

LA PRODUCCIÓN DOMÉSTICA, LA COMERCIALIZACIÓN Y LOS SENTIDOS DE LA ARTESANÍA PATAXÓ

Los souvenirs de Coroa Vermelha - Santa Cruz Cabrália (Brasil)

Sandro Campos Neves*
Universidad Federal de Paraná
Curitiba, Brasil

Resumen: La producción de las artesanías en la aldea Pataxó de Coroa Vermelha es un aspecto fundamental de su relación con la sociedad involucrada por un lado, y de la economía indígena por otro. Asimismo, aporta sentidos diversos en lo que respecta a la construcción de un modo de vida indígena en la región. Este trabajo utiliza la metodología etnográfica, constituida mediante la observación participante, e instrumentos cuantitativos y cualitativos de recolección de datos. Así, procura explorar los diversos aspectos de la creación de artesanías, enfocando su producción doméstica. Se presentan un conjunto de datos relativos a la producción, comercialización y atribución de sentidos que constituyen la idea de una artesanía tradicional Pataxó. Además, se muestra la idea de tradición como emblemática del proceso de construcción de la identidad Pataxó.

PALABRAS CLAVE: artesanías, producción, comercialización, sentidos, identidad Pataxó

Abstract: Domestic Production, Commercialization and Meaning of Pataxó Handicraft. Souvenirs of Coroa Vermelha, Santa Cruz Cabrália, Brazil. The production of handicrafts in Pataxó village of Coroa Vermelha is a key aspect of their relationship with the surrounding society on the one hand, and of the aboriginal economy on the other. It brings up many meanings as regards the construction of an indigenous way of life in the area. In this paper, with the ethnographic methodology, made with the use of participant observation and making use of quantitative and qualitative data collect instruments, the author tried to explore the various aspects of craft constitution, focusing on their domestic production. A set of data on production, selling and attribution of meaning that make up the idea of a traditional craft Pataxó is presented. The author tries to show different nuances of the idea of tradition, as emblematic of the construction process of Pataxó identity.

KEY WORDS: crafts, production, marketing, senses, Pataxó identity.

INTRODUCCIÓN

La intención del trabajo que sigue es retratar la producción, comercialización y significados atribuidos a las artesanías Pataxó comercializadas en el contexto turístico. El trabajo surge de una investigación de campo etnográfica realizada entre los Pataxó de la aldea de Coroa Vermelha entre 2008 y 2012. La misma fue realizada tomando como problema fundamental la apropiación indígena

* Bachiller en Turismo por la Universidad Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, Brasil. Maestría en Cultura y Turismo por la Universidad Estadual de Santa Cruz (UESC/UFBA), Ilhéus, Brasil. Doctor en Antropología por la Universidad Federal da Bahia, Salvador, Brasil. Profesor de Turismo de la Universidad Federal de Paraná (UFPR), Curitiba, Brasil. E-mail: sandrocamposneves@yahoo.com.br

del turismo como objeto conceptual y operacional. Se abordaron diversos aspectos del involucramiento en la actividad turística de este pueblo indígena de las aldeas de la Región Sur del Estado de Bahia, Brasil, donde la artesanía emerge como elemento fundamental. El problema que pretende establecer este artículo se relaciona con la comprensión de esa emergencia y centralidad de las artesanías en relación con los turistas. Las artesanías emergen como un elemento de gran importancia económica para la comunidad en lo que se refiere a su subsistencia, en función de sus facultades comunicativas en el intercambio con los no indígenas, entre ellos los turistas. Para enfrentar dicho problema se procuró reconstruir el proceso de producción y comercialización de artesanías, describiéndolas de forma minuciosa y abordando el significado que les atribuyen los aborígenes.

El campo de estudios relacionados con la comercialización de artesanías y sus usos en el turismo está plagado de polémicas y es abordado desde el punto de vista del turista (Gordon, 1986; Schlüter, 1998; Medeiros & Castro 2007; Horodyski, 2014). Sin embargo, las reflexiones respecto de la producción de las artesanías que se venden en el contexto turístico (aunque no exclusivamente) según las comunidades nativas no poseen la misma envergadura. Aunque sean en relación a la tradición (Graburn, 1984; Cohen, 1988) y en colecciones de gran reputación (MacCannel, 1992; Smith, 1977), falta una perspectiva interna a las culturas indígenas que las producen, objeto de estudio de este artículo.

Al hacer referencia a una perspectiva interna es importante tener en cuenta que no debe confundirse con una perspectiva antropológica, donde según Geertz (1989) se asume una posición en la cual se piensa como el nativo. Se hace referencia a una perspectiva que toma la sociedad nativa como objeto “en sí” a partir de la cual se piensan las demás categorías. Aquí, por ejemplo, la sociedad nativa (los indios) permite pensar la categoría artesanado. De este modo, en esta perspectiva el universo cosmológico indígena es tomado como punto de vista para comprender las categorías artesanías y souvenir.

Para analizar las artesanías adquiridas por los turistas para evocar y comunicar la experiencia del viaje se recurre al término souvenir. El souvenir aparece inicialmente en la bibliografía del campo del turismo, conforme los relevamientos más recientes (Horodyski, 2014), en Gordon (1986). De acuerdo con Horodyski *et al.* (2013: 208) el término ha sido evitado por los investigadores del área de turismo, sobre todo en Brasil, debido a que se lo asocia a un producto “*banal, de bajo costo, consumido masivamente por los visitantes*”. Los mismos autores (Horodyski *et al.*, 2013: 209) agregan que se debe al daño causado a la cultura y economía local de los destinos turísticos, a causa de su producción masiva, que en ocasiones llevó al detrimento del modo tradicional de producir en ciertas comunidades.

No obstante, la misma bibliografía sobre souvenirs recuerda aspectos significativos de su contribución al diálogo intercultural. Horodyski & Gândara (2015: 2) señalan que “*el consumo no es*

sólo una práctica material, sino una producción de significados". Al referirse a la apelación de los medios a la obligación de compra, los autores evocan la idea de que el souvenir consumido turísticamente crea significados en grupos de intercambios culturales, idea que puede ser extendida al diálogo estético y simbólico establecido entre indígenas y turistas en el caso presentado a continuación.

