

O PÁNU DI TÉRA: A VERTENTE IDENTITÁRIA DA MODA CABO-VERDIANA: O ESTUDO DA CADEIA PRODUTIVA CULTURAL

*Olena Volodymyrivna KOVTUN**

RESUMO: O estudo baseia-se no percurso histórico de *pánu di téra* como um elemento material da cultura de Cabo Verde. Visa analisar a cadeia produtiva cultural desde o artesão até ao circuito do comércio, onde o património cultural representa a intenção estética e seu valor. Entende-se que os novos paradigmas apresentam os espaços abertos para pensarmos numa relação diferente entre a economia criativa e o desenvolvimento econômico, englobando a perspectiva de divulgação e preservação do património natural e cultural. Pressupõe-se que é possível buscar a sustentabilidade econômica em realidades como a cabo-verdiana, por meio da aplicação prática do conceito da criatividade colaborativa, a favor de geração de empregos criativos e empregabilidade de jovens no setor de moda.

PALAVRAS-CHAVE: Pano. Identidade. Recurso patrimonial. Cadeia produtiva.

To mobilize people, we need to understand and embrace their culture. (Ban Ki – Moon)

Introdução

O *pánu di téra*¹ é um tecido típico de Cabo Verde elaborado artesanalmente com linha de algodão no tear manual. Nos séculos XVI – XVIII, devido de boa qualidade de tecidos e a riqueza de desenhos geométricos o *pánu* já chegou a exercer

* UFMA - Universidade Federal do Maranhão. Centro de Ciências Sociais. São Luís – MA – Brasil. 65080-805 - olena.kovtun@docente.unicv.edu.cv.

¹ Na língua cabo-verdiana (crioulo).

as funções de moeda no comércio da Costa Africana. O *pánu* ganhou o prestígio de tal forma que a sua utilização era mais frequente nas classes nobres. Apenas estas tinham possibilidades de utilizar vestuários confeccionados em algodão. O prestígio desse produto levou a Coroa Portuguesa a impor algumas medidas visando o controle mais rígido do seu comércio. “Vender panos a estrangeiros era atentar contra a presença portuguesa na costa de Guiné. Quem tivesse o exclusivo do fornecimento de panos de algodão estaria em vantagem face à concorrência”. (SANTOS, 2006, p.344).

Na atualidade, em resultado de conservação das influências africanas e portuguesas, este elemento constitui uma das mais expressivas manifestações culturais e artísticas do arquipélago Cabo-verdiano. Cada peça de vestuário ou de acessório da moda produzidas por estilistas nacionais, além de serem consideradas obras de arte únicas, representam a identidade cultural do país. Segundo Giddens (2010, p.29), a identidade se relaciona com “[...] os entendimentos que as pessoas têm acerca de quem são e do que é importante para elas”. O autor defende que “[...] estes entendimentos se formam em função de determinados atributos que são prioritários em relação a outras fontes geradoras de sentido”. A identidade, deste modo, implica uma dimensão coletiva, que estabelece “[...] as formas pelas quais os indivíduos se assemelham uns aos outros” ao longo da sua história. Hall (2006, p.48) argumenta que, as identidades nacionais não são as características com as quais pessoas nascem, mas “[...] são formadas e transformadas no interior da representação. As culturas nacionais ao produzir sentidos sobre ‘a nação’, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades”. Estes sentidos podem ser transmitidos através das “estórias contadas sobre a nação”, das memórias que ligam o presente com o passado e das imagens que se constroem delas. Hall (2006) dá ênfase especial à origem, à continuidade, à tradição e à intemporalidade de uma cultura nacional. “A identidade nacional é representada como primordial – está lá, na verdadeira natureza das coisas”. (HALL, 2006, p.53).

A identidade cultural do povo cabo-verdiano, desde outrora, foi se constituindo e se afirmando através da cultura viva e popular, baseada nas formas tradicionais de conjugação de trabalho com convívio, bem como, na transmissão de valores culturais de geração a geração. Ressalta-se o fato de “[...] que durante a colonização se verificou tanto a legitimação como a imposição da cultura europeia sobre a cultura africana” considera Amarante (2012, p.31): “[...] a cultura cabo-verdiana se forjou do cruzamento entre culturas diferentes, com contributo tanto da cultura europeia, particularmente, portuguesa, como da cultura africana”. A autora assenta também noutro fator, que não foi menos importante, como “[...] a influência da exiguidade do espaço insular tenha contribuído para o maior contato entre as

pessoas de raças e etnias diferentes, favorecendo a mestiçagem e surgimento da cultura cabo-verdiana.” (AMARANTE, 2012, p.31). Deste modo, “[...] a cultura cabo-verdiana é o resultado de uma simbiose de cinco séculos de aprendizagem, de permuta entre povos e culturas diferentes, num território completamente diverso”. (AMARANTE, 2012, p.38).

No aspecto histórico observou-se que, ao longo dos últimos dois séculos, devido às circunstâncias de várias causas, profundas e complexas² houve o declínio da plantação e cultivo de algodão³ e o desaparecimento de plantas que serviram de tintas vegetais para os tecidos, como o anil, a urzela e o sangue – do dragão. No aspecto econômico, estas causas influenciaram a redução de fornecimento das matérias-primas em fios para a tecelagem e diminuição na produção de panos. Por outro lado, as influências europeias, quanto aos gostos e às preferências no uso de vestuário, contribuíram que o *pánu* fosse perdendo o seu aspecto social não só como uma peça de roupa, mas também diminuindo o seu uso nos casamentos e nos procedimentos fúnebres, bem como em outras ações sociais em que tinha exercido influência no decorrer da história na sociedade cabo-verdiana e nas suas relações comerciais com o litoral.

