

---

# Cerámica figurativa

---

ANGELA MASCELANI

Documentalista y directora de video. Becaria de CAPES (Coordinación de Perfeccionamiento de Personal de Nivel Superior), es alumna del maestrado en Historia del Arte, área de Antropología del Arte, de la Escuela de Bellas Artes de la Universidad Federal de Rio de Janeiro.

La cerámica figurativa integra la producción de artesanía y de arte popular, siendo identificada y caracterizada, en Brasil, a partir de la segunda mitad de este siglo, cuando se desarrolla ampliamente. Actualmente se distingue por la diversidad temática, reconociéndose como sus principales tendencias la realista y descriptiva, direccionada hacia la crónica de lo cotidiano y de las costumbres; la de representación de lo sagrado, con la fijación de fechas,

fiestas religiosas o mixtas; y otra, direccionada hacia el imaginario fantástico, en la que se incluye, no sin reservas, la producción de obras decorativas. (1)

Tracunhaém y Caruaru, en Pernambuco, diversos municipios del Valle del río Jequitinhonha, en Minas Gerais, y otros del Valle del río Paraíba, en São Paulo, son hoy los principales polos de esa producción. Esas regiones, no por casualidad

---

1 Conforme define Lélia Coelho Frota, 1984

situadas en las proximidades de ríos, son cunas de la alfarería utilitaria.

Tal vez por la fuerte vinculación de la actividad ceramista a su carácter de uso, la creación de piezas figurativas encuentra inicialmente su función en el juguete hecho y consumido por los niños, al mismo tiempo que los introduce en la profesión del barro. Importante en la transmisión del modo de vida familiar y local, la cerámica es vista en las comunidades como subproducto, hasta cuando despierta el interés de los compradores siendo adquirida como obra de arte. (2)

Entre un primer momento en que era hecha despreocupadamente—conservando de la forma de trabajo colectivo la ausencia de la autoría personal y, de juguete infantil, la escala

reducida— hasta la producción claramente individual, abierta a experiencias de todo orden y dirigida hacia el consumo de los grandes centros urbanos, un largo recorrido tuvo lugar, con el cambio de las escalas valorativas (es decir: pasa de actividad libre, regulada por la cultura local, a actividad regulada por el mercado del turismo, del folklore y del arte).

A excepción del Valle del río Paraíba, São Paulo, cuya producción está asociada a la tradición de los pesebres, posiblemente llevada a la región por el Convento de Santa Clara (Taubaté, São Paulo), en las demás regiones, la difusión de ese género presenta aspectos semejantes, basados en el reconocimiento de algunos artesanos como artistas. Generalmente figuras carismáticas, esos hombres

---

2 “La presencia de la escultura popular en el circuito oficial del arte es consecuencia del creciente interés de intelectuales y artistas por esos productos de la imaginación y del trabajo del pueblo, vistos como manifestación cultural significativa, de carácter estético. (...) Antes de penetrar en este circuito no existe, para esa producción, Arte o concepto de arte como categoría fundamental de explicación o de clasificación. Sirve, por ejemplo, como juguete de niños. Todavía no necesita ser preservada: es el objeto encontrado en las ferias y fácilmente sustituible, direccionado hacia la comunidad local que lo absorbe. Descubierta y legitimada como Arte Popular, esa producción pasa a tener salida en amplio mercado, llegando potencialmente a toda la sociedad y excluyendo, paradójicamente, a la comunidad local.” (Coimbra; Martins & Duarte, 1980.)

y mujeres vienen a constituir ejes, en torno de los cuales gravita una población de productores que se presentan hoy a veces como artesanos y a veces como artistas.

En este artículo pensaremos la cerámica figurativa como integrante del mercado del arte, cuya producción se inscribe marginalmente en el panorama de las artes del país, siendo parametrizada geográficamente y originando metáforas discursivas que no siempre dejan claros sus objetivos – “para qué y quiénes sirve”.