A pesar de las críticas se asume el término souvenir para evocar determinadas ideas aludidas por comerciantes y artesanos indígenas para designar las artesanías Pataxó. Se considera la perspectiva "interna" citada anteriormente pues emerge como afín al significado atribuido a las artesanías por los mismos indígenas. Así, la idea de souvenir asume un sentido particular interno a la sociedad indígena Pataxó.

Antes de iniciar la descripción del proceso de producción y comercialización de artesanías entre los Pataxó debe hacerse una breve descripción del contexto de la aldea Pataxó de Coroa Vermelha. La misma se localiza en el municipio de Santa Cruz Cabrália, al sur del Estado de Bahia y vecino del municipio de Porto Seguro, el destino turístico más conocido y consagrado en Brasil y el exterior. En gran medida es en función de la proximidad a Porto Seguro, cerca de 7 Km, que Santa Cruz Cabrália y la aldea de Coroa Vermelha se relacionan de manera tan fuerte con el turismo. Para comprender las descripciones siguientes es preciso decir que la aldea de Coroa Vermelha adquirió una tradición comercial, conforme surge en la etnología Pataxó (Carvalho, 1977; Sampaio, 1997), anterior al turismo, cuando servía de almacén comercial regional. Esa tradición fue realizada con la construcción de las autovías nacionales (BR 367 y BR 101) en la década de 1970.

La aldea de Coroa Vermelha adquiere un lugar importante en el mapa turístico regional pues se sitúa alrededor de un punto demarcado como el lugar exacto donde se desarrollaron los acontecimientos del llamado descubrimiento de Brasil. A pesar de las imprecisiones que rodean a la controversia de establecer un punto exacto para dicho descubrimiento, el punto terminó siendo reconocido oficialmente por el Estado brasileño estableciendo allí un monumento alusivo a la llegada de las embarcaciones portuguesas. Ese monumento se convirtió en un lugar visitado por turistas, ubicado en la Tierra Indígena Coroa Vermelha.

En la aldea Pataxó de Coroa Vermelha existe desde el año 2000 un centro de artesanías, un estacionamiento y el símbolo de la cruz, conocido entre los indios como "el crucero", que representa el lugar de la primera misa. Estas referencias ya existían antes, pero en el marco de la conmemoración de los 500 años del descubrimiento, el gobierno federal construyó una nueva estructura. Se refaccionó el centro de artesanías, antes compuesto por barracas o casetas de playa, transformadas ahora en bellas construcciones de madera y paja de estilo rústico y estética indígena. El estacionamiento tenía piso de tierra cementado y se agregó una garita para controlar las entradas y salidas. También se construyó un nuevo símbolo de la cruz de la primera misa y un museo indígena, creando un complejo indígena en la región, denominado Parque Indígena por los Pataxó.

Hay que resaltar el modo en que el mismo refleja y transforma las prácticas turísticas a la luz de los esquemas conceptuales Pataxó. Horodyski, Manosso & Gândara (2013: 135) señalan que la localización es el aspecto fundamental de la comercialización de suvenires turísticos, y agregan la importancia de la concentración territorial de la comercialización artesanal en el entorno de los principales atractivos turísticos. En este aspecto la práctica Pataxó de la comercialización de artesanías siempre reflejó, desde antes de la creación del 'Parque Indígena', la práctica comercial de los 'blancos'. Sin embargo, se debe recordar que hay un aspecto simbólico más allá de lo comercial que involucra su localización y concentración donde actualmente (desde 1970) se ubican las tiendas de artesanías Pataxó. La localización en la playa refleja simbólicamente el punto donde se considera (con razón o no) que arribaron las carabelas de Pedro Álvares Cabral, hito simbólico del "descubrimiento" de Brasil y el inicio de la catástrofe indígena. Este punto ofrece ventajas comerciales en el contexto turístico debido al interés por el "descubrimiento" de Brasil, pero también refleja la huella de los Pataxó. Ellos son el remanente (simbólico o efectivo) de "los indígenas del descubrimiento".

TRADICIÓN, HISTORIAS Y TRAMAS SOBRE LAS ARTESANÍAS PATAXÓ

La reflexión sobre el significado de las artesanías Pataxó es bastante compleja, pues involucra un conjunto de hechos y percepciones cuya cronología no puede ser fácilmente reconstruida. El significado se construye a partir de pequeños actos y reflexiones que se van tornando parte de una trama compleja. A partir de algunos datos producidos en el trabajo de campo se intenta ordenar esta trama. Para comprender los flujos que construyen el significado de la artesanía Pataxó, se tomó la definición de trama de Paul Veyne (1998: 42).

Los hechos no existen aislados, en el sentido de que el tejido de la historia es una trama, una mezcla muy humana y poco "científica" de causas materiales, fines y azares: una parte de la vida que el historiador separa según su conveniencia, donde los hechos tienen sus lazos objetivos y su importancia relativa [...] Esta trama no se organiza, necesariamente, en una secuencia cronológica: como un drama interior puede pasar de un plano a otro [...] La trama puede presentarse como un corte transversal de los diferentes ritmos temporales, como un análisis espectral: será siempre trama porque será humana, porque no es un fragmento de determinismo.

Así, la explicación sobre el significado de las artesanías Pataxó que se pretende alcanzar en este artículo, es un tipo específico de contextualización. Una práctica que no busca una secuencia cronológica sistemática y exhaustiva, pero que se relaciona con el emprendimiento humano, de modo que lo importante para un evento es su carácter humano y los hechos que son recordados y redefinidos por los actores involucrados en el contexto.

El primer nudo de la trama está relacionado con el episodio fundacional de la artesanía Pataxó, tal como es comprendido hoy. En relación a ese episodio las narrativas indígenas presentan variaciones,

aunque todas remiten al origen de la artesanía como hoy existe en relación con la sociedad que la rodea. En algunas versiones, el jefe indígena de la aldea de Barra Velha, Leonardo Machado, es indicado como el que impulsó a los Pataxó a producir artesanías en las décadas de 1960 y 1970. Según esa versión, presentada entre otros por Carvalho (1977) y Grünewald (1999), el jefe habría mostrado a los Pataxó revistas con artesanías de otros pueblos indígenas, comercializadas con la ayuda de la FUNAI. Este habría sido el paso inicial que dio origen al artesanado Pataxó. Según cuenta Itambé (habitante de la aldea), el jefe habría dicho que allí tenían caracoles y otros elementos que los Pataxó podían usar para hacer artesanías y venderlas a los blancos.