No entanto, “[...] apesar de todas vicissitudes da história”, o *pánu* nunca se deixou de ser usado na tradição cultural como “elemento essencial do caráter nacional” (HALL, 2006, p.53) de acessório da roupa tradicional em grupos de artistas nacionais de artes performativas, como dança popular e música ao vivo. Isso vem significar a sua unificação, continuidade e a imutabilidade ao longo de todas as mudanças. Na atualidade, este se transformou num recurso imaterial nas produções criativas de estilistas de moda nacionais que representam, através do *pánu*, em cada peça produzida a identidade do seu povo.

O apoio de Estado demonstrou ser fundamental para a preservação de tradições culturais, visto que no Programa do Governo de Cabo Verde para 2011-2016 (CABO VERDE, 2016) foi planejada a transformação de cultura nacional em um recurso estratégico por meio de formulação e implementação de uma política cultural na esfera das economias criativas se que assenta em particular na:

² Carreira (1968, p.46), sintetizando as causas e as consequências do declínio de atividade econômica de produção de panos, sublinha, entre outras, o monopólio do comércio exclusivo da Companhia do Grão-Pará e Maranhão, que na opinião do autor “ocasionou a extinção de: i) da apanha da urzela; ii) da cultura de algodão; iii) do fabrico de panos e roupas”.

³ Segundo Barcellos (2003), a cultura do algodão começou a fazer-se na ilha de S. Tiago logo que chegaram os primeiros colonos italianos (1770), com os pretos da Guiné. No século XV já se exportava bastante e no século XVI, os navios iam recebê-lo, também, à ilha do Fogo, onde já se tratava da sua cultura em larga escala. Era do algodão cultivado ali durante aqueles séculos e posteriores que se fabricavam milhares de panos, com os quais se adquiriam por compra negros da Guiné.

Dinamização da criação de um mecanismo institucional que permita, no quadro de uma parceria público-privada, fazer a promoção da cultura; aprovação do quadro legal do desenvolvimento cultural, das economias criativas nas áreas que suportam a criação artística, artesanal e a recreação histórica, como: música, audiovisual, organização de espetáculos/festas pagãs e religiosas, arte, teatro, gastronomia, moda, literatura, cinema; ao reforço da segurança jurídica dos criadores e produtores de Cultura, nomeadamente na luta contra a pirataria cultural e a cobrança dos Direitos de Autor. (CABO VERDE, 2016, p.32).

A primeira agência do Banco da Cultura aberta pelo Governo em 2013 através do Ministério da Cultura é uma das respostas para a solução concreta de grande necessidade de financiamento por parte dos agentes culturais. Por outro lado, é “uma medida clara para a dinamização do setor cultural e a sua transformação para que possa constituir uma verdadeira economia de cultura”, para que grandes reservas culturais possam corresponder ao seu potencial “[...] enquanto geradoras de riquezas e contribuir efetivamente para o crescimento do PIB nacional”. (CABO VERDE, 2013).

A ascensão de economias criativas e revalorização do patrimônio imaterial

Diante do exposto, em Declaração do México, elaborada na Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais, organizada em 1985 pelo Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS), originou-se uma viragem nas atenções de investigadores, cometidos em grandes instituições internacionais como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) ou o próprio ICOMOS, levando-os a centrar a sua atenção na dimensão imaterial do patrimônio. Segundo refere Magalhães (2011), na declaração mencionada faz-se alusão à dimensão imaterial do patrimônio cultural, referindo à citação seguinte:

O patrimônio cultural de um povo compreende as obras de artistas, arquitetos, músicos, escritores e sábios, assim como as criações anónimas surgidas da alma popular e o conjunto de valores que dão sentido à vida. Ou seja, as obras materiais e não materiais que expressam a criatividade desse povo: a língua, os ritos, as crenças, os lugares e monumentos históricos, a cultura, as obras de arte e os arquivos e bibliotecas. (MAGALHÃES, 2011, p.8).

Atendendo ao apelo, a Lei de Base para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Cabo-Verdiano, nº.102/III/90 de 29 de dezembro de 1990 (CABO VERDE, 1990), define o Patrimônio Cultural como “o conjunto de bens materiais e imateriais criados ou integrados pelo povo cabo-verdiano ao longo da história, com relevância para a formação e o desenvolvimento da identidade cultural cabo-verdiana.” (CABO VERDE, 1990). Ainda, de acordo com exposto nas disposições gerais da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, no Artigo 2º, define-se como:

Patrimônio cultural imaterial - as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. E pode ser manifestado através de diversos campos, a saber: tradições e expressões orais, incluindo o idioma como veículo do patrimônio cultural imaterial; expressões artísticas; práticas sociais, rituais e atos festivos; conhecimentos e práticas relacionados à natureza e ao universo; técnicas artesanais tradicionais. (UNESCO, 2003).⁴

Mais recentemente, nas Diretrizes Internacionais da Organização das Nações Unidas (ONU) produzidas durante a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e Desenvolvimento UNCTAD (ONU, 2012) destaca-se o Relatório sobre a Economia Criativa, em que, pela primeira vez, as práticas artístico-culturais são definidas como essencialmente criativas e assim categorizadas, incluindo nesta lista as práticas de artesanato tradicional e da moda. Os esforços de trabalho do Centro do Comércio Internacional (CCI) em parceria com UNCTAD e Organização Mundial do Comércio (OMC) estão canalizados no sentido de ajudar aos países em desenvolvimento e as economias em transição incluir no processo de comercialização e exportação de produtos culturais, entre os quais destacam-se, em primeiro lugar, o artesanato tradicional e as artes visuais, pertencentes à esfera da moda ética:

