

FETICHISMO E COMERCIALIZAÇÃO DA CULTURA DA RENDA RENASCENÇA DO CARIRI PARAIBANO

Irami Rodrigues Monteiro Júnior¹

(Doutorando em Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Prof. de Geografia, Centro de Ensino Superior do Seridó, irami.junior.017@ufrn.edu.br)

Maria do Socorro da Costa²

(Rendeira, Profa. pedagoga do Município de Camalaú, PB, Universidade Estadual do Vale do Acaraú, costa35.2018@gmail.com)

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar criticamente as tensões e ambivalências entre a renda Renascença, enquanto expressão da cultura popular no território do Cariri Paraibano, e sua transformação em mercadoria fetichizada no mercado. A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa a partir da revisão bibliográfica crítica e da aula de campo. A renda Renascença se tornou objeto de desejo pelo alto potencial de exploração econômica das relações culturais e da tradição. No entanto, o trabalho desses sujeitos é invisibilizado, projetando a renda Renascença como o elemento central da cultura e da tradição, agora associado ao valor de troca. Por fim, os significados coletivos do trabalho artesanal são subordinados à lógica do consumo, na qual o valor de troca passa a predominar sobre o valor de uso e sobre os sentidos culturais da produção. A atuação de atravessadores, empresários e estilistas reforça essa desconexão entre o objeto e os sujeitos que o produzem, alimentando o fetichismo da mercadoria.

PALAVRAS-CHAVE: Artesanato; Cultura; Economia Criativa; Paraíba.

GT3: Espaço, Cultura e Turismo

1 INTRODUÇÃO

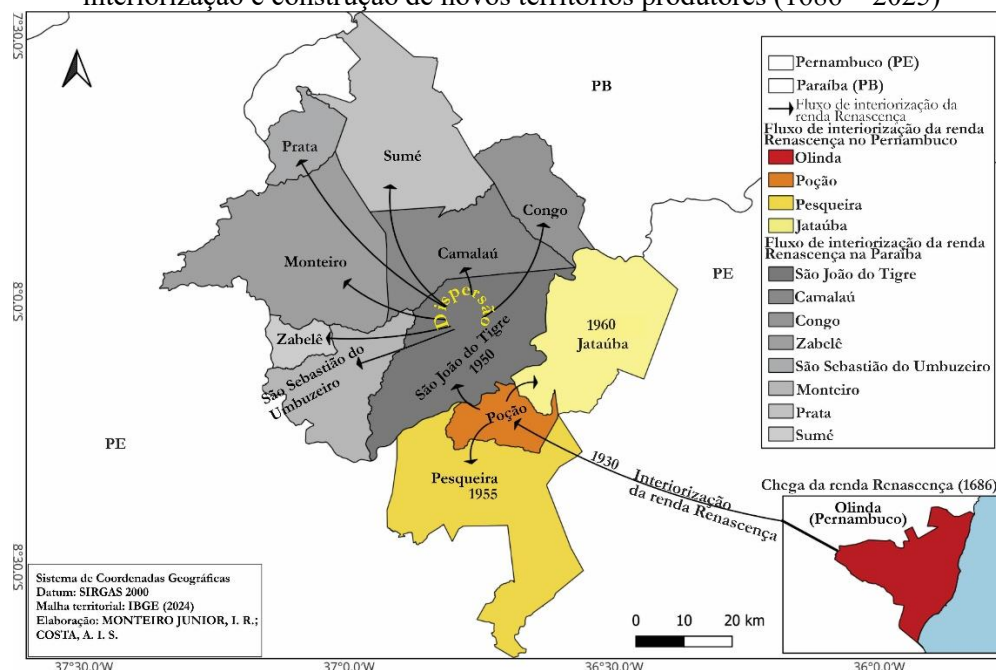
A renda Renascença do Cariri Paraibano é uma renda de agulha herdada das tessituras europeias. Para Charles e Pagès (1906), historicamente os trabalhos feitos à agulha, o bordado, com uso de linho e seda, se aproxima dos egípcios por volta de 8.000 a.C. e chineses há 3.000 a.C. A renda surge como um instrumento de renovação dos tipos de bordados a partir do desejo de novas formas, figuras e traços. A sua origem remonta ao século XV, na Itália, especificamente à cidade de Veneza, como materialização da renda com a criação do *punto in aere* (ponto no ar), que não necessitava de um tecido como base, como nos bordados (NÓBREGA, 2005; OLIVEIRA, 2010).