Esta narrativa fue utilizada para comprender la artesanía Pataxó como una tradición inventada (Grünewald, 1999). Aunque la creatividad cultural indígena sea un camino de interpretación clásico (Oliveira, 2004) y haya hecho una gran contribución teórica al contexto etnográfico de los indígenas del nordeste, se buscan otros caminos interpretativos para comprender la artesanía Pataxó. A esa interpretación, basada en una visión “desobjetificada” de la tradición, se le asigna la posibilidad de ver la continuidad de la tradición Pataxó vislumbrada por los indígenas en su proyecto de construcción de la indianidad.

Antes de analizar el concepto Pataxó de tradición es necesario estudiar qué dice la literatura etnológica sobre la misma. Carvalho (1977) muestra que aunque hubiera discontinuidad en la producción artesanal anterior y posterior a 1971, los indígenas tenían recuerdos de la tradición artesanal más antigua. Esto es ilustrado por Carvalho (1977: 382-3) al decir que *“ellos confiesan que no aprendieron a hacer arcos, flechas y lanzas como los ancianos: ‘nunca los vi hacerlos pero ellos nos contaban lo que hacían los indios’.*”

Como demostraron Carvalho (1977), Carvalho & Sampaio (1992) y Sampaio (1997), existió entre los Pataxó una ‘tradición’ comercial como modalidad principal de relación con la sociedad que los rodeaba. Esa tradición puede ser vislumbrada, tanto al principio mediante el intercambio de productos del bosque (Carvalho & Sampaio, 1992), como después de 1970 en el contexto turístico (Carvalho & Sampaio, 1992; Grünewald, 1999). Esos mismos relatos indican que las artesanías eran mayoritariamente de uso privado. Aunque no haya sido utilizada siempre como objeto de intercambio se considera la posibilidad de que haya sido pequeña su discontinuidad temporal como larga su tradición comercial Pataxó. Así, el comercio actual puede ser visto como una línea de continuidad con el pasado a través de la cual se lee la historia.

La artesanía Pataxó actual en esta óptica es un retorno a una práctica antigua transformada y resemantizada. Envéz de una artesanía volcada al uso privado, se pasa a producir una artesanía volcada al comercio. Esto impactó claramente sobre la forma de los objetos producidos y sobre la selección de los objetos que aparecen interesantes para producir. También parece claro que ese cambio afectará la percepción sobre la artesanía. La producción actual está volcada a los adornos

(70% de la producción de los entrevistados), porque son más apreciados por los turistas, y a los utensilios de uso doméstico en menor cantidad.

Los utensilios domésticos aparentemente son producidos más con la intención de adornar que con una función utilitaria como se puede percibir a través del esmero estético de su producción y de los testimonios de los indígenas; aunque se puede afirmar que subsiste alguna función doméstica de dichos objetos. La aldea de Coroa Vermelha siempre tuvo vocación comercial, siendo éste un aspecto esencial de su génesis (Sampaio, 1997). Así, la transformación de la tradición no podría ser considerada fruto del turismo, sino una reorientación de la tradición del intercambio.

La artesanía Pataxó con sus características actuales se constituye en una línea de continuidad de la tradición. Al mismo tiempo es línea de continuidad y elemento de transformación de la tradición indígena, surgida de la relación con la sociedad que la rodea y generadora de la “modernización” de la sociedad indígena. Así, las artesanías que antes eran para exclusivo uso individual, desde la década de 1970 se volcaron a la vocación comercial.

Esta exposición busca organizar los datos relativos a la producción artesanal y su comercialización de modo de apoyar la argumentación relativa a su sentido tradicional. De este modo a continuación se presenta la producción doméstica de artesanías, su producción en talleres particulares, su comercialización en el centro de artesanías indígena y los sentidos atribuidos por los aborígenes. Los datos surgen del relevamiento realizado en las residencias indígenas, los grupos domésticos (GD's), los talleres individuales y colectivos, las entrevistas y la observación realizada durante la investigación de campo etnográfica.

LOS GRUPOS DOMÉSTICOS Y LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN TALLERES

En lo que se refiere a la producción doméstica de artesanías se realizaron entrevistas cualitativas y se aplicaron cuestionarios en una perspectiva cuantitativa, probabilística, exploratoria y por conveniencia. Este relevamiento realizado en las residencias indígenas, presupone la comprensión de que el espacio doméstico es crucial para la producción económica indígena. Presuposición basada en la teoría de los grupos domésticos (Chayanov, 1966) de larga tradición etnológica. Se relevaron 31 GD's en la aldea de Coroa Vermelha, una muestra probabilística con un nivel de significancia del 90% y un margen de error del 5%. Vale observar que esos niveles de confiabilidad estadística considerados relativamente bajos, fueron utilizados pues se considera (Bussab & Morettin, 1987) que, al no ser las únicas fuentes respecto de los mismos datos, son suficientes para un estudio exploratorio.

Los GD's abordados en este relevamiento se distribuyen por diversas partes del territorio de la aldea de Coroa Vermelha y están compuestos mayoritariamente por indígenas no propietarios de tiendas comerciales. También se realizó otro relevamiento con propietarios de tiendas, buscando

contrastar las dos realidades. De los 31 GD's que participaron, 24 indicaron a las artesanías como la principal actividad económica, los 7 restantes señalaron a la pesca y ninguno indicó el cultivo como actividad principal. De esos 24 no todos se dedican sólo a esa actividad, 10 también cultivan y 1 realiza las tres actividades. El hecho de que 10 entrevistados hayan indicado que también se dedican a cultivar muestra la necesidad de complementar el ingreso. Esta situación contrasta con la de la mayoría de los propietarios de tiendas, para quienes la venta de artesanías parece ser su actividad exclusiva en casi todos los casos.