A rica cultura, tradições e habilidades da África, por exemplo, têm sido uma fonte de inspiração para a indústria da moda internacional. Da mesma forma, a indústria se beneficiou de matérias-primas africanas, como algodão e couro. No entanto, é raro que as comunidades das quais as inspirações e insumos são derivados se beneficiem com o sucesso da moda internacional. É necessário vencer os obstáculos enfrentados pelas comunidades carentes, designers e PMEs ao entrar

⁴ A Convenção foi elaborada na Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, UNESCO, em sua 32ª sessão, realizada em Paris do dia 29 de setembro ao dia 17 de outubro de 2003.

nas cadeias de valor a fim de acessar os mercados globais. O CCI tem analisado experiências positivas e negativas, com o objetivo de ajudar os países em desenvolvimento a estabelecer contato entre designers e varejistas / distribuidores em mercados da moda com negócios que visem desenvolver modelos de cadeia de fornecimento com benefícios mútuos. (ONU, 2012, p.248).

Entendemos, assim, que a economia criativa está ligada não só às necessidades de ter, mas também e, principalmente, segundo novos paradigmas, às necessidades de ser, das quais as primeiras relacionam-se com a vida econômica e, as segundas com a cultura dos indivíduos. As duas dimensões, econômica e cultural, desde outrora, desenvolvem-se em conjunto, mas o desafio que hoje se coloca é a sustentabilidade da produção cultural nas sociedades contemporâneas. Para um desenvolvimento sustentável e integral, os novos paradigmas procuram as respostas para as novas concepções de sustentabilidade e reinvenção de modelos de produção em que as matérias primas são: criatividade, habilidade e talento individual. Sendo assim, “[...] as indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, que desenvolvem produtos (e serviços) comerciais cujo valor econômico reside nas suas propriedades intelectuais (ou culturais).” (DOSSIER DA ECONOMIA CRIATIVA, 2010, p.4). Neste sentido, a criatividade emerge como um processo de pensamento que leva a um resultado criativo, inovador ou original, e que seja útil tanto do ponto de vista pessoal como social. É a capacidade de olhar os mesmos fatos que todos, mas visualizando algo distinto neles (FLORIDA, 2002; REIS, 2008).

Segundo Howkins (2001), a condição imprescindível para que as novas ideias de relacionamentos e também de negócios surjam, é necessário ter em conta três princípios básicos, a saber: primeiro, pressupõe que todas pessoas nascem com imaginação e criatividade, porém, estas não são as características especiais. O segundo princípio justifica que a criatividade requer liberdade para pensar, se expressar, explorar, descobrir, questionar e, o terceiro, a liberdade precisa ter acesso ao mercado.

Diante do exposto nas diretrizes internacionais, procuramos partir da perspectiva teórica do conceito da criatividade como fonte de inovação, definida como o uso de recursos culturais no processo de produção de setores não-culturais. Neste sentido, consideram-se dois grandes setores de atividade: o criativo e o cultural. O setor criativo inclui todas as atividades que usam os *inputs* culturais para produzir bens e serviços não-culturais. A mudança de paradigma, deste modo, pressupõe um novo olhar segundo qual os espaços culturais devem ser vistos não como locais de enriquecimento rápido, mas como agentes de desenvolvimento de um modo amplo, mais integrado e inclusivo. A mudança de paradigma, em segundo lugar, como salienta Argenta (2013), implica a profissionalização do campo cultural:

*O pánu di téra: a vertente identitária da moda cabo-verdiana:
o estudo da cadeia produtiva cultural*

A profissionalização é indissociável dos resultados que se deseja alcançar. A formação de um campo profissional e sua consolidação vão além da qualificação profissional e das pesquisas científicas na área. Implicam, ainda, articulação política, participação na construção e no monitoramento das políticas públicas para o dado setor, conhecimento da legislação a respeito de sua área, diagnóstico e mapeamento dos territórios criativos, outras atribuições importantes. (ARGENTA, 2013, p.153).

A mudança de paradigma, por conseguinte, implica o rompimento com a exploração predatória dos produtos naturais e da força do trabalho, substituindo a produção tradicional por modelos diferenciados, onde três pilares de economia criativa, como singularidade, simbólico, intangível surgem e contribuem para que sejam valorizadas novas formas de produção, tais como a colaboração, a produção compartilhada, a predominância do conhecimento e da criatividade. A respeito disso, Reis (2008) defende que, os três pilares de economias criativas: singularidade, simbólico e intangível, necessitam a sustentabilidade no seu desenvolvimento através do acesso livre ao mercado das novas tecnologias. Para que isso possa acontecer, a autora assenta na importância de investimentos em inovação de processos produtivos, permitindo que as novas tecnologias participem na produção criativa nos locais, através de três formas: i) fazendo parte das economias criativas; ii) produzem produzindo o seu impacto em todas esferas de produção, distribuição e consumo de bens e serviços criativos; iii) servindo de ferramentas da transformação dos processos de negócio e da cultura de mercado, incluindo a formação de redes e os modelos colaborativos.