O termo “Renascença” não se refere ao período histórico-cronológico, mas como inspiração estética redescoberta de formas antigas italianas no século XIX (EARNSHAW, 1984). A renda Renascença chega ao Brasil pela Bahia em 1662, depois em Olinda, em 1686, pelo Convento de Santa Teresa (NÓBREGA, 2005; OLIVEIRA; LUCIAN, 2016).

Essa congregação é expulsa em 1823 e o Convento de Santa Teresa volta a ser ocupado por freiras francesas que confeccionavam a renda como artigo raro e de preço elevado economicamente (NÓBREGA, 2005), se transforma em escola feminina ensinando jovens à

atividade manual (SILVA, 2022). A partir da criação das escolas femininas, iniciou-se o processo de desterritorialização da renda Renascença, que migrou do litoral de Olinda, Pernambuco, para o interior do estado, em Poção, e, posteriormente, para o estado da Paraíba, em São João do Tigre (Figura 1).

Figura 1 – Mapa de localização da origem da renda Renascença do Cariri Paraibano e o processo de interiorização e construção de novos territórios produtores (1686 – 2025)



Fonte: Dados de campo (2023–2024). Acervo dos autores (2025).

A figura 1 mostra o processo de desterritorialização da renda Renascença, para o interior do PE, inicialmente pela cidade de Poção, partir de 1930, em seguida, para as cidades de Pesqueira, em 1955, e Jataúba, em 1960 (SEBRAE, 2013; MARINHO, 2016). A interiorização da renda Renascença está relacionada a uma jovem que trabalhava no Convento Santa Tereza (ÓSORIO, 1983), que aprendeu as técnicas e habilidades por meio dos ensinamentos das freiras às alunas do colégio nas dependências do convento (OLIVEIRA, 2010). Ao regressar à sua cidade natal, Poção–PE, guarda as técnicas consigo até ser observada por uma senhora, que, mais tarde, iria ensinar a Elsa Medeiros (Lalá).

Uma paraibana de São João do Tigre, que morava em Poção (NÓBREGA, 2005), é considerada a responsável pela disseminação da renda Renascença no interior do Pernambuco e da Paraíba. Grupos de mulheres por questões distintas se mudam para Poção (NÓBREGA, 2005), aprendem as técnicas, retornam aos municípios paraibanos de São João do Tigre, São

Sebastião do Umbuzeiro, Zabelê e Camalaú, à época distritos do município de Monteiro, e ensinam a outras mulheres, na escala da casa e da vizinhança, posteriormente para Prata, Congo e Sumé.

Com esse processo histórico-geográfico, essa atividade se tornou símbolo cultural nesses municípios, se tornando também uma forma econômica. Esse movimento foi lento, pautado na transmissão na escala da casa e da vizinhança, construindo um território sólido e arraigado de identidade e cultura na região do Cariri Paraibano. O elo entre cultura, identidade e produção (econômica) possibilitou a transformação desses elementos em uma mercadoria materializada na renda Renascença. Assumindo, nesse estudo, a definição de cultura como os significados criados e recriados pelos diversos grupos sociais em relação às várias esferas da vida, considerando-a como meio e condição para as diferenças socioculturais (CORRÊA, 2014).

Contudo, a renda Renascença deixou de ser somente uma atividade artesanal de base local e regional, expressão da identidade e da memória coletiva de um povo. Com sua mercantilização e inserção no circuito ampliado do consumo, passou a ser tratada como objeto de desejo estético e comercial, deslocando o olhar da trabalhadora que a produz para a “coisa” em si. Assim, cria-se um fetichismo da mercadoria cultural, onde o produto parece adquirir vida própria e valor autônomo, desconsiderando as relações sociais que lhe dão origem.