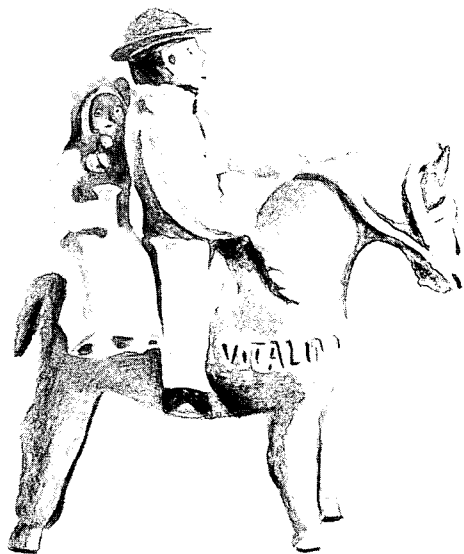
### Mercancía y significación

La cerámica figurativa integra la producción de bienes simbólicos y, como tal, constituye una “(...) realidad de doble cara –mercancías y significaciones– cuyo valor propiamente cultural y cuyo valor mercantil subsisten relativamente independientes (...)” (Bourdieu, 1992:102).

En Brasil es personalizada e identificada a partir de la obra de Vitalino Pereira dos Santos, cuya primera exposi-

ción en Rio de Janeiro, en 1947, se convierte en marco emblemático del principio de cambio de mentalidad de las élites brasileñas, mereciendo en su presentación el siguiente comentario de Joaquim Cardozo:

“...verán que las formas puras de la belleza no siempre reposan en las tierras altas de los grandes artistas, sino que descienden, como pájaros divinos, sobre la igualdad de los hombres comunes”.



*Novios a caballo. Autoría de Mestre Vitalino, Caruaru, Pernambuco. Dibujo de Mila*

A pesar de la simpatía por el tema expresada en la prosa poética, el autor no consigue ocultar la existencia de los prejuicios, corrientes en la ocasión. Frisa el sentido de la excepcionalidad al destacar que “las formas puras de la belleza no siempre reposan...” El lugar marcado sintomáticamente por la oposición alto/bajo, siendo lo bajo destinado a los “hombres comunes” sobre los cuales descienden los “pájaros divinos” para tocarlos bajo la forma de inspiración de la divinidad que ellos no poseen. Pájaros que “reposan en las tierras altas”, lugar reconocido como perteneciente a los “grandes artistas”.

De allá para acá muchas cosas mudaron. Desde la polaridad que antagonizaba y dividía el arte en erudito y popular hasta el espacio ocupado por la producción de éste último (3).

Hoy en día existen grandes museos especializados en el asunto (en Rio de Janeiro destacan la Casa do Pontal y el Museu de Folclore Edison Carneiro) y no hay institución cultural de porte en el país que todavía no haya programado exposiciones del género. Sin embargo, si los maniqueísmos pierden terreno en un período de franca simpatía por la multiplicidad de lenguajes, situar y entender ese doble aspecto (mercancía/significación) de la producción no es tarea fácil, pues incita a que se aborde la relación entre diferentes niveles de cultura.

“¿De dónde vino la idea de hacer figuras? Los padres hacían calderos, botes, todo lo utilitario. Esas piezas que hago son más recientes: muñeca, jarra para adorno, pajarito... (...) Con-

---

(3) Destaco como ejemplo de esa concepción por oposición binaria la desarrollada por Robert Redfield, en 1930. Redfield propone un modelo que de cuenta de la complejidad estructural que aparece cuando encontramos la estratificación social manifiesta en la diferencia entre los que saben leer y escribir y una mayoría analfabeta. Él sugiere que sean percibidas las dos tradiciones culturales existentes: la “gran tradición” de la minoría culta y la “pequeña tradición” de los demás. “La ‘gran tradición’ es cultivada en escuelas y templos; la ‘pequeña’ opera sola y se mantiene en las vidas de los iletrados. (...) Las dos son interdependientes. (...) Conviene resaltar que Redfield, como Herder, ofrece lo que se puede llamar definición ‘residual’ de la cultura popular como cultura de la tradición de los incultos, de los iletrados, de la no-élite”. (Burke, 1989:51)

tinué porque a la gente le agradó mucho mi trabajo. Uno llevaba... Otro llevaba... No sé por qué.”