Los GD's entrevistados en su mayoría no son propietarios de tiendas. Esto colaboró para que los propietarios de tiendas se conviertan en revendedores de las artesanías producidas por otras familias debido a que la producción propia es escasa. De los 24 GD's entrevistados cuya actividad principal es la artesanal, sólo 5 eran propietarios de tiendas. Los 19 restantes producían para vender en la playa o revender a terceros. La venta de artesanías de forma ambulante en la playa se ha tornado cada vez menos efectiva, puesto que los turistas prefieren comprar en el centro de artesanías y se incomodan si son abordados en la playa. Así, de los 19 GD's, 15 dijeron vender alguna parte de su producción en la playa. Pero esas ventas son cada vez menos significativas para la subsistencia doméstica, mientras que la comercialización con revendedores crece en importancia. De esos 15 productores, 14 afirmaron que la mayor parte del ingreso procede de la venta a revendedores (indígenas o no). Los 14 venden a comerciantes indígenas, pero 8 dijeron que sus mayores clientes son no indígenas, y provienen no sólo de la región de Porto Seguro y Santa Cruz Cabralia sino de diversas regiones del estado como Salvador, Vitória da Conquista y Teixeira Freitas, y de otros estados como Belo Horizonte, São Paulo y Rio de Janeiro. En general los entrevistados no manifestaron gran interés por saber hacia dónde se envían las artesanías (remitidas comúnmente por correo).

Esta situación llevó a que se intente comprender bajo qué formas se organiza dentro de la aldea de Coroa Vermelha la producción que se comercializa fuera de la aldea. Se percibió que en Coroa Vermelha hay una producción bastante significativa realizada con la participación de diversos GD's. El mayor símbolo de esa nueva modalidad de producción en oposición a la reducida modalidad anterior referida por Carvalho (1977) o la significativa producción referida por Grunewald (1999), es el taller.

Durante el trabajo de campo se encontraron 8 talleres medianos, excluido el gran taller organizado por la asociación de artesanos de Coroa Vermelha, y más de 30 talleres pequeños en casas de artesanos. Los 24 artesanos de los GD's entrevistados poseen pequeños talleres en sus casas conformados por una lijadora eléctrica y un torno para fabricar fuentes de madera. Los pequeños talleres producen artesanías en madera como fuentes, bandejas de copetín, cucharas, tenedores y otros elementos. Producidas en pequeño número, esas piezas de madera son comercializadas individualmente por los indígenas propietarios de las tiendas del centro de artesanos o por otras tiendas de Coroa Vermelha y la región. Los pequeños talleres son el motor de la

producción artesanal actual de Coroa Vermelha y superan en importancia a la producción manual de otras artesanías como collares, pulseras, pendientes y hebillas producidos con materia prima local (semillas, plumas, etc.). Los talleres medianos involucran el servicio cooperativo de diversos GD's, usualmente relacionados por parentesco, que producen a gran escala.

Se identificaron 3 GD's de hermanos, incluidos los hijos de cada uno y el padre, con régimen cooperativo; y 4 GD's de tío y sobrinos. Esos talleres trabajan con una producción espontánea, pero también atienden los pedidos de los clientes propietarios de tiendas en el centro de artesanías o fuera de la aldea. Los pedidos suelen reunir más de una centena de fuentes, bandejas de copetín y utensilios como tenedores, cucharas y cucharones. Es bastante común que los comerciantes indígenas recurran a esos talleres para comprar los productos que sobran para atender los pedidos.

El trabajo de producción se divide equitativamente entre los participantes, así como los costos y ganancias. Por esta razón se prefiere el trabajo en familia, donde todos colaboran en la compra de máquinas, los gastos de producción y el trabajo, permitiendo la división equitativa de las ganancias. Sólo uno de los talleres medianos contrataba el trabajo de terceros, debido a la falta de parientes en la aldea de Coroa Vermelha. Así, el propietario del taller aportaba las máquinas, absorbía los costos de producción y se quedaba con las ganancias, pagándoles un salario a los empleados (contratados sólo para atender los grandes pedidos).

En los talleres se ejercita la participación y colaboración familiar y al mismo tiempo se desencadenan conflictos relacionados con cuestiones internas o externas al taller. Las situaciones más comunes se relacionan con la distribución de las ganancias o la división de los costos. También la falta de contratos y de una contabilidad organizada provoca conflictos. Obviamente existen mecanismos locales de organización fiscal que buscan atenuarlos. No obstante, quizá por la influencia de la lógica comercial de los blancos, subsisten conflictos relacionados con la desconfianza en relación al modo de dividir. La lógica comercial de los blancos choca con las lógicas tradicionales de división, que prescriben jerarquías divisorias subyacentes.

En una oportunidad se recibió un pedido que luego fue cancelado por los clientes, y se estableció una disputa entre los hermanos sobre quién era el responsable y qué harían con la producción ya realizada. Como creían difícil comercializar rápidamente el pedido de utensilios de cocina, peleaban por la responsabilidad de los costos de producción. La solución fue propuesta por la mujer de uno de los hermanos, quien sugirió enviar la producción a un tío residente en Barra Velha, para que la comercialice.

En otro caso la familia estaba enfrentada por cuestiones ajenas al trabajo en el taller. Era una pelea que involucraba a las mujeres de dos primos, quienes decididos a deshacer la sociedad discutían acerca de cómo recuperarían cada uno la inversión realizada. Finalmente el tío le restituyó a

uno de ellos su parte. Usualmente es la misma familia la que encuentra la forma de satisfacer, al menos parcialmente, a los involucrados en el conflicto para retomar la armonía.

Si bien por un lado, en contraste con la sociedad no indígena y debido a la informalidad de la actividad, existe un mayor número de conflictos, también en contraste con la sociedad no indígena los conflictos se resuelven más rápidamente como consecuencia de las relaciones de parentesco. La solidaridad también aparece en los talleres a través del trabajo. En torno a los compromisos asumidos en los pedidos y en el servicio cotidiano, y a través de la ayuda económica y los puestos de trabajo en los talleres que se ofrece a los familiares más necesitados. Asimismo, esta actividad complementa el cultivo de la tierra, ya que los parientes que no trabajan en el taller colaboran con los GD's mediante la provisión de alimentos que cultivan ellos mismos. En retribución reciben colaboraciones económicas.