A cadeia criativa da moda ética: do passado à atualidade

Utilizamos o conceito da moda ética com intenção de mostrar que a cadeia produtiva cultural no setor de vestuário e de outros artigos com uso de *pánu di téra* na Ilha de Santiago pressupõe uma atividade econômica local com uso de práticas tradicionais da tecelagem, ou seja, é o trabalho artesanal. A produção é realizada em pequena escala, nas unidades familiares, evitando, deste modo, os impactos ambientais, provocados pelas indústrias têxteis de grande escala e com elevadas emissões de gases de carbono. Neste sentido, o objetivo do estudo visa analisar a sustentabilidade econômica no setor da moda em realidade cabo-verdiana, por meio da aplicação prática das iniciativas alternativas, mais sustentáveis, a favor de geração de empregos criativos através de participação mais colaborativa da população juvenil.

Segundo da Classificação da UNCTAD (ONU, 2012) para as Indústrias Criativas, corroborada por Santos (2014, p.8), a criatividade entende-se não apenas como um bem relacionado a áreas que possuem um componente artístico, mas “[...] inclui todas as atividades econômicas que produzam produtos simbólicos, que tenham direitos da propriedade intelectual e que visem o mercado”.

A cadeia produtiva, de acordo com Haguenaer (2001), citado por Rech (2006) apresenta:

Um conjunto das atividades, nas diversas etapas de processamento ou montagem, que transforma matérias-primas básicas em produtos finais. Em cada cadeia produtiva encontram-se indústrias, estreitamente relacionadas por compras e vendas correntes, constituindo os principais mercados e/ou fornecedores das demais atividades participantes. (HAGUENAUER apud RECH, 2006, p.21).

Rech (2006, p.21) sugere ainda que a cadeia produtiva também pode ser denominada como *Filière*, “[...] termo de origem francesa e que apresenta o significado de fileira, ou seja, uma sequência de atividades empresariais que conduzem a uma sucessiva transformação de bens, do estado bruto ao acabado ou designado ao consumo”. Tendo em conta a dimensão econômica e social da produção em pequena escala, ou seja, escala artesanal de produção de vestuário, desde o recurso às matérias-primas necessárias para a tecelagem de *pánu di téra* à produção de uma peça de roupa, no contexto geográfico da ilha de Santiago, talvez, seja mais correto utilizar a designação de fileira produtiva do que a cadeia produtiva.⁵ A estrutura da fileira de produção em estudo é constituída de várias etapas com início de fornecimento de insumos, produção de algodão, fiação, processo de tecelagem artesanal, ateliês de costura e confecção de roupa e acessórios.

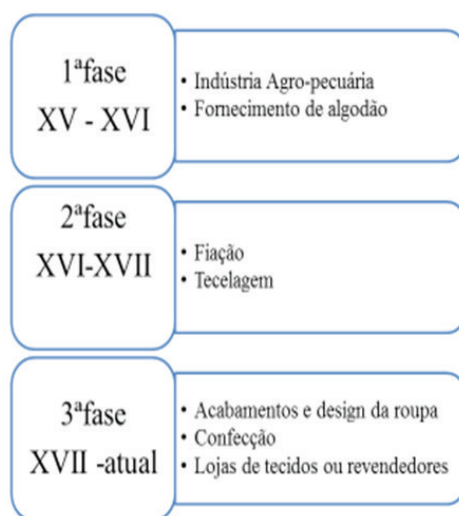
A produção artesanal de fios e tecidos: evolução no uso de *pánu di téra*

Segundo as observações teóricas de diversas fontes bibliográficas corroboradas por Carreira (1968), o processo da evolução da produção e comercialização de panos pode ser dividido em três épocas (Quadro 1). A primeira refere-se ao período que se estende de achamento das ilhas aos meados do século XVI. “O algodão das ilhas (Santiago e Fogo), sendo apreciável, era levado em grande parte para o continente

⁵ Refere-se ao processo de produção em microescala, nas unidades familiares de produção e, na maior parte dos casos não é uma produção de ofício, mas sim, complementar.

africano e aí trocado por panos confeccionados por Brames, por Banhuns e outros povos da área”. Segundo sublinha o autor, nessa primeira fase não existia ainda a produção de panos, a economia nestas ilhas era baseada no cultivo de algodão, dos cereais e da criação de gados, “[...] os negociantes de Cabo Verde entregavam o algodão produzido nas ilhas aos Brames e outros e recebiam deles PANOS que depois, eram utilizados em outros pontos do litoral, nos tratos e resgates.” (CARREIRA, 1968, p.15). O algodão era de origem africana e adaptava-se bem às condições climáticas dessa região, servindo como matéria-prima afro-europeia para manufaturas africanas.

Quadro1 – Evolução de cadeia produtiva têxtil



Fonte: CARREIRA, 1968.

Fernandes (1951, p.114), dá conta à “[...] existência de muito algodão selvagem (*Gossypium sp*) nas duas ilhas povoadas inicialmente (Santiago e Fogo)”, referindo que “[...] existiam três períodos destinados à colheita, uma de sequeiro (Maio/Junho) e duas colheitas de regadio (em Dezembro/Janeiro)”. A importância da produção de fibra para o comércio tinha aumentado devido “à influência exercida pelos brancos, pelos mestiços e pretos”. Os seus gostos pelo “uso da vestimenta de algodão” exigiram a modificação do sistema de utilização da fibra de algodão. Presume-se, de acordo com Carreira (1968), que a transformação mais profunda de instalação do artesanato de panos e de roupas para a economia local mais próspera, ocorreu nas três primeiras décadas do século XVI, atingindo o seu auge em desenvolvimento e, manteve-se até ao final do século XVII o que corresponde

a segunda fase da evolução de cadeia têxtil e o surgimento de “[...] monopólio da venda de determinadas roupas.” (CARREIRA, 1968, p.20) . Esta transformação se deveu ao aumento de procura por panos de algodão, preferindo os de confecção local por “[...] gentes que até aí andavam nuas ou usavam vestes tradicionais (de entrecascas de árvores e de fibras vegetais ou de peles)” (CARREIRA, 1968, p.20), pois, os outros panos “[...] não satisfaziam às exigências dos consumidores, em qualidade ou padronagem, ou vinham em quantidades insuficientes para atender à procura.” (CARREIRA, 1968, p. 20). Desde então, a panaria, ou a roupa de Santiago, tinha conquistado “[...] os mercados da beira-rio e as feiras do mato, muito no interior, tenha se imposto pela sua qualidade e padronagem e, a breve trecho, assegurava transações de vulto.” (CARREIRA, 1968, p.20).