*Isabel Mendes da Cunha*

Isabel Mendes da Cunha (4) es una artista que vive en Santana do Araçuaí, en el Valle del río Jequitinhonha. La influencia que su trabajo ejerce en la región es un hecho incontestable. Entrevistada por la investigadora, en septiembre de 1994, llama la atención para la falta de oferta de trabajo remunerado en el lugar, haciendo con que muchas personas se dediquen a la artesanía, incluso las que “tienen las ideas flacas, no tienen mucha maña para el servicio”. El circuito comercial exige de la artesanía precios muy baratos y, consecuentemente, grandes cantidades de piezas, pudiendo absorber producciones de calidad dudosa. En esas circunstancias, un elemento definidor de las diferencias entre la producción artesanal y la producción artística

puede ser obtenido a partir de sopesar lo que es concedido al mercado, por fuerza de las presiones resultantes de la necesidad de venta, y lo que la autonomía de los artistas preserva.

Cuando se trata de arte popular, las referencias vienen siempre intimamente ligadas a las divisiones geográficas rurales o urbanas. Hablamos de la cerámica del Valle del río Paraíba, en São Paulo, o entonces del Valle del río Jequitinhonha, en Minas Gerais. Hablamos de Vitalino, el maestro y exponente, e inmediatamente declinamos Caruaru, el Alto do Moura, Pernambuco. Adalton y Antonio de Oliveira evocan Rio de Janeiro. Las personas visitan una exposición y distinguen felices: “eso es del Nordeste”. O entonces, se intrigan delante de los monstruos oníricos de Manoel Galdino, imponiendo una interrogación: “¿De dónde es él?” Y, en algunos casos, la respuesta posible – la identificación de la procedencia –, incluso estando completa, no

---

4 Isabel no consigue cubrir la demanda del mercado. Consciente del valor de su trabajo, produce poco. Sus “muñecas” son imitadas en toda la región donde vive. Sin embargo, son inconfundibles especialmente por la alta calidad técnica y por la minuciosidad de los detalles. Sin depender hoy de órganos oficiales ni de asociaciones de apoyo a la artesanía o de cualquier galería, atribuye al marchante Jean-Jacques y a su esposa (en entrevista a la autora, septiembre/94) la divulgación de su trabajo y la política de precios y ritmo de producción que puede practicar actualmente.

satisface. Porque, a veces, preguntar por el lugar es intentar aproximarse, traspasar las fronteras y entender aquello que sorprende y que no se puede clasificar (5).

En el lenguaje conceptual sobre obras de arte popular, pocas veces alguien pregunta por el estilo de una obra o por el movimiento al que la misma remite. En las tiendas y galerías de arte no siempre las obras son identificadas y poco se sabe sobre sus autores, sus pensamientos e intenciones. Y, sin embargo, persiste la necesidad de localizar geográficamente, como si del lugar saliesen las respuestas para las sensaciones que ese arte despierta.

El lugar, en el arte popular, es

siempre puesto lejos del observador. Es donde acontecen las obras y se hacen presentes los sueños de una vida idílica, de personas que crean, siempre y obligatoriamente para sí, o para el consumo local de sus comunidades, jamás para el público anónimo o el mercado. La observación de las obras remite continuamente al lugar de origen y se espera del artista que devuelva ese lugar al público, bajo la forma de la autenticidad de su producción (6).