El ritmo de trabajo en los talleres es fuerte, sobre todo cuando hay pedidos, y rústico por el trabajo con la madera. Esto se resume en la expresión "al indio no le gusta ser esclavo", frase que ilustra un modo de vida que destaca las relaciones de parentesco, solidaridad y amistad y busca cierto tipo de satisfacción que no está necesariamente vinculada con las ganancias económicas. Este modo de vida, aunque se basa en el trabajo para sobrevivir, se niega a admitirlo como elemento central de la vida, como lo hace la sociedad no indígena.

En los talleres también se manifiesta la cuestión del mantenimiento de la tradición. En relación al tipo de artesanías producido, los talleres no se dedican a las artesanías a las cuales se les atribuye el "sello" de tradición local (collares, pulseras y pendientes de semillas). Realizan artesanías que se convierten en tradicionales por su demanda en el circuito turístico, dado que las piezas llaman la atención de los turistas y comerciantes por su belleza y utilidad. Los artesanos de los talleres se quejan de que los más jóvenes no buscan conservar esa modalidad de trabajo y prefieren entretenerse con otras actividades recreativas. Como es posible percibir para los artesanos está en juego no sólo la supervivencia sino la conservación de un modo tradicional de trabajar junto al grupo familiar, mediante relaciones de solidaridad y ayuda en el ámbito del parentesco.

LAS TIENDAS DE ARTESANÍAS

En primer lugar es preciso señalar que al hablar de artesanías se hace referencia a las artesanías "típicamente Pataxó" según la visión de los indígenas, es decir arcos, flechas, fuentes, collares y pulseras de semillas y caracoles, etc. En Coroa Vermelha tanto los indígenas como los no indígenas también comercializan otras artesanías, pero éstas no serán mencionadas porque no constituyen el foco de este trabajo.

Se intentó analizar los aspectos estructurales de la circulación, los condicionantes de la producción, a partir de tres dimensiones principales para los Pataxó. La primera es la de las

relaciones de parentesco, en torno de las cuales se establece tanto la producción como la circulación de las artesanías. Aquello que es producido y la forma como es comercializado depende de una serie de relaciones entre parientes próximos y distantes. La segunda dimensión es la de la territorialidad. Las formas de territorialización que presidieron la división de Coroa Vermelha también son las que presiden la organización indígena del turismo. Finalmente, la dimensión de las relaciones políticas, presididas tanto por el parentesco como por la territorialidad y las relaciones económicas, es fundamental porque estructura la circulación y condiciona la producción de artesanías Pataxó.

De los comerciantes entrevistados durante el trabajo de campo, aproximadamente el 60,7% (17) compran a otros indígenas de Coroa Vermelha la mayor parte de las artesanías que venden. A esto se suma el hecho de que el 100% (28) de los comerciantes entrevistados dijeron que no fabrican la totalidad de sus artesanías. Así, es posible afirmar que existe una considerable dependencia de los comerciantes de artesanías en relación a las familias productoras de artesanías de Coroa Vermelha.

Sin embargo, en esta dependencia los proveedores no ejercen un control sobre la reventa, sino al contrario. La alternativa a la reventa a los propietarios de las tiendas para los productores de artesanías es el comercio ambulante (irrelevante en términos económicos) o el comercio fuera de la aldea, y en general se vende la producción artesanal a precios bajos debido a la gran competencia. Gran parte de los comerciantes se especializa en la venta y un número bastante pequeño de ellos fabrica las artesanías que vende. De todos los tipos de artesanías producidos por los propios comerciantes, sólo los collares, pulseras y pendientes alcanzan una producción significativa (50% o 14 comerciantes). En relación a las otras piezas (fuentes, peines, arcos, flechas, lanzas, cerbatanas, maracas, hebillas, bandejas de copetín, cucharas de madera, anillos, ropa, etc.), el número de comerciantes que también fabrican es del 35%.

La aldea de Coroa Vermelha comparte un radio de 200 km con otras aldeas Pataxó de la región como las de Barra Velha, Boca da Mata, Meio da Mata, Aldeia Velha y Mata Medonha. De algunas de ellas está a sólo 50 km, lo que facilita el comercio y la reventa entre aldeas. De los comerciantes entrevistados el 89% (25) afirmó que compra parte de sus artesanías a otras aldeas Pataxó, siendo las más citadas la de Boca da Mata (40%), famosa por su producción de fuentes; la de Barra Velha (32%), tradicional productora de collares; y la de Mata Medonha (24%), conocida por su variada producción y superior a la de Coroa Vermelha.

Esta situación acentúa el carácter de los comerciantes de Coroa Vermelha como especialistas en la reventa de artesanías dejando de lado la producción, debido a que el trabajo de compra y reventa consume gran parte del tiempo de los comerciantes y a que la producción de artesanías es la salida vislumbrada por todas las aldeas de la región, lo que hace que la misma sea intensa. La única forma de que un productor se destaque económicamente de la masa de productores de artesanías es teniendo una tienda, lo que obliga al propietario a dedicarse exclusivamente a la misma.

Así, es posible hacer algunas consideraciones sobre la producción y circulación de artesanías en la aldea de Coroa Vermelha. En primer lugar, cabe registrar una separación clara entre los productores y los comerciantes de artesanías. La relación de fuerza, económicamente hablando, se da de los revendedores a los productores. Ellos venden las artesanías a un bajo precio en función de la gran competencia y gran parte de la ganancia queda para los revendedores. Es importante mencionar que por otros mecanismos como la prestación de servicios y la solidaridad familiar, una parte de la ganancia de los revendedores es redistribuida. Esto al menos evita una reacción más exasperada por parte de la comunidad Pataxó.

En segundo lugar, se diferencia un segmento de especialistas con intereses propios en la reventa de artesanías. Esos intereses no necesariamente coinciden con los de los líderes indígenas ni con los del resto de la comunidad. Existe una especialización en las aldeas relacionada con las materias primas encontradas en cada región y la calidad de las artesanías. De esa forma, la producción de artesanías Pataxó se estructura en base a una relación de producción asimétrica, sumado a la antigüedad en el lugar. Sólo las familias que ya poseían tiendas en el centro de artesanías indígena tuvieron un acceso garantizado a las tiendas del nuevo centro de artesanías. Esto tornó improductiva la ya poco efectiva venta ambulante de artesanías en la playa. Así, las familias productoras que no fueron contempladas en las tiendas tienen dos opciones: comprar o alquilar tiendas o vender sus productos a los comerciantes que las poseen. El alquiler de las tiendas es una forma de subsistencia bastante común entre las familias propietarias, ya que el valor cobrado (de R\$ 300,00 a R\$ 400,00 – 100 a 130 dólares) es un ingreso mensual seguro que el comercio no ofrece. La formación de un grupo de revendedores produce un segmento más próspero en relación al resto de la comunidad. Este grupo, cuyas relaciones de poder ya estaban establecidas por el parentesco y la antigüedad de la ocupación de Coroa Vermelha, las refuerza con la prosperidad económica.