Dessa forma, o objetivo deste trabalho é analisar criticamente as tensões e ambivalências entre a renda Renascença, enquanto expressão da cultura popular no território do Cariri Paraibano e sua transformação em mercadoria fetichizada no mercado, em que os vínculos sociais, históricos e simbólicos do fazer artesanal são obscurecidos pelo valor de troca atribuído ao produto.

2. METODOLOGIA: CAMINHOS DE ANÁLISES E DE INTERPRETAÇÕES

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, com base em duas estratégias principais: a revisão bibliográfica crítica e a aula de campo como prática metodológica de observação e análise do território. A revisão bibliográfica fundamenta-se em autores clássicos e contemporâneos que discutem os conceitos de cultura, fetichismo da mercadoria, território e economia simbólica, com destaque para Canclini (2008), Marx (2013), Corrêa (2014) e Dorsa (2023) para trabalhar os conceitos de fetichização da mercadoria, território cultural e cultura e mercadoria da cultura.

A aula de campo foi realizada nos municípios de Monteiro, Zabelê, São João do Tigre, São Sebastião do Umbuzeiro e Camalaú do Cariri Paraibano entre março de 2023 e junho de 2024, reconhecidos como centros de produção da renda, com visitas a associações. A atividade permitiu observar in loco as práticas produtivas, os espaços de comercialização, os discursos das artesãs e os processos de mediação com o mercado, possibilitando uma leitura do território como construção social e cultural.

Durante as assembleias das associações, foram entrevistadas 87 rendeiras acerca da produção e comercialização da renda Renascença. Essas entrevistas visaram estabelecer conexões entre os laços de pertencimento cultural e as transformações geradas pela emergência do capitalismo no universo artesanal, especialmente em relação à valorização da renda como mercadoria de luxo.

3. A RELAÇÃO DO FETICHISMO DA MERCADORIA E A CULTURA DA RENDA RENASCENÇA DO CARIRI PARAIBANO

A ideia de fetichismo da mercadoria, proposta por Karl Marx no primeiro capítulo de O Capital, em 1967, representa uma das mais influentes ferramentas para a análise crítica do modo de produção capitalista e crítica à economia política. Marx (2013) aponta que, em uma sociedade capitalista, as interações sociais entre indivíduos se transformam em relações entre objetos, proporcionando às mercadorias uma “autonomia” ilusória e um aspecto de naturalidade. Essa inversão ontológica, na qual o produto do trabalho aparenta ter valor em si e não quem produz, oculta a exploração e a historicidade das relações sociais de produção.

A renda Renascença é um produto das relações sociais e culturais firmadas no Cariri Paraibano na escala da casa, nas relações de proximidade com a comunidade, o que gerou laços identitários transformando essa região em um reduto de produção desse artesanato pautado na tradição e qualidade do produto. Contudo, esse produto vivencia um momento de desmonte dos processos culturais e da tradição, transformando essas relações sociais em produtos visando o lucro, quando esquece de elementos basilares como qualidade e a ligação com o território, se transformando em comercialização da cultura enquanto mercadoria.

Segundo Marx (2013), toda mercadoria possui duas naturezas: o valor de uso, que se refere à utilidade concreta de um bem e à sua capacidade de atender a uma necessidade humana, e o valor de troca, que expressa a relação social quantitativa com outras mercadorias, mediada pelo trabalho abstrato. É justamente essa duplicidade entre valor de uso e valor de troca que

provoca o fetichismo da mercadoria. Nesse sentido, no capitalismo, o valor de troca enfatiza o quanto o bem vale em relação a outros bens no mercado. Nesse contexto, essa forma de valoração ignora a concretude do valor de uso, ao ocultar a relação social de produção e o trabalho humano envolvido no objeto.