Designado na época como “pano d’obra ou pano de labores de desenhos geométricos” (Figura 1), na opinião de Carreira (1968), destacou-se na economia local como fator inovador introduzido pelos comerciantes portugueses naquele decurso de tempo. Este fator tinha influenciado radicalmente as mudanças nas “preferências dos compradores e dos consumidores nos mercados de escravos e de gêneros ricos, e daí a grande procura por parte de estrangeiros.” (CARREIRA, 1968, p.22). O autor, apoiando-se nas diversas fontes bibliográficas, bem como, nas evidências de testemunhos anônimos, tem sublinhado, “[...] que o artesanato da tecelagem tinha atrás de si uma tradição muito antiga e radicada na estrutura social de bastantes grupos étnicos”. A respeito disso, Carreira tem sublinhado “[...] dois aspectos importantes das tradições africanas: i) o da cultura e preparação do algodão e da sua tecelagem e, ii) a importância social do pano de vestir”. (CARREIRA, 1968, p.22).

Figura 1 – Banda de tecido com desenhos geométricos produzida em tear manual



Fonte: Museu Etnográfico da Praia (CABO VERDE, [s.d.]).

Antigamente, a produção dos panos passava por diversas etapas, numa lógica de entrajuda nas diferentes tarefas a ela associados. Num primeiro momento era

feita a recolha do algodão (pelos escravos) que depois de limpo (tiravam-se as sementes e outras impurezas) eram escovados os lotes até ganharem um aspecto mais leve e mais roliço. Seguiu-se depois a fiação, tarefa desempenhada, essencialmente, pelas mulheres e que consistia, basicamente, em enrolar consecutivamente o algodão num dado, para depois ser colocado em forma de meada e mergulhado na tinta previamente preparada obtida a partir do anil, planta tintureira que também acompanhou ao cultivo do algodão, bem como, a sua transformação, ou da urzela. No concernente ao anil referia Barcellos (2003) que em 1776 havia tamanha quantidade de anil nas ilhas, sendo o mais fino, o da ilha do Fogo. A fiação, feita pelas mulheres, era de si bastante perfeita o que tinha contribuído para a melhoria da qualidade de panos. A meada depois de tingida era colocada na lançadeira pelo tecelão e seguia para a tecelagem. Esta etapa demorava alguns dias de fazer dependendo da padronagem e do tamanho das bandas.

Na atualidade, apesar de boas condições climáticas para a produção, a cadeia produtiva de algodão sofreu muito a desorganização e o declínio. Subordinado ao modelo de integração, o processo de cultivo depende do controle de Estado e de empresas privadas que atuam no setor. Estas fornecem os insumos para o cultivo de algodão, como, sementes, adubos e inseticidas para os agricultores e depois recebem o pagamento com uma parte de colheita. Outra parte fica para os agricultores para a produção de fios. Na tradição local, as tarefas de algodoeira ou descaroçamento e a fiação são exercidas pelas mulheres da família, como outrora, enquanto, para os homens se reserva o procedimento de tecelagem de panos. Às algodoeiras cabe a separar a fibra do algodão de semente e preparar a fiação de fibras. Depois da separação de fibras fica a semente, que constitui um dos subprodutos da fase de descaroçamento, ou denominado caroço do algodão. A semente contém em média 60 % de caroço e 40 % de fibra, rica em proteínas e lipídios e constitui uma das principais matérias-primas para a indústria de óleo comestível. Ela fornece vários subprodutos como resíduos de extração de óleo, torta e farelo, ricas fontes de proteína de boa qualidade que podem ser utilizados no preparo de rações para animais (BRASIL, 2003).

A fiação de fibras descontínuas ou fibras naturais, como o algodão é a fase seguinte na fileira produtiva. Na realidade, o que se observa na atualidade é que os rendimentos da cultura de algodão têm sido limitados pelas técnicas de produção e instrumentos naturais que os agricultores têm em sua posse, o que compromete em muito a sua evolução e o desenvolvimento de competitividade fora de mercado local a que os agricultores têm acesso. Deste modo, para a realizar as encomendas de estilistas nacionais, os artesões frequentemente compram os fios prontos já coloridos de cor azul, preta e vermelha, importados de outros países africanos, como Senegal e Guiné Bissau. Em geral, a cadeia de algodão para as indústrias têxteis,

em comparação com as outras cadeias de produção, é uma das mais complexas e longas, pois passa pelas inúmeras etapas desde a produção primária até o seu consumo final. De acordo com Buainain e Batalha (2007), os produtores de grande escala, que alcançam o cultivo de aproximadamente 1.000 hectares podem optar pela promoção de etapa de descarçamento e suspender a atuação de corretores, a exemplo da tendência verificada nos Estados Unidos da América e no Brasil.

O instrumento da próxima etapa da fileira produtiva é o tear manual. Os teares para a tecelagem de panos de algodão caracterizam-se com sua simples construção e não diferem muito quanto à sua modernização ao longo dos últimos séculos. Embora, “[...] formados espontaneamente de pedaços de estacas, e canas, atadas com cordas de bananeiras”, neles produziram e ainda hoje produzem, as bandas de panos, longas e estreitas, “[...] sendo cada peça única no seu estilo e formato” (CARREIRA, 1968, p.61), os aspectos de irregularidade que garantem a autenticidade da mesma.

Para o melhor entendimento da definição daquilo o que se entende por pano, Carreira (1968) argumenta o seguinte:

O PANO usado pelas populações africanas é composto por bandas, faixas, tiras (ou teadas), tecidas em algodão com a larguras que vão de 7 a 21 cm, bandas ou faixas em número de 4 a 13 – e em algumas regiões ainda mais – unidas entre si no sentido do maior comprimento, por costura das orelhas, formando, assim um conjunto utilizado como vestimenta, para resguardo do corpo, como mortalha e para transportar ao dorso crianças pequenas. (CARREIRA, 1968, p.83).

A designação “Pano d’Obra” é fundamentada “conforme o seu OBRADO ou trabalho”, pelo que a espécie de pano tinha sido determinada. A diversidade de trabalho de “desenhos em relevo” e a concorrência no mercado “ao empreender a feitura do desenho encomendado” tinha contribuído para o aumento do seu “valor intrínseco no comércio”, tornando claro para o cliente que o pano “tem obra” (CARREIRA, 1968, p.95).

O desenho e a costura artesanal na criação das peças de roupa moderna

Lopes Filho (2013) tem observado nas inspirações de estilistas nacionais uma conjugação criativa na utilização de tecidos e padrões tradicionais do arquipélago Cabo-verdiano e africanos com as tendências da moda internacional, destacando grande diversidade nas criações. Quanto à moda, o autor se mostra esperançoso

de que este setor poderá traduzir-se num bom nicho de investimentos, ainda pouco incrementado, mas com potencial encorajador quando conseguirem exportar os seus produtos, já que demonstram qualidade e se detectam estilos próprios, tendências específicas e padrões originais.

A etapa mais difícil no processo de fabrico de pano é a gravação do desenho, confessa o artesão (Entrevista): “*não é difícil fazer, difícil é gravar o desenho. Procuro os desenhos que quero e depois preparo os fios*”. O design do modelo de pano é uma dimensão do ativo material que produz o seu efeito na obtenção do resultado final de competitividade entre os artesãos de moda a nível nacional. Segundo Raulik (apud RECH, 2006, p.241) “[...] a promoção do design [e da moda] é a parte integrante das estratégias de exportação e comércio, promovendo a imagem do país internacionalmente e melhorando a competitividade dos produtos”. Contudo, não se pode obter uma resposta adequada por parte do design, se outros fatores importantes de processo produtivo, tais como, a falta de insumos para tecelagem, ou os fatores relacionados com a obtenção dos mesmos: o preço, a demora na importação, a qualidade de tinta e de fios, bem como a de serviços relacionados, não estão ainda acessíveis para serem utilizados e dominados pelos artesões como um modo de obtenção de vantagens competitivas (AMAZONAS, 2002; RECH, 2006).

“*O algodão [fios] nem sempre chega, porque as lojas de mercados vendem toda a roupa que é preciso e, porque os turistas não se importam de comprar o pánu di obra senegalês*”, - confessa o artesão. Cabe aqui referir a seguinte frase de Schumpeter (1997, p.29): “A atividade econômica pode ter a qualquer motivo, até mesmo espiritual, mas o seu significado é sempre a satisfação das necessidades”. De acordo com autor, os dois fatores, as necessidades do indivíduo e as condições externas dadas, que são decisivos no processo de produção, pois contribuem para a determinação do resultado.

A racionalidade econômica de organização de trabalho no setor de vestuário em Cabo Verde advém dos pequenos ateliers de design, corte e costura, incluindo também a venda de artigos no mercado. No entanto, só alguns que se destacam, certamente um ou dois, que tenham constituído uma fileira produtiva com uso exclusivo de *pánu di téra* como vertente identitária da moda tradicional. Na realidade, a criatividade de estilistas nacionais com recurso do pano tradicional baseia-se nas próprias inspirações das pessoas, resgatando o *pánu* e reinventando o seu uso no vestuário e acessórios. Por isso, estes empresários representam o principal recurso da mudança, a transformação para nova era das produções criativas que estão sendo, dinamizadas pelas próprias comunidades e suas tradições seculares (FLORIDA, 2002).

Reconhecendo essa vertente identitária da moda, a gama de clientes é variada: desde ministros, embaixadores, presidentes, a turistas, emigrantes, entre outros. Muitos compram também os seus produtos para oferecer, sejam os cidadãos comuns, sejam as altas patentes do Estado que no atelier de Fátima⁶ procuram prendas diplomáticas de cortesia para convidados representantes de outros países. No fundo, os seus clientes são homens e mulheres que querem, seja em roupa, seja em acessórios ou outros produtos artesanais, qualidade e um pouquinho de Cabo Verde. (ALMEIDA, 2014, n.p.).

Na economia cabo-verdiana este setor encontra-se ainda na fase de desenvolvimento. Embora se destaque como promissor na esfera das economias criativas, existem ainda imensas dificuldades a nível local, relacionadas com a educação, qualificação e visão de negócio que limitam as capacidades de transformação das reservas culturais intangíveis em fatores competitivos do mercado global. Na visão globalizada, o desenvolvimento econômico global abre, cada vez mais, as portas de acesso à informação, ao conhecimento e às novas tecnologias (REIS, 2008). No entanto, a instabilidade econômica a nível internacional produz os seus efeitos que influenciam negativamente a gestão de produção e a capacidade de consumo da maioria dos consumidores nacionais, não permitindo, deste modo, que as unidades produtivas reduzam os custos com aquisição de insumos e maximizem a rentabilidade dos recursos utilizados. O produtor encontra-se em um círculo vicioso, “[...] envolvendo os preços, financiamento, custos de produção, endividamento e descapitalização”. (BUAINAIN; BATALHA, 2007, p.45).

Considerações finais

As abordagens utilizadas no artigo apontam para as mudanças econômicas e, em especial na relevância das políticas públicas dos Estados nos países em desenvolvimento, na promoção “[...] do equilíbrio entre produção, distribuição e consumo criativos”, tendo em conta o fato de que a criatividade da produção cultural possa ir além dos limites “[...] dos mecanismos de circulação existentes, garantindo um equilíbrio entre o conhecimento do passado, as tecnologias do presente e uma visão de futuro.” (REIS, 2008, p.38). De acordo com Kovács (2008, p.106), as principais diretrizes referentes à “[...] política cultural global realçam a necessidade de integrar o uso criativo da ciência e da tecnologia, tanto

⁶ Fátima Almeida é a estilista cabo-verdiana bem-sucedida no campo de moda, cujo nome é indissociável do *pánu di téra*.

a tradicional quanto a moderna, às culturas africanas”. O acesso restrito para os produtores de panos e estilistas nacionais ao mercado das novas tecnologias, fator referido anteriormente pela Reis (2008), é o fator que não permite que estas novas tecnologias participem e contribuam para que sejam valorizadas as formas tradicionais de produção, introduzindo as inovações, tais como a colaboração em rede, a produção compartilhada, a predominância do conhecimento e da criatividade. Na sua abordagem a autora sublinha que as mudanças econômicas e, em especial as novas tecnologias, podem alterar os elos de conexão entre a cultura (de artes ao entretenimento) e a economia, abrindo um leque de oportunidades econômicas baseadas em empreendimentos criativos (REIS, 2008). Estas ações implicam a transformação de matérias-primas convencionais para o capital intangível, intelectual, a diminuição de uso dos recursos escassos e a ruptura com a lógica de escassez nos países em desenvolvimento (ONU, 2012).

Neste sentido, para garantir uma melhor exploração do potencial humano em negócio criativo com realce para a moda, é necessário que sejam disponibilizados fundos e investimentos especializados, geralmente destinados à promoção cultural, políticas públicas conjunturais acertadas e medidas de proteção da propriedade intelectual eficientes, iniciativas de inovação e colocação das novas tecnologias ao serviço da produção criativa de recursos a partir deste tipo de atividades. Na era de comunicação a chave para acesso ao mercado global para um país como Cabo Verde reside, como consideram Canongia, Pereira e Antunes (2006) no suporte de processos de alimentação de idéias criativas, na geração de novas tecnologias, no desenvolvimento e comercialização de novos produtos em mercados novos e já existentes. O grande desafio das comunidades no mundo, em que os horizontes temporais são, cada vez mais próximos até ao ponto em que “o presente é tudo que existe” (HARVEY, 1992) é pensar que, “[...] o tempo e o espaço são também as coordenadas básicas de todos os sistemas de representação.” (HALL, 2006, p.70). A atitude pró-ativa de pensar global e agir local vem sendo uma exigência constante, o que requer mudanças rápidas de culturas, de valores, de políticas e de estratégias nacionais e internacionais.

THE PÁNU DI TÉRA: IDENTITY AS AN ASPECT OF CAPE VERDEAN FASHION: THE STUDY OF THE CULTURAL PRODUCTION CHAIN

ABSTRACT: *This study is based on the historical journey of pánu di téra as an element of material culture in Cape Verde. It analyzes the cultural production chain from the artisan to the trade circuit, where cultural heritage represents aesthetic intention and its value. It is understood that new paradigms have allowed open*

spaces in which to think about a different relationship between the creative economy and economic development, taking into account the possibility of dissemination as well as the preservation of natural and cultural heritage. It assumes that it is possible to seek economic sustainability in an environment such as Cape Verde, through the practical application of the concept of collaborative creativity, which encourages the creation of jobs in the creative industry and helps improve the employability of young people in the fashion industry.

KEYWORDS: *Cloth. Identity. Heritage resources. Production chain.*

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA INOVA/CULTDIGEST. **Dossier da economia criativa**. Porto: Agência Inova, 2010. Disponível em: <http://www.esar.edu.pt/be/ficheiros/Recursos/Economia/Dossier_Economia_Criativa.pdf>. Acessado em: 06 jun. 2016.

ALMEIDA, S. Património cabo-verdiano volta à passerelle pelas mãos de Fátima Almeida. **Expresso das Ilhas**, Cabo Verde, 2014. Disponível em: <<http://www.expressodasilhas.sapo.cv/cultura/item/41972-patrimonio-cabo-verdiano-volta-a-passerelle-pelas-maos-de-fatima-almeida>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

AMARANTE, N. M. B. **Turismo cultural**: as potencialidades turísticas do pano de terra de Santiago em Cabo Verde. 2012. 116 f. Dissertação (Mestrado em Património e Turismo Cultural) - Universidade do Minho, Braga, 2012.

AMAZONAS, M. C. Desenvolvimento sustentável e teoria econômica: o debate conceitual nas perspectivas neoclássica, institucionalista e da economia ecológica. In: NOBRE, M.; AMAZONAS, M. C. (Org.). **Desenvolvimento sustentável**: a institucionalização de um conceito. Brasília: IBAMA, 2002. p.107-286.