Sobre este aspecto debe retomarse el proceso de formación de la aldea de Coroa Vermelha. El chamán de Itambé, indicado por muchos indígenas y por los documentos oficiales (Carvalho & Sampaio, 1992) como el primer Pataxó en llegar a Coroa Vermelha, en esa época era responsable de la organización comercial de la playa de Coroa Vermelha y distribuía los terrenos a los parientes que llegaban. Los documentos oficiales relatan que desde 1973 la prefectura “*delimita lotes para la ocupación de los indígenas y les construye casas, atrayendo nuevos contingentes indígenas*” (Carvalho & Sampaio, 1992: 8). Aunque este documento no menciona los criterios de su distribución ni los del área de comercio.

El chamán distribuía las familias en la playa de Coroa Vermelha. Esa distribución observaba, como es común entre los Pataxó y en cualquier sociedad indígena, las relaciones de parentesco. Las familias que llegaron a Coroa Vermelha fueron sus parientes próximos, sobrinos, primos y familias de amigos. Ellos están entre los primeros que llegaron a la región y por lo tanto poseen tiendas en el centro de artesanías.

Hay que destacar lo que sucede en relación a la estandarización de la producción de artesanías. En una estrategia que parece haber sido generada por una economía de conflicto, los Pataxó hoy coinciden en que precisan minimizar las diferencias individuales entre las artesanías producidas para establecer un equilibrio entre los comerciantes. Cada tienda tiene el control sobre su stock, variedades y tipos de productos comercializados. Sin embargo, existe una gran estandarización que hace que cada arco independientemente del artesano que lo haya producido, sea igual a los otros. Así, no hay competencia en relación a las cualidades estéticas de cada tipo de artesanía y predomina la idea de que todos son capaces de producir las piezas en igualdad de condiciones y de modo estandarizado. Barth (2002: 1) muestra que aunque la idea de cultura haga pensar en un conocimiento difuso “poseído” por un grupo étnico, sólo es posible pensar el conocimiento como distribuido en cada sociedad en forma desigual. De ese modo, considerar que el conocimiento de las artesanías está difusamente distribuido entre los artesanos Pataxó, aunque pueda ser válido desde el punto de vista de la cultura, parece una ilusión ingenua o una estrategia de otro.

Esa estrategia en el caso Pataxó evita crear un frente de competencia para los revendedores, el cual podría favorecer a algunos productores. Si hubiera diferencias estéticas significativas entre las obras, los artistas de mayor reputación tendrían más demanda, perjudicando a la mayoría de los productores. Además de formar parte de una economía que tiende a reducir las posibilidades de eclosión de conflictos, esa estrategia parece formar parte del proyecto de construcción de la indianidad Pataxó.

Los comerciantes buscan destacar el hecho de que las artesanías comercializadas en la Coroa Vermelha son “típicamente” Pataxó. Así, esas artesanías formarían parte del sistema de la etnicidad, que invierte en símbolos específicos y les atribuye significados para reforzar un determinado punto de vista. Esa estrategia de acumulación de capital simbólico (Bourdieu, 2004: 112) requiere la estandarización como forma de afirmación del carácter específico.

[...] Los criterios objetivos de identidad étnica [...] son objetos de representaciones objetales de cosas (emblemas, banderas, insignias, etc.) o actos, estrategias interesadas de manipulación simbólica que tienen en cuenta determinar la representación mental que los otros pueden tener de esas propiedades y de sus portadores (Bourdieu, 2004: 112).

La reproducción de la idea de que las artesanías forman parte del conjunto de características y tradiciones étnicas de la comunidad precisa apoyarse en la estandarización de las piezas. Es como si el conocimiento y la capacidad para producirlas fueran homogéneamente distribuidos entre todos en la comunidad, como una tradición compartida. Esa percepción, cuidadosamente urdida y compartida, se consensuó rápidamente y ya no recuerda su origen. Según Grünwald (1999) la artesanía Pataxó, al menos en su presentación actual, remite a las décadas de 1960 y 1970, y aparece en diferentes narrativas de los aborígenes.

La manipulación simbólica de esas representaciones serían actos constructivos de una identidad, sintetizados en este trabajo por la expresión “proyecto de construcción de la indianidad”, actos de prestidigitación simbólica que la palabra manipulación podría hacer suponer.

De esa forma, los criterios de antigüedad, parentesco y división del trabajo entre los segmentos sociales son los motores del proceso de producción y circulación de artesanías entre los Pataxó. Ese proceso ocurre en el interior de la aldea de Coroa Vermelha relacionando productores y revendedores indígenas de la misma aldea y de otras aldeas Pataxó.

ARTE Y SUVENIR

Algunos significados de las artesanías y la tradición de los Pataxó

Teniendo en cuenta los cambios operados en el uso de la artesanía Pataxó, que datan de la década de 1970, es lícito imaginar que las mismas también hayan generado cambios en su significación. Éstos estarían relacionados con el contexto cada vez más comercial en el que están inmersos, que tiende a dibujar sus contornos de significación.

Los cambios no se refieren sólo a la exacerbación de la connotación comercial de las artesanías. Considerando que esa connotación forma parte de su existencia, la modificación que produce su inserción en el turismo no es tan importante si se la analiza sólo como mercantilización. El cambio principal se refiere a las categorías estéticas utilizadas para diseñar las artesanías y producir y emitir percepciones. Habiendo dicho que las artesanías pasan a ser un emblema étnico que produce la sensación de que sus conocimientos y técnicas son horizontalizados, importa destacar una dualidad en las percepciones de los Pataxó, que se da en torno a la idea de tradición imbricada en la producción de artesanías.