A renda Renascença se tornou objeto de desejo pelo alto potencial de exploração econômica das relações culturais e da tradição. Albuquerque e Menezes (2007) mostram que essa atividade possui grande importância econômica dada à quantidade de mulheres envolvidas no processo de produção, além das poucas opções de emprego, observado no Cariri Paraibano, em específico em Camalaú, um dos municípios produtores. No entanto, o trabalho desses sujeitos é invisibilizado, projetando a renda Renascença como o elemento central da cultura e da tradição, agora associado ao valor de troca.

Assim, o sentido da valorização de uma produção artesanal perde seu valor, o significado e, a renda Renascença como mercadoria passa a ser valorizada por seu valor abstrato, não por sua utilidade concreta. A renda Renascença constitui um legado cultural forjado coletivamente por mulheres que, ao longo de décadas, encontraram nessa prática artesanal não somente uma expressão estética, mas também uma estratégia de subsistência econômica.

No Cariri Paraibano, a rede feminina de produção consolidou a renda Renascença como símbolo identitário regional, sustentado por laços de solidariedade e saberes hereditários. Contudo, sua inserção no mercado de bens simbólicos, como objeto de luxo, desvincula o produto de sua função social original. Assim, o valor de uso ligado ao trabalho, cultura e território é eclipsado pelo valor de troca, gerando a fetichização da mercadoria.

Taussig (2010, p. 43) ao investigar os efeitos do capitalismo em contextos periféricos evidencia que os trabalhadores reinterpretam o fetichismo por meio de práticas simbólicas quando afirma que “o valor de uso perde sentido em uma economia onde o trabalhador já não reconhece o fruto do seu trabalho, e o objeto parece agir por si”. No caso da renda Renascença, o valor de uso simbólico (cultural, tradicional, comunitário, coletivo) é destruído pela lógica impessoal da troca, reforçando a dominação do capital sobre o cotidiano.

Antes, a produção da renda Renascença ocorria por meio de uma relação direta entre cliente e rendeira, com pedidos personalizados que respeitavam técnicas e saberes tradicionais transmitidos entre gerações. Cada peça expressava a criatividade da artesã e a identidade coletiva do território, sendo portadora de memória, gesto e pertencimento. Com a inserção da

renda Renascença na lógica capitalista, rompe-se gradualmente o vínculo entre a produção e seu contexto cultural de origem.

Estilistas e intermediários passam a definir as peças, reconfigurando o fazer artesanal para atender a mercados distantes e alheios ao território produtor. Assim, a renda Renascença se transforma em uma mercadoria padronizada e abstrata, esvaziada de seu valor de uso original, enquanto as rendeiras tornam-se somente força de trabalho. Essa lógica se torna ainda mais evidente quando coleções de moda que incorporam a renda Renascença ganham visibilidade nacional e internacional, promovendo estilistas e marcas como os verdadeiros criadores, ao passo que relegam ao anonimato as mulheres que efetivamente confeccionaram as peças.

Nessas situações, o discurso da originalidade e do design sobrepõe-se à materialidade do trabalho artesanal, desconsiderando que cada peça carrega horas de dedicação, habilidade técnica e memória cultural. O produto final é destacado pela estética e pela autoria estilística, enquanto o processo produtivo, marcado por relações sociais, gênero, território e desigualdade, é silenciado. Desse modo, o valor de uso da renda, vinculado à história e à prática cotidiana de dezenas de mulheres, é substituído por um valor simbólico abstrato, voltado para o consumo de luxo.

Ainda, quando esses processos são excluídos da equação, o valor da mercadoria é determinado pelo trabalho abstrato, como enfatiza Rubin (1980) a aproximação entre sujeito e consumidor se dá por meio da invisibilidade do trabalho e do social. Esse processo oculta as relações sociais, enquanto um trabalho humano, e as condições de trabalho que os originaram, provocando o fetichismo da mercadoria. Um exemplo é a renda Renascença, como destaque no São Paulo Fashion Week (SPFW) da coleção “Somos Todos Paraíba”.