ARGENTA, D. Museus e economia criativa: apontamentos para perspectivas futuras. **Cadernos do CEOM**, Chapecó, n.39, p.150-167, 2013. Disponível em: <<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rcc/article/viewFile/1737/955>>. Acesso em: 25 mar. 2014.

BARCELLOS, C. J. S. **Subsídios para a história de Cabo Verde e Guiné**. 2.ed. Praia: IBNL. 2003.

BRASIL. EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Cultura de algodão herbáceo na agricultura familiar**. Brasília: EMBRAPA, 2003. Disponível em: <<https://>

*O pánu di téra: a vertente identitária da moda cabo-verdiana:
o estudo da cadeia produtiva cultural*

sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Algodao/AlgodaoAgriculturaFamiliar/subprodutos.htm>. Acesso em: 25 mai. 2014.

BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. **Cadeia produtiva de algodão**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), 2007. 4 v. Disponível em: <<http://www.sidalc.net/repdoc/A4930p/A4930p.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2014.

CABO VERDE. Ministerio da Economia e Emprego. **Programa do Governo VIII Legislatura 2011-2016**. Praia: Ministerio da Economia e Emprego, 2016. Disponível em: <www.mtie.gov.cv/index.php?option=com_docman&task=doc_download>. Acessado em: 06 jun. 2016.

_____. Banco da Cultura. Fundo Autônomo de Apoio à Cultura. **Banco da cultura promete ajudar a dinamizar a economia cultural**. Praia: Banco da Cultura, 2013. Disponível em: <<http://bancodecultura.blogspot.com.br/2013/10/banco-da-cultura-promete-ajudar.html>>. Acesso em: 25 nov. 2014.

_____. Lei de Base para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Cabo-Verdiano, nº. 102/III/90 de 29 de dezembro de 1990. **Suplemento do Boletim Oficial de Cabo Verde**, Praia, n.52, 29 dez. 1990. Disponível em: <<http://www.projectocodepa.org>>. Acesso em: 15 out. 2014.

_____. **Banda de tecido com desenhos geométricos produzida em tear manual**. Praia: Museu Etnográfico, [s.d.].

CANONGIA, C.; PEREIRA, M.; ANTUNES, A. Modelo de estratégia de prospecção de setores intensivos em P&D: sinergias entre Inteligência Competitiva (IC), Gestão do Conhecimento (GC), e Foresight (F). **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v.7, n.1, 2006.

CARREIRA, A. **Panaria Cabo-Verdiana-Guineense: aspectos históricos e socioeconômicos**. Lisboa: Centro de Estudos da Antropologia Cultural, 1968.

FERNANDES, V. **Description de la cote occidentale de l’Afrique (Senegal ou Cap de Monte, Archipels)**. Bissau: Centro de Estudos da Guiné Portuguesa, 1951.

FLORIDA, R. **Ascensão da classe criativa e o seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano**. Porto Alegre: L&PM, 2002. Disponível em: <http://www.lpm.com.br/livros_12.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2014.

GIDDENS, A. **Sociologia**. 8.ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2010.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1992.

HOWKINS, J. **The creative economy**: how people make money from ideas. London: Penguin Books, 2001.

KOVÁCS, M. A economia criativa e a erradicação da pobreza na África: princípios e realidades. In: REIS, A. C. F. (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itáu Cultural, 2008. p.94-123. Disponível em: <http://www.isegnet.com.br/siteedit/arquivos/Economia_Criativa_Estrategias_Ana%20Carla_Itau.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2014.

LOPES FILHO, J. Em torno da moda. **A Nação**, Praia, n.318, 2013. Disponível em: <<http://www.lopesfilho.com>>. Acesso em: 16 out. 2014.

MAGALHÃES, F. Questões sobre a dicotomia patrimônio material/imaterial. **Revista Animação e Educação**, Leiria, n.13, p.1-14, 2011. Disponível em: <www.anae.biz/rae-content/2011>. Acesso em: 22 set. 2014.

ONU – NAÇÕES UNIDAS. **Relatório de economia criativa 2010**: uma opção para de desenvolvimento viável. Brasília: Secretaria da Economia criativa/Minc; São Paulo: Itáu Cultural, 2012. Disponível em: <http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2014.

RECH, S. R. **Cadeia produtiva da moda: um modelo conceitual da análise da competitividade no elo confecção**. 2006. 282 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br>>. Acesso em: 26 nov. 2014.

REIS, A. C. F. (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itáu Cultural, 2008. Disponível em: <http://www.isegnet.com.br/siteedit/arquivos/Economia_Criativa_Estrategias_Ana_Carla_Itau.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2014.

SANTOS, H. H. O. Moda e economia criativa: agenciamentos em torno da produção de vestuário no Brasil. In: 38º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 27 a 31 de Outubro, 2014, Caxambu. **Anais...** Caxambu: ANPOCS, 2014. Disponível em: <http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=9258&Itemid=461>. Acesso em: 26 nov. 2014.

SANTOS, M. E. M. **História concisa de Cabo Verde**. Praia: IIPC/IICT, 2006.

*O pánu di téra: a vertente identitária da moda cabo-verdiana:
o estudo da cadeia produtiva cultural*

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Os Economistas. Tradução de M. S. Possas. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda., 1997. Disponível em: <<http://www.soniabarroso.pro.br/graduação/schumpeterde.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2014.

UNESCO. **Convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial**. Paris: UNESCO, 2003. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br/baixaFcdAnexo.do?id=4718>>. Acesso em: 16 out. 2014.

Recebido em 31/12/2014.

Aprovado em 15/05/2016.