El significado de la artesanía Pataxó es tratado entre los aborígenes mediante dos perspectivas. Cuando se les pregunta sobre su significado destacan dos conjuntos de referencias que se diferencian en sus discursos. Por un lado, puede aparecer como arte; y por otro, como recuerdo, entendido tanto desde la perspectiva de sinónimo de souvenir como desde la perspectiva de recuerdo evocado por las categorías patrimonio y memoria.

En esta investigación Doña Meruca (habitante de la aldea) fue la primera persona que se refirió a la artesanía Pataxó como arte. Ella dijo que el arte que estaba detrás de la artesanía proviene de una antigua tradición y se remonta a los tiempos de Barra Velha. Doña Meruca es una de las habitantes de Coroa Vermelha que más relación tiene con la aldea de Barra Velha y viaja constantemente hacia allí. Pasó su infancia en Barra Velha y recuerda varias historias de esa época. Sus hijos participan activamente del movimiento indígena en la región y algunos ejercen roles importantes. Su visión sobre el arte Pataxó probablemente se relacione con eso, pues una de sus hijas es artista plástica

graduada y sus obras son reconocidas en la región, sobre todo por los Pataxó. Para ella el arte Pataxó está esencialmente ligado a la idea de tradición y sólo puede constituirse en arte lo que sea tradicional de los Pataxó. En su visión la tradición no tiene una connotación estable porque considera como arte tradicional lo que hace su hija, que posee influencias occidentales. Su hija reproduce a los Pataxó y su cultura, pero utiliza técnicas sofisticadas y no elementos rústicos.

Así, el significado del arte Pataxó para Meruca se relaciona con lo tradicional, pero esa relación es dinámica. Lo tradicional no se confunde con el mero objeto, sino que corresponde a la intención estética y al modo local de hacer. Esta visión coincide con Resinger & Steiner (2006: 68), para quienes la autenticidad, como propiedad del objeto tradicional en el contexto turístico, no es *“una propiedad real del objeto turístico que puede ser medida de acuerdo con criterios absolutos y objetivos”*. Para las autoras la autenticidad que caracteriza lo tradicional es subjetiva, resultado de las representaciones y acciones de los sujetos que se ven como auténticos y evalúan su producción como tradicional. En este contexto, el cambio observado por los “de afuera” es visto como “natural”, coherente y con la preservación de cierta lógica estética. Así, la autenticidad de lo tradicional sería un esfuerzo de subjetivación de lo colectivo donde el sujeto es capaz de sumar transformaciones a la cultura tradicional.

En relación al aspecto de la comprensión de la artesanía como arte, cabe recordar el abordaje de Horodyski, Fernandes & Gândara (2015: 174) respecto de las dimensiones de la experiencia que se pretende evocar en la comercialización del souvenir a los turistas. Para los autores la dimensión de la evasión, que remite a las categorías cognadas al arte, traza la necesidad de inmersión. En este contexto, al proponer la apreciación de un souvenir clasificado como artístico el productor procura obligar a la inmersión del consumidor. Al apelar a la categoría del arte y de la tradición los Pataxó procuran evocar un sentido de inmersión que se relaciona con la reflexión. Otra dimensión resaltada por los autores es la del aprendizaje, que en el contexto Pataxó puede estar relacionada al arte, pero también al recuerdo. El sentido de la artesanía Pataxó como recuerdo evoca un proceso de aprendizaje que también exige inmersión, pero apela a la dimensión sensorial e intelectual para transmitir contenidos que se quieren transmitir al consumidor, en este caso el turista.

La artesanía Pataxó puede ser entendida como recuerdo en el sentido de souvenir turístico y en el sentido de memoria o patrimonio. Esas dos categorías surgieron a lo largo de la convivencia con los comerciantes del centro de artesanías indígena. Ellos intentan vender a los turistas un recuerdo de los Pataxó de Bahia, una artesanía. En este sentido, la artesanía es presentada como un souvenir a ser utilizado como recuerdo de un viaje.

En cierta oportunidad se escuchó que un artesano le decía a un turista: *“esta pieza es para que se acuerde, no sólo de Bahia y Porto Seguro, sino de la lucha y la memoria del pueblo Pataxó”*. Durante la investigación se le preguntó a Capimbará (habitante de la aldea) sobre el significado de esto y respondió: *“las artesanías de los Pataxó no sólo se venden para llenar la barriga”*.

Horodyski & Gândara (2015: 4) afirman que el souvenir no deja de ser un aspecto que el anfitrión selecciona para representar ante el turista. La artesanía Pataxó reaparece a la luz de esta perspectiva como aspectos seleccionados para evocar conjuntos de significados ante otros. Se debe señalar que además de representar espacialidad, procedencia o elementos estéticos, en la visión de los indígenas la artesanía Pataxó busca evocar significados relacionados con la diferencia cultural y la demarcación de la frontera étnica, una contribución indígena a la cultura nacional y a las garantías de los derechos originarios. Así, se amplía considerablemente el radio de acción de la evocación que intenta reflexionar sobre el souvenir Pataxó. Aquí se configura la dimensión de la experiencia del aprendizaje, donde se espera que el consumidor aprenda algo sobre la cultura local y en el caso Pataxó, se desea que el turista sea un difusor del aprendizaje, esperando realizar un movimiento de multiplicación como estrategia política.

Así, surgen las siguientes preguntas: ¿La artesanía es parte y expresión de un poder simbólico, un instrumento de comunicación y conocimiento (Bourdieu, 2004: 9)? Como instrumento de comunicación y conocimiento ¿la artesanía podría contar la historia de los Pataxó y ayudarlos a vencer la batalla por el reconocimiento de los derechos por los que luchan?

CONSIDERACIONES FINALES

Se espera haber demostrado que la respuesta a las preguntas anteriores es positiva. De hecho, como mecanismo de expresión de categorías estéticas la artesanía comunica muchas cosas más allá de una representación de lo bello. Es usada en la relación de los Pataxó con los blancos para comunicar la diferenciación étnica, diacrítica, al mismo tiempo en que afirma cierta continuidad con el pasado de la tradición. La artesanía es un instrumento de la lucha simbólica por la demarcación de la diferencia que en última instancia es un arma poderosa para garantizar los derechos y el modo de vida. Todas estas cuestiones son subyacentes en el intercambio comercial Pataxó y son evocadas por quienes disponen de más tiempo e interés para mirar la artesanía Pataxó, elemento turístico de Coroa Vermelha.