A renda Renascença, ao ser apresentada em uma passarela como símbolo de identidade, tradição e elegância, oculta o trabalho exaustivo, mal remunerado e desvalorizado das rendeiras, que frequentemente vivem em condições precárias e à margem da valorização econômica real do produto. Dados de campo mostram que essas mulheres recebem por produção, a cada novelo desmanchado (o mesmo que rendado) recebem R\$ 100,00 em média, trabalhando em jornadas exaustivas que, no ato da entrevista, não sabiam nem mensurar a quantidade de horas trabalhadas.

A emergência do capitalismo exige essa exploração da mão de obra, no caso da renda Renascença, mulheres entre a faixa etária de 35 e 68 anos que trabalham sem controle do regime

de tempo de horas trabalhadas, sem carteira assinada ou qualquer vínculo empregatício. O tempo de trabalho não é mais o tempo necessário para produzir um bem útil, mas o tempo abstrato, homogêneo, que mede a produtividade e organiza a vida social sob a lógica da valorização do capital. Dessa forma, o desfile no SPFW impõe a fetichização da mercadoria ao atribuir-lhe um valor simbólico e mercadológico elevado à renda Renascença, voltado ao consumo elitizado, apagando o contexto local de sua produção, pois quem compra esses produtos enxergam somente o produto em si a necessidade de consumir.

Esse processo pode ser interpretado como um deslocamento do valor de uso para o valor de troca em Marx (2013). Nesse contexto, o valor de troca transforma relações entre pessoas em relações entre coisas. A coisificação que encobre o trabalho vivo e transforma a realidade social numa aparência objetiva. Entre a produção e fetichização da mercadoria da cultura da renda Renascença, a cidade de Monteiro assume o protagonismo devido às articulações políticas, econômicas e sociais.

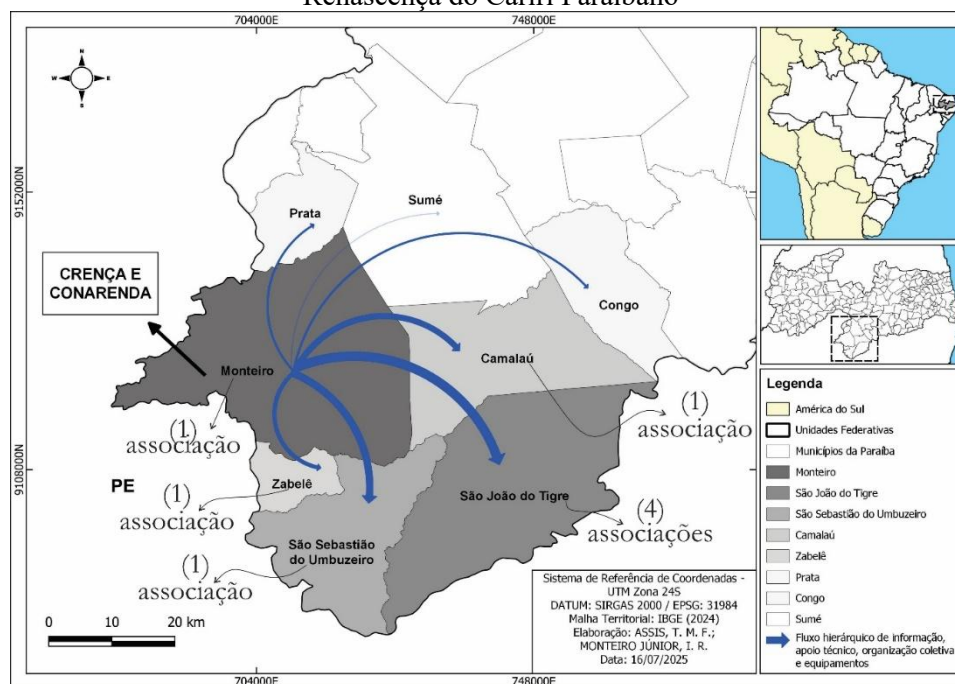
Ela é o primeiro município brasileiro a receber o título de “Cidade Mundial do Artesanato para Renda Renascença” pelo Conselho Mundial do Artesanato (WCC AISBL), uma organização não-governamental, filiada à Unesco. A construção de um território voltado ao apego a determinado espaço pelas relações sociais e não ao espaço em si, dessa forma a renda Renascença é o elo. Para Dorsa (2023), o território é criado pela cultura do grupo, e as pessoas se sentem ligadas a um lugar, não pelo lugar em si, mas pelas coisas que elas constroem lá.

Desse modo, os valores culturais que conectam os indivíduos de maneira identitária no espaço são essenciais. Entretanto, a produção de renda Renascença não é exclusiva de Monteiro para atribuição desse título, mas, devido às forças ocultas que agem nas esferas políticas e econômicas, reconhecem esse território como o epicentro. Ações políticas como Centro de Referência da Renda Renascença (CRENÇA) idealizado pelo governo do estado da Paraíba em parceria com o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB) com gerenciamento compartilhado entre Rendeiras e Parceiros confirma essa visão da cidade Monteiro para colocar a renda Renascença também como sinônimo de artigo de luxo e desejo de consumo.

Além disso, Monteiro é a cidade sede do Conselho das Associações, Cooperativas, Empresas e Entidades Vinculadas à Renda Renascença do Cariri Paraibano (CONARENDA) cujo objetivo é proteger o nome geográfico “Cariri Paraibano” na comercialização da renda Renascença pela Indicação Geográfica (IG). Contudo, percebe-se uma vinculação forte da herança histórica em São João do Tigre dada o número de associações.

Essas ações são emanadas dada a importância política e econômica dessa cidade e a atuação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), da prefeitura e do governo do estado da Paraíba, acaba sendo, hoje, o *locus* de divulgação da atividade como fetichização da mercadoria imposta pela emergência do capitalismo (Figura 2).

Figura 2 – Equipamentos, organização coletiva, informações e apoio técnico na produção da renda Renascença do Cariri Paraibano



Fonte: IBGE (2024); dados de campo (2023–2024). Acervo dos autores (2025).

Conforme a figura 2, Monteiro se configura como um ponto estratégico na comercialização da renda Renascença, enquanto mercadoria cultural. A cidade atrai agentes com capital interessados em sistematizar e acelerar a produção, seja por meio de atravessadores ou associações. Assim, embora a renda Renascença carregue a memória e a cultura do território em cada ponto e técnica artesanal, ela também é convertida em produto, articulando tradição e mercado.

Ao passo que, os processos simbólicos estão subordinados a lógica de produção e consumo, a cultura se torna uma mercadoria, o que Canclini (2008) afirma serem os processos simbólicos da cultura subordinados à lógica de produção e consumo, ela se transforma em mercadoria, desconectando-se de sua origem histórica. Rendeiras relataram o processo de descaracterização da renda Renascença, fugindo da cultura tradicional para atender ao nicho da moda, como o tingimento para ter variedade de cores e diminuição dos custos em relação ao processo de coloração natural.

Segundo as rendeiras entrevistadas em Monteiro, Camalaú, Zabelê e Congo, a renda Renascença que guarda os traços tradicionais e melhor qualidade está em São João do Tigre, dada a preservação das técnicas e da cultura. Conforme apresentado na figura anterior, São João do Tigre possui pelo menos quatro associações. Os municípios de Monteiro, Camalaú, Zabelê, São Sebastião do Umbuzeiro possuem pelo menos uma associação em atividade, mantendo vivo o processo de mobilização, enquanto Prata, Congo e Sumé, com menos intensidade, estão presentes no CONARENDA, ao terem seus direitos garantidos na IG.

Observa-se, portanto, dois caminhos na produção da renda Renascença no Cariri Paraibano: de um lado, a manutenção da tradição cultural por meio de associações que organizam coletivamente a produção, como em São João do Tigre; de outro, a transformação dessa cultura em mercadoria, em que os produtos passam a ter valor de troca desvinculado das relações sociais e do trabalho, caracterizando um processo de fetichização e mercantilização da cultura e da identidade territorial.

Esse território, construído socialmente por indivíduos que encontraram na renda Renascença uma forma singular de existir e afirmar identidade e pertencimento cultural, também representa um instrumento de resistência frente ao capitalismo global. Contudo, essa expressão cultural por vezes é aviltada pela lógica do capital, que a transforma em mercadoria, esvaziando parte de seu sentido original. O que coaduna com Dorsa (2023, p. 1) quando afirma que “o território cultural é, portanto, um espaço cujas paisagens são construídas e os ambientes transformados em artefatos sociais”.

4 CONCLUSÕES

A análise da renda Renascença no Cariri Paraibano evidencia tensões entre a preservação de um saber-fazer tradicional e sua transformação em mercadoria. Originalmente enraizada no cotidiano local e transmitida entre mulheres, a renda vem sendo ressignificada como item de luxo no mercado da moda, processo que obscurece seus vínculos históricos, sociais e culturais.

Nesse processo, os sentidos coletivos do trabalho artesanal são subordinados à lógica do consumo, onde o valor de troca se sobrepõe ao valor de uso e aos significados culturais. A mediação de atravessadores, empresários e estilistas acentua a dissociação entre o objeto e suas produtoras, evidenciando o fetichismo da mercadoria, como descrito por Marx. Assim, a renda Renascença exemplifica os dilemas das manifestações culturais populares ao serem capturadas pelo mercado, perdendo sua função simbólica e vínculo com o território e suas artesãs.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, E. F.; MENEZES, M. O valor material e simbólico da renda renascença. **Revista Estudos Feministas**, v. 15, p. 461–467, 2007.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2008.
- CHARLES, M. M.; PAGÈS, M. L. **Les Broderies ET les Dentelles**. Paris: Société d'Édition ET de Publications, Librairie Félix Juven, 1906.
- CORRÊA, R. L. Carl Sauer e Denis Cosgrove: a Paisagem e o Passado. **Espaço Aberto**, v. 4, n. 1, p. 37–46, 2014.
- DORSA, A. C. O território cultural: espaço de saberes e paisagens construídas. **Interações (Campo Grande)**, v. 24, n. 1, p. 1-4, 2023.
- EARNSHAW, P. **A Dictionary of Lace**. Aylesbury: Shire Publications Ltd, 1984.
- MARINHO, E. ARTESANATO: RENDA RENASCENÇA. **Blog Cultura em Jataúba**, Jataúba, 12 jun. 2016. Disponível em: https://culturaemjatauba.blogspot.com/2016/06/artesanato-renda-renascenca.html?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 16 jul. 2025.
- MARX, K. **O capital**: crítica da economia política. Livro I: O processo de produção do capital. Tradução de Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 2013.
- NÓBREGA, C. **Renda renascença**: uma memória de ofício paraibana. João Pessoa: SEBRAE, 2005.
- OLIVEIRA, D. V.; LUCIAN, R. O Caso da Renda Renascença: Uma Análise sobre as Decisões de Compra de Produtos Culturais. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 5, n. 3, 2016.
- OLIVEIRA, I. F. F. **Tessituras da voz**: cultura e memória da "Renascença" na voz das rendeiras da Paraíba, Brasil. 2010. 260 f. Tese (Doutorado em Linguística). Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2010.
- OSÓRIO, C. **O Artesanato das Rendeiras de Renascença no Agreste do Estado de Pernambuco, no Nordeste do Brasil**. Recife: Departamento de Economia e do PIMES/UFPE, 1983.
- RUBIN, I. I. **A teoria marxista do valor**. Tradução de Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boitempo, 2011.
- SEBRAE. **Artesanato de Pernambuco**: Pernambuco crafts catalog 2013. Tradução de Alan Costa. Recife: SEBRAE/PE, 2013.
- SILVA, I. F. **Exporenda Cariri**: renda renascença, modo, exportação e preservação cultural. 2022. 40 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2022.
- TAUSSIG, M. **O diabo e o fetichismo da mercadoria na América do Sul**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
-