Si preguntamos sobre lo que esas expectativas señalizan, encontraremos la recusa a aceptar la existencia del mercado como hecho. En oposición, cuando Isabel Mendes da Cunha dice que prosiguió porque las personas gustaron de su obra, está afirman-

---

5 Al lanzar el primer volumen de la *Storia pittorica della Italia*, en 1792, L. Lanzi, procurador de la galería del Gran Duque, se apartó del tradicional esquema centrado en la biografía de los artistas y propuso uno diferente: histórico y geográfico. Sin embargo, encontrando dificultades taxonómicas y no pudiendo imitar a los naturalistas que, “por ejemplo, habiendo agrupado las plantas en más o menos clases, (...) reducen fácilmente a cada una de las clases cualquier planta que vegete en cualquier lugar, juntando a cada nombre notas precisas, caracterizadoras, definitivas” (1989:9), describe tantas escuelas por separado como tantas fueran las regiones que las produjeron. En el transcurso de su trabajo, Lanzi se deparó con problemas clasificatorios, viéndose obligado a optar por una doble clasificación: geográfica (y política, pues nominaba a partir de los centros políticos irradiadores) y estilística, cuando no conseguía juntar producciones muy diferentes entre sí. “Mucho menos incluyo (en Roma) aquellos que allí vivieron practicando un estilo completamente diferente, como fue, por dar un ejemplo, el caso de Michelangiolo de Caravaggio.” (Ginzburg, 1989:14)

do exactamente la importancia del mercado como factor de continuidad de su trabajo. Y, de alguna manera, está apuntando una salida: atender el mercado no significa abdicar necesariamente de una expresión singular y propia. Por el contrario, la constitución de un cuerpo cada vez más nu-

meroso y diferenciado de consumidores “es capaz de proporcionar a los productores de bienes simbólicos no solamente las condiciones mínimas de independencia económica, sino de concederles un principio de legitimación paralelo” (Bourdieu, 1992:100).



*Escultura de Mestre Vitalino, Caruaru, Pernambuco  
Dibujos de Mila*

- 6 Esa perspectiva ya está presente al final del siglo 18 y principios del siglo 19, cuando se produce el descubrimiento de la cultura popular como parte de un “movimiento de primitivismo cultural en el que lo antiguo, lo distante y lo popular eran todos igualados”. (Burke, 1989)  
Ver Mascelani, Angela. Los valores autenticidad y originalidad informando la diferencia entre arte popular y artesanía a partir de Walter Benjamin y otros (inédito).

Berta Ribeiro (1983:13), en el artículo “Artesanato indígena, para que, para quem?”, observa que “(...) el destino mercantil no sólo salvó, en varios casos, la artesanía de diversas tribus, sino que también reforzó su identidad étnica”, citando como ejemplo el caso de la producción artesanal para el comercio en el Alto Rio Negro (Ribeiro, 1981:302) y entre los Karajá (Fénelon Costa, 1978:54/5, 82, 154, 159, 160). En el presente caso no puede ser ignorada la importancia de la artesanía como uno de los principales factores de promoción y cohesión sociocultural, contribuyendo a la fijación del hombre en sus lugares de origen con el consecuente refuerzo de su identidad comunal. Entre tanto, eso no justifica que sus manifestaciones no siempre sean tomadas por sí mismas, y sí como vehículos de expresión de esa colectividad. La idea de que “lo que es del pueblo es de todos y no es de nadie” (Mattos, 1993:174) se inserta en esta perspectiva. Sin embargo, “(...) la autoría no identificada, como presupuesto fundamental para la inclusión de un producto poético en la categoría de lo popular, está en la base de un sistema de ambigüedades y manipulaciones” (Mattos, 1993:174). La re-

cura de la identificación personal del artista o incluso del artesano sustenta un sistema que defiende la mantención de los precios bajos. Como la mayoría de estos polos están situados geográficamente distantes de los grandes centros consumidores, dificultando las comprobaciones, interesa a los intermediarios mantener la ambigüedad, hasta para poder comprar determinadas obras como artesanía (implicando producción en serie, repetición, menor inversión de creatividad) y revenderlas como integrantes anónimas del mercado del arte. Pero, ¿y aquellos autores que producen en los centros urbanos donde se efectúa la comercialización? ¿Ellos no enfrentan estos problemas? Al contrario. Ese tipo de distancia de la que hablamos no puede ser apenas medida en kilómetros. Es una distancia cultural, que engendra la producción de mundos distintos. Un lugar que reinstala oposiciones: centro/periferia – “una alegoría al mismo tiempo espacial y política”, conforme apunta Yves Lacoste (1993).

El centralismo se establece a partir de un punto que ofrece facilidades para la concentración de personas, sea esa facilidad vista, inicialmente, como terrenos fértiles para la agricul-



tura, o, en el caso de la artesanía y del arte popular, poseedora de materia prima abundante. Pero cuando hablamos de centro y periferia (7) no estamos hablando obligatoriamente apenas de recursos naturales, sino también de la inversión de la carga demográfica, multifuncionalidad que determina modos de vida. Tampoco se trata de oponer rural y urbano, aunque algunas veces sea el caso. Aplicar ese concepto implica tener en mente unidades relacionales, es decir, percibir gradaciones donde centro y márgenes deben ser relativizados y pueden, en algunos casos, referirse a unidades rurales que en algún momento están en situación de oposición. Puede tratarse de relaciones entre barrios de una ciudad. De la forma como los utilizo aquí, quiero decir, por centro, Rio de Janeiro y São Paulo, en la costa atlántica, regiones-llave en el desarrollo del país y regiones-llave también en el reconocimiento, difusión y consumo del

arte popular y de la artesanía, en oposición a los centros productores que dependen de la comercialización de sus productos allá. O entonces Rio de Janeiro y Alcântara, en Niterói; Belo Horizonte y Turmalina, en Minas Gerais. Son las “nudosidades fundadoras. Lugares de emergencia de recursos que, combinados por los actores, van a permitir la aparición de formaciones políticas y culturales detentadoras de un poder”. (Raffestin, 1993:196) ¿Y a qué poder me refiero? Al poder sociocultural que es ejercido por la capital por medio del control de la lengua, de la cultura y de las informaciones a través de sus propios paradigmas. Ese control lleva a que, muchas veces, manifestaciones que no son decodificadas por la capital enfrenten mayor resistencia para alcanzarla. “La cultura es aquella ratificada por la capital. La información llega y parte de la capital: es el control sobre el conjunto de los instrumentos de comunicación sobre el

---

7 Cf. Ginzburg, 1989: “Es grande la aceptación del binomio centro/periferia en las ciencias sociales, estudiado bien por quien, como E. Shils (*Center and periphery – essay in macrosociology*. Chicago, 1975), dio preferencia a una especie de topografía de consenso, bien por quien puso el acento en la conflictividad. D. Chirot (*Social change in a peripheral society – the creation of a Balkan economy*. N. York, 1976) repuso en discusión la aplicabilidad del modelo basado en la secuencia de las fases económicas comunmente admitida por la sociedad periférica. En este sentido, el problema podría también ser puesto para la historia del arte”.

contenido que vehiculan.”; “(...) la capital devora el tiempo social de las otras regiones imponiendo sus códigos”. (Raffestin, 1993: 194/5).

Aunque la manifestación artística subvierta la realidad instalada, no es muy difícil pensar en cuánta inversión debe ser hecha para que el arte que es producido al margen encuentre un lugar en la cultura local y en la cultura de los centros consumidores. Historicamente, el arte popular adquiere visibilidad a partir de la aprobación de la capital, de la aprobación urbana. Entonces, el criterio de centralismo/marginalidad puede convertirse en un juego sin fin, si no establecemos cuál es el centralismo que se toma como marco comparativo. Esas representaciones conceptuales no son destituidas de sustancia, donde todo puede ser o no ser. Al contrario, si profundizamos en el sentido concreto de lugar (8) y en lo que pensamos como el lugar identificador y relacio-

nal, percibimos que existen elementos comunes, aunque meta-fóricos, que sustentan la utilización del concepto y lo vuelven útil. Esa relación puede desdoblarse contraponiendo urbano X rural; o contemporáneo X inmemorial, e incluso, vanguardia X tradición. Subyacente a esas formulaciones, tenemos la ‘distancia’.

Por eso afirmamos que es la distancia (tomada en su sentido concreto y figurado) la que anima la observación de ese arte y crea su espacio conceptual. Un espacio para donde confluye la historia del país, las historias exóticas de los artistas, que crean movidos por fuerzas interiores, tan interiores como el interior geográfico donde sus autores son localizados. La ciudad, la villa, el número de casas, de habitantes son la estructura física que señala que allá (en el bajo) no es aquí. Coincidencia o no, las “tierras bajas” son, primordialmente, el lugar del barro bueno, don-

---

8 Cf. Augé, 1994:76: “Es el lugar del sentido inscrito y simbolizado. El lugar antropológico. (...) Incluimos en la noción de lugar antropológico la posibilidad de los recorridos que en él se efectúan, de los discursos que en él se pronuncian y del lenguaje que lo caracteriza.”

“Lugar. s.m. [del latín *locus*] 1. Espacio ocupado; sitio. 2. Espacio. 5. Punto de observación; posición, puesto. 6. Esfera, rueda, ambiente. 7. Población, localidad. 8. Región, país. 9. Posición, situación. 10. Clase, categoría, orden.” (Buarque de Hollanda, Aurélio. *Novo dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1975)

de se da el encuentro entre el hombre y la materia prima.

Los problemas continúan cuando vamos a describir ese lugar, pues se trata de describir aquello que no existe. Ese lugar es siempre un lugar imaginario, depositario de las fantasías que nacen de la imaginación de la diferencia. Cuando se habla del Valle del río Jequitinhonha, por ejemplo, no se ve el terreno, el río, la escasez o el exceso de agua. Incluso ni el hombre. Se eligen algunas características únicas de la producción local, por ejemplo el uso de la tabatinga (barro blanco) como factor determinante de la composición cromática, y otras son descartadas, sin las debidas reflexiones. La dificultad de aproximarse concretamente de ese lugar lleva a la realización de estadísticas sobre el número de habitantes, las formas de estructura social y de sobrevivencia y, casi nunca, al examen detallado de la producción en sí. Y lo que a primera vista parecía destinado a reducir las diferencias a los parámetros conocidos provoca una homogeneización cuyos efectos son la descaracterización más inmediata de la realidad.

“Hacer simplemente referencia al

centro o a la periferia es cristalizar una relación en términos geométricos y, por eso, volverla estática” (Raffestin, 1993:189), ignorando que esas nociones son dinámicas y están ligadas por los actores que las hacen



*Mujer amamantando, modelada en barro por Placedina Fernandes, del Valle de Jequitinhonha, Minas Gerais.  
Dibujos de Mila*

y deshacen. Pero considerando que el arte popular casi nunca es consumido por la propia comunidad que lo produce, afirmamos que el lugar del arte popular, hoy, es el de la periferia, cuyas fronteras pasan a emerger del propio cuerpo del observador, del investigador, del turista, que excluye el otro, el diferente, de la contemporaneidad que él cree vivir con exclusividad. A esa forma de producción artística es atribuido el lugar del pasado. El lugar de la memoria, del reproductor colectivo de formas de expresiones arcaicas cuya decodificación ni merece la pena intentar. Esos factores evitan su reconocimiento como parte activa de la cultura contemporánea.

Mantener el foco en el lugar geográfico es apartar la posibilidad de que las individualidades forjen sus registros. En ese panorama equivocado, la marca de la ambivalencia es depositada en el artesano y en el artista popular. Constantemente se les exigen pruebas de buena actuación en el papel de instrumento de la cultura que los inspira, como si dependiese de decisiones subjetivas la existencia o permanencia de vínculos con la "auténtica" expresión popular. Actores y triunfos, la interpre-

tación de sus actos ha motivado análisis, no siempre contextualizados, provocando que sean vistos a veces como sujetos, a veces como objetos de la construcción de la identidad nacional. Un lugar que, sin duda, los transforma en una entidad cada vez más abstracta. Por ese motivo, es necesario que sean recuperados aspectos puntuales que marcan la difusión de ese arte en Brasil, como por ejemplo, el reconocimiento de Maestro Vitalino.

Vitalino Pereira dos Santos comienza a modelar a los seis años de edad, en 1915, construyendo muñequitos con las sobras de barro de su madre, la artesana de loza Joana Maria da Conceição, en Ribeira dos Campos. El descomprometimiento de su creación en la infancia permanece en sus obras. Alrededor de los años 30 su obra es vista como una crónica de costumbres, que divierte a las personas de la región y donde Lélia Coelho Frota, en 1982, reconoce huellas de la literatura de cordel (Frota, 1982).

Su florecimiento se da alrededor de los años 50, en medio de la introducción de los productos industrializados entre las capas de bajo poder adquisitivo del Nordeste brasileño,

lo que mudó el perfil de los productos vendibles y el interés de la clientela. En la feria de Caruaru, donde varias generaciones hicieron el comercio de lozas utilitarias, recipientes de plástico, aluminio y folha-de-flandres sustituyen los tradicionales jarros, botes y bulhões de barro. En medio de las alteraciones, se preserva el espacio social, el espacio de los intercambios, creando el terreno propicio para las transformaciones. Aclamado en Rio de Janeiro y en São Paulo y estimulado por el artista plástico Augusto Rodrigues, Vitalino se muda para el Alto do Moura, en Caruaru, en 1946, teniendo en cuenta la mayor proximidad con el mercado consumidor urbano.

Además de los beneficios esperados, el cambio posibilita el ejercicio de su provechosa influencia y “traza otro rumbo para la cerámica popular local. (...) El reconocimiento y la divulgación de la singular creación artística de Vitalino comenzarían a componer un creciente interés por esa forma de manifestación, animando al artista al desarrollo de su producción (...)” (Coimbra; Martins & Duarte, 1980:41-42). De temperamento comunicativo y abierto a las interacciones sociales, Vitalino con-

grega a su alrededor un amplio cuerpo de ceramistas, que observa su trabajo y se deja influenciar por el mismo. Admirado por sus iguales, es por ellos llamado Maestro, creando una verdadera escuela. Manuel Eudócio confirma: “Yo me quedaba mirando, mirando, hasta que un día hice (...) El Alto – antes de la llegada de Vitalino – era promovido en cuanto a las visitas, pero no se hacía muñeco como los de hoy. (...) Todos nosotros fuimos sus alumnos (...)” (op. cit. p. 59).

En medio a los grandes nombres asociados a Caruaru, no se puede dejar de mencionar a los pioneros: el propio Manuel Eudócio, Zé Caboclo y Zé Rodrigues. Y en una línea bastante independiente, Manoel Galdino.

Aunque no existan figuras simbólicas del tamaño de Vitalino marcando la producción cerámica de otras regiones importantes, podemos citar, en Tracunhaém, a la familia Vieira: “Los más representativos y que dieron fama a la cerámica figurativa (...) fueron José Antonio, con sus jarras adornadas con bichos y dibujos y sus figuras antropomorfas; Lídia, con sus casas de harina, niñas jugueteando a

la rueda, bodas y santos; y Severino, casado con Lúdia, que se inició en este arte haciendo tipos regionales, frailes, misioneros...” (Coimbra; Martins & Duarte, 1980:8). En el Valle del río Jequitinhonha, muchos artesanos y artistas giran en torno de la producción de Noemisa Batista dos Santos, Ulisses Pereira Chaves y de la ya citada Isabel Mendes da Cunha. La circulación de sus ideas es hecho comprobado, su ámbito de influencia, grande; pero no se pueden arriesgar comparaciones.