En la producción en talleres o en la comercialización en tiendas y en la playa de artesanías Pataxó están en juego los aspectos de un diálogo interétnico, más allá de las cuestiones económicas subyacentes. En la medida en que está irremediabilmente enmarañada en las relaciones de parentesco y en las dinámicas de territorialización de los Pataxó, la artesanía está implicada en las prácticas corrientes de organización del mundo social. En la misma medida, considerando su vocación estética y de intercambio, está implicada en las relaciones más propiamente comunicativas y fronterizas con la sociedad que la rodea.

La artesanía aparece evocando categorías tanto próximas al concepto de souvenir turístico, como al aspecto de recuerdo que evoca significados más profundos que las transacciones en un mercado. Más allá de transparentar aspectos seleccionados por la comunidad para que los turistas recuerden,

como sugiere el concepto de souvenir, la artesanía evoca una expectativa de reconocimiento étnico, de derechos originarios y reivindicación de la diferencia. Revela una aspiración bastante profunda e inherente a la comunidad de que evoque su contribución a la cultura nacional y local, y que consecuentemente obligue a los visitantes a reflexionar sobre el lugar y el rol actual de la comunidad indígena en el contexto baiano y nacional. Por lo tanto, refleja la aspiración de días mejores, garantizados por la lucha del reconocimiento de los derechos. Así, más allá de servir para recordar aspectos de la comunidad a los turistas, el mensaje que procura transmitir a lo largo del proceso de intercambio es la necesidad de rever el valor de las poblaciones indígenas en el contexto nacional.

De este modo, en el análisis de su significado es posible pensar en la producción de la artesanía como práctica de la ejercitación de la frontera étnica y consecuentemente de la afirmación de la diferencia. Así, en el contexto de las luchas políticas por afirmar los derechos, termina convirtiéndose en un arma y una estrategia para los Pataxó. Se espera haber demostrado que en la comercialización de la artesanía Pataxó se encuentra en juego la construcción y afirmación del modo de vida indígena y la constitución de una relación con los blancos, los turistas y los pobladores locales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barth, F.** (2002) "An anthropology of knowledge". *Current Anthropology*, The Weener-Gren Foundation for Anthropological Research, 43(1): 1-18
- Bourdieu, P.** (2004) "O poder simbólico". Bertrand Brasil, Rio de Janeiro
- Bussab, W. O. & Morettin, P. A.** (1987) "Estatística básica". Atual Editora, São Paulo
- Carvalho, M. R. G.** (1977) "Os Pataxó de Barra Velha: seu subsistema econômico." Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, UFBA, Salvador
- Carvalho, M. R. G. & Sampaio, J. A. L.** (1992) "Parecer sobre o Estatuto Histórico-Legal das Áreas Indígenas Pataxó do Extremo Sul da Bahia". Mimeo, Salvador
- Chayanov, A. V.** (1966) "The theory of peasant economy." *The American Economic Association*, Homewood-Illinois
- Cohen, E.** (1988) "Authenticity and commoditization in tourism". *Annals of Tourism Research* 15(3): 371-386
- Geertz, C.** (1989) "A interpretação das culturas." Guanabara Koogan, Rio de Janeiro
- Gordon, B.** (1986) "The souvenir: Messenger of the extraordinary". *Journal of Popular Culture* 20(3): 135-146
- Graburn, N. H. H.** (1984) "The evolution of tourist arts". *Annals of Tourism Research* 11(3): 393-419
- Grünwald, R. A.** (1999) "Os 'índios do descobrimento': tradição e turismo." Tese de Doutorado. UFRJ/ MN/PPGAS, Rio de Janeiro
- Horodyski, G. S.** (2014) "O consumo na experiência turística: o caso dos *souvenirs* no destino Curitiba-PR." Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Geografia, UFPR, Curitiba-PR

- Horodyski, G. S.; Fernandes, D. L. & Gândara, J. M.** (2015) “As experiências dos turistas em estabelecimentos comerciais de *souvenirs* no destino Curitiba – Brasil”. *Investigaciones Turísticas* (10 - jul-dez): 170-201
- Horodyski, G. S. & Gândara, J. M.** (2015) “O consumo turístico: As compras racionais e emocionais de *souvenirs* no destino Curitiba – PR”. *Anais do Seminário Nacional da ANPTUR*, Natal – RN
- Horodyski, G. S.; Manosso, F. C. & Gândara, J. M.** (2013) “Conceitos e abrangência do souvenir na dinâmica do espaço turístico: O caso de Curitiba – PR”. *Revista Turismo Visão e Ação* 15(1): 130-143
- MacCannel, D.** (1992) “Empty meeting grounds”. Routledge, London
- Medeiros, F. B. & Castro, C.** (2007) “A cidade e seus souvenirs: O Rio de Janeiro para o turista ter”. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* 1(1): 34-53
- Oliveira, J. P.** (Org.) (2004) “A viagem da volta: etnicidade, política e reelaboração cultural no Nordeste Indígena.” *Contra Capa/ LACED*, Rio de Janeiro
- Reisinger, Y. & Steiner, C. J.** (2006) “Reconceptualizing object authenticity”. *Annals of Tourism Research* 33(1): 65-86
- Sampaio, J. A. L.** (1997) “Coroa Vermelha 1997: Garantia da Terra Indígena e Impasses no Quintocentenário do Descobrimento”. Mimeo, Salvador
- Schlüter, R. G.** (1998) “El rol de las camisetas en la creación de imágenes de destino.” *Estudios y Perspectivas en Turismo* 7(1): 5-23
- Smith, V.** (1977) “Hosts and guests: The anthropology of tourism.” University of Pennsylvania Press, Philadelphia
- Veyne, P.** (1998) “Como se escreve a historia: Foucault revoluciona a história.” Ed. UnB, Brasília

Recibido el 29 de abril de 2016

Reenviado el 23 de junio de 2016

Aceptado el 02 de julio de 2016

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués