem arreios, cestos, bruacas ou carroças para puxar, etc. A pigmentação é feita com corantes naturais ou verniz, betume e outros produtos destinados ao trato de madeira. Os olhos e a boca são desenhados em pirogravura.

Na figura 4, observa-se que, como uma maquete, a produção representa uma tropa de mulas sobre um caminho; além da representação material e simbólica do tropeirismo, pautada numa produção do tempo presente, os artesãos têm o cuidado de, ao representar o caminho – a

estrada –, também fazer referência aos muros de pedra, conhecidos na região como “taipas”, que demarcam essas estradas na região dos Campos de Cima da Serra, na expectativa de, como diz Lourdes, “fazer o mais próximo do real”. Contudo, o artesanato por eles produzido é alimentado pela demanda turística que aos poucos chega à região. A preocupação com a aceitação pelo turista da matéria-prima empregada dá mostras disso.



**Figura 4:** Mulas produzidas em madeira por Lourdes e Volnei. Loja de artesanato Naturarte, Bom Jesus  
*Fotos:* Artur Barcelos (2009).  
*Fonte:* Acervo dos artesãos.



O casal elabora objetos que comunicam, representam o tropeirismo e sua relação com a cidade, como observamos no “Bom Jesus RS” gravado no arreiro ao redor do pescoço da mula, sinalizado, na figura 4, dando mostras do papel que a mula em madeira desempenha. Trata-se de, como muito ouvi durante os trabalhos de campo que desenvolvi na cidade em 2008 e 2009, “uma lembrança da cidade”, um objeto que comunica a cidade, seu passado, sua identidade. (SILVA, 2010).

No entanto, se o fundamental não é a coisa em si e sim o seu valor simbólico, é importante detectar não só a questão objetiva, mas sua inserção como valor cultural para determinado grupo social. Chartier (1991) explica que, nesse sentido, sendo escolha, o patrimônio pode ser visto como representação social, relação estabelecida entre um objeto material, ou imagem presente, e algo ausente. Em Bom Jesus, por exemplo, é perceptível a representação de uma atividade, no artesanato, que produz mulas em madeira e outros objetos, nos quais os tropeiros, em si, não estão, objetivamente, representados, mas parecem estar “naturalmente implícitos” na representação de um fazer por meio dos animais esculpidos e de toda a tralha que os acompanha. O tropeiro é o sujeito ausente, mas, ao mesmo tempo, presente na representação.

Como registrado, a partir de entrevistas, vivências e observações em campo, para os artesãos o tropeirismo é sinônimo de mulas que carregam “coisas”, sendo o tropeiro pouco ou nunca diretamente representado. Diferentemente do que encontrei em outros setores da cidade, onde os objetos são coadjuvantes, ainda que muito presentes nos relatos orais, há em pauta o discurso enaltecido dos épicos heróis tropeiros. (SILVA, 2010). Evidentemente, devemos fazer um parêntese e pautar o conveniente mercado encontrado pelo casal de artesãos, que, por vezes, não tem muita clareza acerca do que representa para outros, ou seja, o tropeirismo como ação de sujeitos e passado. No entanto, têm eles muito claro o quanto o produto criado é atrativo aos turistas, partícipes ou não, da história alheia, da história dos tropeiros.

### A comunicação

Relacionada ao comércio, à doação e à colaboração, a comunicação, segundo Glassie (1999), em muitos contextos, está mesclada no ato da criação e, em outros, ao consumo; está, portanto, na intenção do criador



em relação ao receptor. A comunicação, sendo objetivo, entre criador (artesão) para com o consumidor, se dá na expectativa do primeiro que é a de alcançar o segundo. Entretanto, a recepção do consumidor varia de acordo com a consciência do mesmo em relação ao contexto primeiro do produto consumido. Por exemplo: se um turista, após ter navegado pelo *site* da cidade ou ter conhecido via comentários de alguém ou de outro canal publicitário qualquer, chega à cidade ciente de que está na Terra do Tropeirismo, há podendo consumir as representações ofertadas, os suvenires, de forma a tornar eficientes os objetivos comunicativos dos criadores. Entretanto, se um visitante não está ciente de que Bom Jesus é a Terra do Tropeirismo e chega à cidade de passagem, o mesmo não encontrará logo, no momento de sua chegada, referências de que está na Terra do Tropeirismo. Informação essa que chega no convívio com os espaços de hospedagem, no centro de informações ou na loja de artesanato. No entanto, o mesmo pode adentrar a loja e comprar uma das mulas por achá-las bonitas, como objeto decorativo que remete ao mundo rural e não, necessariamente, à sua relação com o tropeirismo. Essas variantes de recepção não estão ao alcance do criador, mas são bases da autonomia da percepção do receptor (consumidor), que imprimirá novos significados aos objetos que poderão substituir ou se aglomerar àqueles impregnados pelos artesãos.

O mesmo processo ocorre quando o artesanato é adquirido para um terceiro a ser presenteado, ou quando, por diversas razões, o consumidor, ao fazer uma reformulação nos objetos dispostos em sua casa, resolve “livrar-se” da mula, dando-a para outro. Nesse cenário, nada garante que o receptor seguinte, ao ver o objeto, seja remetido a lembranças da Terra do Tropeirismo, mas pode lembrar-se de quem lhe deu o artesanato. Esvaziado do sentido e da representação primeira, ao objeto é atribuído um novo significado pautado pelo ato da doação. (SILVA, 2010).

Buscando aprimorar o “canal de comunicação” e seus negócios, os artesãos têm estruturada uma rede de colaboração e comércio que alimenta as possibilidades de comunicar ao consumidor a Terra do Tropeirismo. Essa rede está ancorada em hotéis e pousadas no município, bem como na fazenda do Cilho – um criatório de mulas e pousada –, onde o artesanato do casal está à venda. Nessa relação de colaboração, os dois setores fomentam o consumo e a expansão das ideias centrais da construção da Terra do Tropeirismo, valendo-se de objetos que trazem essa representação.



## O consumo

Assim como a criação e a comunicação, o consumo está amplamente relacionado a contextos que imprimem e expandem significados aos objetos comercializados. Nessa perspectiva, o contexto está no objeto (GLASSIE, 1999), é dele que partem as cadeias de associações que elaboram, imprimem e agregam novos significados.

O artesanato vendido, em seu ponto de partida, representa a cultura material de um modo de vida, de uma forma de ver e experimentar o mundo. Representa parte da materialidade da hoje denominada Terra do Tropeirismo. Representa uma identidade e um patrimônio construídos no presente e configurados em bens de consumo que não se fecham em seu valor de uso, mas que estão ancorados em seu valor simbólico.

Existem dimensões do desenvolvimento da cultura. A cultura material e expressiva é um recurso subvalorizado nos países em desenvolvimento. Ela pode gerar renda através do turismo, do artesanato, e outros empreendimentos culturais. O patrimônio gera valor. (BANCO MUNDIAL apud YÚDICE, 2004, p. 31).

A compreensão das ações de diferentes agentes sociais e da atribuição de significados está relacionada à própria noção de valor. O valor que é dado a determinado objeto, o que remete à sua significação e patrimonialização, não se encontra apenas nas suas características físicas e morfológicas, mas em tudo o que ele representou, representa e/ou passará a representar.

Alves (1987) questiona a ideia de que os valores possam ser universais e eternos, afirmando que os mesmos são histórica e culturalmente construídos e ressignificados pelos seres humanos em suas diferentes relações sociais. Além disso, todas as coisas têm, potencialmente, esse valor simbólico; o desafio é como analisá-lo em diferentes contextos empíricos.

Nesse sentido, o consumo, relacionado à criação e à comunicação, está ancorado nos diferentes usos, nas assimilações e na preservação dos objetos. (GLASSIE, 1999). Steffen (2008), ao analisar a produção, a circulação e o consumo de *pêssankas*, em comunidades etnicamente relacionadas à cultura de imigrantes ucranianos em Santa Catarina, parte das faixas de categorias de produção, as quais consideram desde o grupo



produtor até a finalidade do produto (comercial ou não), a que foram elaboradas por Soares (1983). Inspirada nesse trabalho, ao tentar examinar a produção do artesanato local, deparei-me com duas situações: a primeira apresenta o artesanato que não tem como inspiração as particularidades históricas, culturais e ambientais da região. Trata-se do artesanato de crochê, tricô, pintura em panos de prato e vidros, etc., presente em todas as cidades do País. A segunda situação é a do artesanato da “Naturarte”, que, além da venda dos produtos básicos apontados acima, se destaca pela originalidade das mulas em madeira. A segunda situação pode ser analisada a partir da segunda faixa proposta por Soares (1983):

Têm esses artífices, como denominador comum, no processo de comercialização de suas peças, a modificação do comprador. Este aparece agora ligado à indústria do turismo, já não é mais o usuário vicinal, regional. (p. 9).

A modificação do receptor, para este estudo de caso, se dá pela consciência patrimonial e da história local que o mesmo adquire ao vivenciar o lugar e consumir produtos que, simbolicamente, levam a Terra do Tropeirismo para sua casa, bem como pelos novos mercados abertos a esses produtos na esteira do fomento ao turismo e da divulgação da região dos Campos de Cima da Serra. Segundo Glassie (1999), é nesse contexto de consumo que os significados dos objetos se expandem e se consolidam em seus diferentes usos e na busca da preservação.

E é da produção desses representativos artefatos que a família de Lourdes e Volnei se mantém economicamente. Se, por um lado, sua fonte de renda está “no tropeirismo”, por outro, pouco eles conhecem desse fenômeno ocorrido no passado da cidade de Bom Jesus. Nossos artesãos participam do Senatro, feira de artesanato, e lá expõem e negociam seus produtos em outras feiras no Estado do Rio Grande do Sul e fora dele, mas nunca conheceram, pessoalmente, alguns dos vestígios arqueológicos desse passado, como, por exemplo, as ruínas do posto de pedágio e registro de Santa Vitória, os corredores de tropas, o passo de Santa Vitória, etc. (Silva, 2006, 2010).<sup>4</sup> Desses locais, eles, apesar de deixarem claro que sabem da importância histórica, só ouviram falar e conheceram por vídeo. No entanto, mesmo sem experienciar presencialmente esses locais, o casal, na conveniência da cultura e na esteira da história, vivencia o fazer do tropeirismo *no e do* tempo presente,

por meio de uma atividade comercial que ganha espaço a cada ano, no desenvolvimento das economias criativas: o artesanato. Contribuem e colocam em prática a mítica preservação das tradições, mesmo que essas, de todo, não lhe pertençam.

Na entrevista que realizei com Volnei e Lourdes, em janeiro de 2009, pude perceber que sua relação com a cultura material ligada ao tropeirismo, além do que eles produzem, está diretamente associada a outro inventário que não está nos sítios arqueológicos, mas nas fazendas e casas da cidade. É contemporâneo, faz parte do vivido. Ao perguntar ao casal se conhecia algum vestígio do tropeirismo de tempos passados, na cidade, apresentaram algumas incertezas, mas apontaram os objetos utilizados para arrear mulas e transportar produtos. Talvez por ser esse o tema de seu trabalho, na produção de peças que não remetem às suas identidades, mas a outra, à tropeira, à da cidade, a experiência do casal parta de outras referências.

[Volnei] Umas casas, os lugares. Deve ter algumas casas antigas, né Lourdes?

[Lourdes] O que que eu vou dizer...

[Volnei] No interior, no interior acho, nas fazendas deve ter.

[Lourdes] Ah, eu lembro que na minha casa tinha os materiais. Assim, tipo cangalha, bruaca, cesto...

[Volnei] E tem, tem muitos lugares que têm, mas tá mais como decoração hoje em dia, né.

[Lourdes] É mais como enfeite, né.

[Volnei] Mais como lembrança.

[Adriana] Não pra uso.

[Volnei] Lembrança daquele tempo, né.

[Lourdes] É, enfeitando, né, até a própria roda da carreta, né, que não era totalmente o [tropeirismo], mas eles usavam também, né, como transporte.

[Volnei] Tem muitas fazendas que têm, mas tá lá num canto, assim.

[Adriana] Só pra olhar.

[Volnei] É pra lembrar, né.

[Lourdes] É pra enfeite, né. (Apud SILVA, 2010, Apêndice A.4.2).

No diálogo não há, de forma espontânea, referência aos lugares e sítios arqueológicos referentes ao tropeirismo, mas a outros lugares de memória, às coisas de uso cotidiano da atividade (cangalha, bruaca, cesto), as quais apontam às novas funções e aos significados atribuídos,

a novos consumos do passado no tempo presente, ao uso e à conveniente “cultura tropeira” da produção e à comercialização do artesanato. Para Lourdes, esses objetos, hoje, estão servindo de enfeite em casas e galpões. O fato de produzir, cotidianamente, suvenires com função decorativa para turistas, mas para alguns consumidores permeados de significados representativos da Terra do Tropeirismo, a leva a perceber os objetos do passado, utilizados no presente, como enfeites. Uma decoração permeada de representações como o seu artesanato, mas por ela não percebidas.

Volnei, por sua vez, consome o passado e a experiência com os objetos de diferentes formas, aponta aos artefatos como sendo instrumentos da lembrança. Objetos que trazem recordações, como ele mesmo diz: “Lembrança daquele tempo, né”, mas de um tempo que, pela entonação da fala, parece não ser o seu ou do seu passado. Trata-se, todavia, de artefatos que não apenas representam o tropeirismo, mas também um tempo, um mundo distante do deles e, contraditoriamente, tão próximo no elo criado pela conveniência da cultura na elaboração da economia criativa.



**Figura 5:** Em detalhe, a divulgação do artesanato no *site* da cidade (BOM JESUS, 2009)  
*Fonte:* Acervo dos artesãos.



É com a ideia de “lembrança” que a venda dos suvenires produzidos pelo casal é apresentada no *site* de divulgação turístico da cidade (figura 5). É a lembrança de um contexto do passado representado num objeto produzido no tempo presente. Longe de ser apenas um produto comercializável, a cultura material produzida pelo casal é um elemento carregado de materialidades desde sua criação, comunicação até o consumo. É na esteira da história, centrado na conveniência da cultura, que o artesanato vendido como souvenir traz o “nós dos outros” e o “nós de nós” na construção da identidade local e do patrimônio focado no tropeirismo. A cultura material contemporânea, portanto, merece maior atenção de arqueólogos, na medida em que é por meio dessa que as representações do tempo presente se dão. Passados são idealizados na representação/elaboração devido à presença ausente “daquele tempo”.



## Notas

---

<sup>1</sup> Este artigo é parte do estudo desenvolvido como tese de doutorado defendida em janeiro de 2010, no PPG-História da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, sob orientação do Dr. Arno A. Kern.

<sup>2</sup> Na cidade de Bom Jesus (RS), localizada na região dos Campos de Cima da Serra, emergiu, desde os anos 90 (séc. XX), o processo elaborador de uma nova identidade, a identidade tropeira. A cidade localiza-se, historicamente, em uma das principais rotas de trânsito dos séculos XVIII e XIX, por meio da qual tropeiros de várias origens faziam um vai-e-vem na condução de tropas de gado, bem como no transporte em lombo de mulas dos mais diversos produtos. (SILVA, 2006). Nesse cenário, a cidade, até então relacionada a essa prática como um lugar de passagem, fecha o século XIX e inaugura o século XX com um tropeirismo




local, de abastecimento interno da comunidade e de grande fluxo comercial com outros municípios. Entretanto, o transporte de produtos em lombo de mulas deixou o mundo da prática e toma acento nos processos de construção dos patrimônios e das identidades locais contemporâneas.

<sup>3</sup> Nesse sentido, Prats (1997) apresenta como “nós de nós” as representações elaboradas na construção das identidades locais e dos repertórios patrimoniais. Ao passo que, como “nós dos outros” o autor faz referência às representações de si – das identidades e dos patrimônios locais – aos de fora, aos outros, aos turistas, por exemplo.

<sup>4</sup> Sítios arqueológicos e artefatos apresentados e analisados, numa perspectiva arqueológica em dissertação de mestrado de Silva (2006).

## Referências

- ALVES, R. A rede das palavras. In: ALVES, Rubem. *O suspiro dos oprimidos*. São Paulo: Paulinas, 1987. p. 7-17.
- BOM JESUS. 2009. Disponível em: <<http://www.bomjesusturismo.tur.br>>. Acesso em: 15 nov. 2009.
- CHARTIER, R. O mundo como representação. *Estudos Avançados*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 11, p. 173-191, jan./abr. 1991.
- DIAS FILHO, C. dos S.; OLIVEIRA, G. das M. Grupos criativos: uma breve reflexão sobre o artesanato da comunidade artesã de Porto de Sauípe-BA. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 4., 2008, Salvador. *Anais...* Salvador: UFBA, 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14602.pdf>>. Acesso em: 1º jul. 2009.
- GLASSIE, H. *Material culture*. Indianapolis: Indiana University Press, 1999.
- HALL, S. Quem precisa de identidade? In: SILVA, T. T. da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 103-133.
- \_\_\_\_\_. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- INGOLD, T. Materials against materiality. *Archaeology Dialogues*, Cambridge, v. 14, n. 1, p. 1-16, 2007.
- LIMA, D. et al. *Artesanato e identidade cultural no Médio Solimões: a promoção de técnicas e conhecimentos tradicionais em comunidades ribeirinhas das Reservas* Mamirauá e Amanã. Tefé: IDSM; Belo Horizonte: Iphan, 2006.
- MAKOWIECKY, S. Representação: a palavra, a idéia, a coisa. *Caderno de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas*, Florianópolis, v. 4, n. 57, p. 2-25, dez. 2003. Disponível em: <<http://www.cfhu.fsc.br/~dich/TextoCaderno57.pdf>>. Acesso em: 1º jun. 2009.
- MENEZES, U. B. A cultura material no estudo das sociedades antigas. *Revista de História*, São Paulo, n. 15, p. 103-117, 1983.
- \_\_\_\_\_. *Memória e cultura material: documentos pessoais no espaço público*. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE ARQUIVOS PESSOAIS, 1979, Rio de Janeiro; São Paulo. *Anais...* Rio de Janeiro; São Paulo: CPDOC/FGV-IEB/USP, 1997.
- NOVAES, S. C. *Jogo de espelhos: imagens da representação de si através dos outros*. São Paulo: Edusp, 1993.
- PERALTA, E. O mar por tradição: o patrimônio e a construção das imagens do turismo. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 83-96, out. 2003.
- \_\_\_\_\_. *Patrimônio e identidade: os desafios do turismo cultural*. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.aguaforte.com/antropologia/Peralta.html>>. Acesso em: 30 nov. 2008.
- PESEZ, J.-M. História da cultura material. In: LE GOFF, J. *A história nova*. São Paulo: M. Fontes, 1990. p. 177-213.
- PRATS, Llorenç. *Antropologia y patrimonio*. Barcelona: Ariel, 1997.
- SILVA, A. F. da. *Estratégias materiais e espacialidade: uma arqueologia da paisagem*



do tropeirismo nos Campos de Cima da Serra/RS. 2006. Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de História/PUCRS, Porto Alegre, 2006.

\_\_\_\_\_. *Meu avô era tropeiro!:* identidade, patrimônio e materialidades na construção da Terra do Tropeirismo – Bom Jesus (RS). 2010. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de História/PUCRS, Porto Alegre, 2010.

SOARES, L. *Encontro:* produção de artesanato popular e identidade cultural. Rio de Janeiro: Funarte; Instituto Nacional do Folclore, 1983.

SOUSA, M. J. S. Etnografia da produção de artefatos e artesanatos em comunidades de reserva em desenvolvimento sustentável Amanã – Médio Solimões. *Uakari*, v. 5,

n. 1, p. 21-37, jun. 2009. Disponível em: <[http://www.mamiraua.org.br/uakari/pdfs/0501/a\\_02.pdf](http://www.mamiraua.org.br/uakari/pdfs/0501/a_02.pdf)>. Acesso em: 1º nov. 2009.

STEFFEN, A. Arte étnica em circulação: aprendizado, produção e consumo das pêsankas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISADORES EM ARTES PLÁSTICAS, 17., 2008, Florianópolis. *Anais...* Florianópolis: Udesc, 2008. p. 901-913. Disponível em: <<http://www.anpap.org.br/2008/artigos/084.pdf>>. Acesso em: 1º ago. 2009.

THOMAS, J. *Time, culture and identity*. London: Routledge, 1996.

YÚDICE, G. *A conveniência da cultura:* usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2004.