Si por un lado se critica la “producción en serie vitalínica” actualmente encontrada en muchas partes del Nordeste brasileño, por otro, esa misma cuestión, de las copias y de las repeticiones, ocurre en prácticamente todas partes. ¿Crisis de creatividad? ¿Fin del arte y de la artesanía? ¿O apenas un proceso en andamio?

La producción cerámica figurativa, en los varios núcleos donde se da, forma parte de un sistema dinámico que, por su carácter intrínseco de movimiento, impide lecturas concluyentes. El doble aspecto de mercancía y significación implica particularizaciones de casos, impidiendo generalizaciones. Lo que pue-

de ser una gran ventaja, ya que el arte popular no es una categoría que se refiere a un campo de producción homogéneo ni uniforme. Por eso, las reflexiones sobre cómo se constituye el concepto del arte popular en Brasil pueden servir de indicadores cuando focalizan la individualidad en movimiento.

Lugar y movimiento se completan en cuanto son ideas de un mismo orden de cosas. Por tanto, tenemos que depararnos con el arte y con la producción del pueblo como un sistema de diferencias y no intentar reunir y apretar el cerco en busca de una homogeneidad que sólo se da de manera aparente. Es cierto que cada uno de los polos cerámicos citados puede presentar elementos homogéneos en el resultado formal de su producción, característico del intenso intercambio que la tradición familiar y comunal existente en la mayor parte de los casos propicia. Pero es igualmente cierto afirmar que dentro de la unanimidad existe una continua erupción de propuestas nuevas, algunas veces desconcertantes, las cuales son para el investigador imposibles de nombrar sino con su espanto. Un espanto que debe ser vivido y no apenas localizado. Al nombrar, clasi-

ficar y marcar puntos geográficos, se corre el riesgo de reforzar estigmas y atravesar por atajos no siempre prudentes, que forzarán el desvío del estudio del repertorio de las influencias que se encuentran en las personas que viven, aman y producen la artesanía y el arte popular brasileños.

## BIBLIOGRAFÍA

AUGÉ, Marc.

Não-lugares – introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, Papirus, 1994.

BORDIEU, Pierre.

A economia das trocas simbólicas. São Paulo, Perspectiva, 1992. p. 102, 110.

BURKE, Peter.

Cultura popular na Idade Moderna. São Paulo, Cia. das Letras, 1989.

COIMBRA, Sílvia Rodrigues; MARTINS, Flávia & DUARTE, Maria Letícia. O reinado da lua – escultores populares do Nordeste. Rio de Janeiro, Salamandra, 1980. p. 41, 42.

FÉNELON COSTA, Maria Heloísa.

A arte e o artista na sociedade Karajá. Brasília, Fundação Nacional do Índio, 1978. 196 p.

FROTA, Lélia Coelho.

A arte do povo. Rio de Janeiro, Fundação Roberto Marinho, 1982.

---

et alii. Bonecos e vasilhas de barro do Vale do Jequitinhonha, Minas Gerais, Brasil. Rio de Janeiro, MEC/Funarte, 1984.

GINZBURG, Carlo.

A micro-história e outros ensaios. Lisboa, Difel, 1989.

LACOSTE, Yves apud RAFFESTIN, Claude.

- Por uma geografia do poder. São Paulo, Ática, 1993.
- MATOS, Cláudia Neiva de.**  
A poesia popular na república das letras: Sílvia Romero folclorista. Rio de Janeiro, 1993. Tesis de doctorado.
- RAFFESTIN, Claude.**  
Por uma geografia do poder. São Paulo, Ática, 1993.
- RIBEIRO, Berta G.**  
O artesanato cesteiro como objeto de comércio entre os índios do alto rio Negro, Amazonas. En *América indígena, México*, 61 (2): 289:310. abr/jun. 1981.
- 
- Artesanato indígena: para quê, para quem?. En: *O artesão tradicional na sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro, Funarte/INF, 1983.
- WAHLL, François.**  
Cartes et figures de la terre. París, Centro Georges Pompidou, 1980. p. 41. ■