A APROPRIAÇÃO DO SABER
FAZER ARTESANAL E DA
IMAGEM DO ARTESÃO PELO
MERCADO DE LUXO

**O DESIGN COMO
MEDIADOR**

Viviane Mattos Nicoletti

Universidade de São Paulo
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo

Orientadora: Profa. Titular Maria Cecília
Loschiavo dos Santos

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM ARQUITETURA E URBANISMO

VIVIANE MATTOS NICOLETTI

A apropriação do saber fazer artesanal e da imagem
do artesão pelo mercado de luxo:
O design como mediador.

São Paulo
2018

Viviane Mattos Nicoletti

A apropriação do saber fazer artesanal e da imagem do artesão pelo mercado de luxo: o design como mediador

Versão Corrigida

Exemplar revisado e alterado em relação à versão original, sob responsabilidade da autora e anuência da orientadora.

A versão original, em formato digital, ficará arquivada na Biblioteca da Faculdade.

São Paulo, 14 de maio de 2018

Dissertação apresentada à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências, pelo programa de Arquitetura e Urbanismo.

Área de Concentração: Design e Arquitetura

Orientadora: Profa. Dra. Maria Cecília Loschiavo dos Santos

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

e-mail da autora: vivianenicoletti@gmail.com

Esta pesquisa contou com o auxílio financeiro da CAPES

Ilustrações: Viviane Mattos Nicoletti

Projeto Gráfico e diagramação: Leandro Monteiro

Catálogo na Publicação
Serviço Técnico de Biblioteca
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo

Nicoletti, Viviane Mattos

A apropriação do saber fazer artesanal e da imagem do artesanato pelo mercado de luxo: O design como mediador. / Viviane Mattos Nicoletti; orientadora Maria Cecília Loschiavo dos Santos. - São Paulo, 2018.

242 p.

Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. Área de concentração: Design e Arquitetura

1. Design. 2. Artesanato. 3. Políticas Públicas. 4. Mercado Cultural. 5. Luxo. 6. Vernacular. 7. Santos, Maria Cecília Loschiavo dos. I. Santos, Maria Cecília Loschiavo dos, orient. II. Título.

Projetar significa expor-se e viver com paradoxos e contradições, mas nunca camuflá-las sob um manto harmonizador. O ato de projetar deve assumir e desvendar essas contradições. Em uma sociedade torturada por contradições, o design também está marcado por essas antinomias. Vale a pena lembrar o duro e melancólico dictum de Walter Benjamin: “Não há documento histórico que não seja, ao mesmo tempo, documento da barbárie”.

Gui Bonsiepe

Fabiano estava de bom humor. Dias antes a enchente havia coberto as marcas postas no fim da terra de aluvião, alcançava as catingueiras, que deviam estar submersas. Certamente só apareciam as folhas, a espuma subia, lambendo ribanceiras que se desmoronavam. Dentro em pouco o despotismo de água ia acabar, mas Fabiano não pensava no futuro. Por enquanto a inundação crescia, matava bichos, ocupava grotas e várzeas. Tudo muito bem. E Fabiano esfregava as mãos. Não havia o perigo da seca imediata, que aterrorizara a família durante meses. A catinga amarelecera, avermelhara-se, o gado principiara a emagrecer e horríveis visões de pesadelo tinham agitado o sono das pessoas. De repente um traço ligeiro rasgara o céu para os lados da cabeceira do rio, outros surgiram mais claros, o trovão roncara perto, na escuridão da meia-noite rolaram nuvens cor de sangue. A ventania arrancara sucupiras e imburanas, houvera relâmpagos em demasia – e Sinhá Vitória se escondera na camarinha com os filhos, tapando as orelhas, enrolando-se nas cobertas. Mas aquela brutalidade findara de chofre, a chuva caíra, a cabeça da cheia aparecera arrastando troncos e animais mortos. A água tinha subido, alcançado a ladeira, estava com vontade de chegar aos juazeiros do fim do pátio. Sinhá Vitória andava amedrontada. Seria possível que a água topasse os juazeiros? Se isto acontecesse, a casa seria invadida, os moradores teriam desubi o morro, viver uns dias no morro, como preás.

Inverno. Vidas Secas. Graciliano Ramos.

lista de siglas e abreviaturas

AGT - A gente transforma™

Artesol- Artesanato Solidário

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CETA- Centro de Estudos de Trabalho Artesanal

CNPq- Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

CNRC- Centro Nacional de Referência Cultural

ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial

IAC- Instituto de Arte Contemporânea

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

LCC- Líquido da casca da castanha de caju

MASP- Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand

MST- Movimento dos trabalhadores rurais sem terra

OSCIP- Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

PAB - Programa do Artesanato Brasileiro

Promoart- Programa de Promoção do Artesanato de Tradição Cultural

Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUDENE- Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste

TAR - Teoria Ator-Rede

UESPI: Universidade Estadual do Piauí

ULM- Hochschule für Gestaltung Ulm - Escola de Design de Ulm

lista de figuras

Figura I - Linha do tempo que indica as diretrizes estatais sobre o artesanato.

Figura II - Linha do tempo: Relação entre o design e o artesanato no Brasil. Fonte:

ALMEIDA, Ana Julia Melo. A relação entre design de moda e comunidades artesanais no Brasil: o projeto Moda e Artesanato do museu A Casa. Dobras.

V.10, nº22, 2017

Figura III - Ilustração do cais de acesso ao povoado da Ilha do Ferro.

Figura IV - Ilustração da vista por satélite do território em que o povoado da Ilha do Ferro se localiza.

Figura V - Ilustração de banqueta comumente encontrada por toda a Ilha do Ferro.

Figura VI - Ilustração das esculturas espalhadas pela varanda da casa do artesão Petrônio.

Figura VII - Ilustração da vista do atelier Boca do Vento, com toras de madeira a serem trabalhadas espalhadas pelo quintal. Rio São Francisco ao fundo.

Figura VIII - Ilustração do território do povoado de Riacho Fundo.

Figura IX - Ilustração da vista por satélite do território em que o povoado de Riacho Fundo se localiza.

Figura X - Ilustração da artesã que detinha os saberes tradicionais, dona Socorro da Conceição.

Figura XI - Ilustração das bonecas Esperança com seus traços característicos: olhos e bocas redondas feitos a partir do acúmulo de linha.

Figura XII - Ilustração dos dedos das bonecas costurados individualmente e depois unidos para compor a mão.

Figura XIII - Ilustração da artesã Nubia me ensinando a confeccionar as bonecas Esperança.

Figura XIV - Ilustração de paisagem do território do povoado de Várzea Queimada, terrenos cercados com galhos retorcidos e ao fundo um carnaubal.

Figura XV - Ilustração da vista por satélite do território em que o povoado de Várzea Queimada se localiza.

Figura XVI - Ilustração de reunião de artesãs para a confecção das tranças de palha que formarão os objetos artesanais.

Figura XVII - Ilustração de um típico carnaubal presente no povoado de Várzea Queimada.

Figura XVIII - Ilustração da varanda da artesãs Rosário em que encontros sociais acontecem todas noites.

Figura XIX - Ilustração da trança da palha de carnaúba com 17 pernas.

Figura XX - Ilustração da palmeira de carnaúba (*Copernicia prunifera*).

Figura XXI - Ilustração da artesã Silvana concedendo-me entrevista na beira do rio enquanto lavava roupa.

Figura XXII - Ilustração da loja que as artesãs mantém no povoado.

Figura XXIII - Ilustração de garoto que brinca com uma roda de bicicleta enquanto o ônibus escolar passa para buscar estudantes de outro turno.

agradecimentos

Essa pesquisa não teria acontecido se cada artesã e artesão que encontrei ao longo do caminho não tivessem aberto as portas de suas casas e de suas vidas. Agradeço por olharem nos meus olhos, me oferecerem água fresca durante minhas caminhadas debaixo de sol impiedoso, partilharem a mesa (farta de cuscuz) e me darem abrigo.

Agradeço a Marcilene Barbosa, mulher que emana a firmeza do sertão, que me conduziu e orientou nas visitas às artesãs do povoado de Várzea Queimada, me mostrou aquele território a partir de seus olhos e suas mãos e me situou entre os seus. Dona Silvana que me deu abraço de mãe quando eu senti saudades da minha, Tia Inês que me fez cumprir a promessa de voltar. Rosário e Martinho, casal de artesãos que têm uma história de amor tão bonita que eu tive vontade de contar aqui nessa pesquisa só pra todo mundo ficar de coração cheio como eu fiquei. Sou grata a cada um do povoado de Várzea Queimada.

Agradeço a Nubia e a Selma, mulheres que não esmorecem e resistem por meio de seus saberes. Agradeço por compartilhá-los generosamente comigo. Sou grata a cada um do povoado de Riacho Fundo.

Ao Zé Crente por direcionar minha atenção através de seus infindáveis causos. Sou grata a cada um do povoado da Ilha do Ferro.

Agradeço a Maria Cecilia Loschiavo dos Santos que desde a primeira conversa que tivemos, generosamente acolheu não apenas meu tema de pesquisa mas também minhas angústias. Muito mais do que uma orientadora, é uma companheira de luta por uma sociedade mais justa.

As outras duas companheiras de luta, Ana Julia Melo e Bruna Ferreira Montuori, que juntas tecemos um lugar de partilha de investigações, inquietações e conclusões. A pesquisa que apresento atingiu lugares que eu não imaginava graças a vocês. Sigamos caminhando de braços entrelaçados na construção de um design que considere espaços e saberes não institucionalizados e que objective ser agente de fomento às autonomias locais. Ter construído um lugar de cumplicidade com vocês foi um dos melhores acontecimentos desse mestrado.

Agradeço ao acolhimento da minha família. A minha mãe Vania por não permitir que eu adocesse, meu pai Eduardo por me arranjar

distrações mantendo minha mente sã, vó Vera e vô Antonio pelos cafés da tarde de afetos. Quando eu não sabia se ia conseguir transporte para chegar nos destinos, se ia conseguir um lugar para me abrigar durante a noite, toda vez que meu pé arredava, era com a mente em vocês que eu encontrava forças para seguir em frente.

Amigos! Isabella Chiavassa, Pedro Lemme, Leonardo Gomes, Tathy Oberleitner, Rafael Schwarzwald, Victor Tonacio, Matheus Santiago, Rodrigo Karagulian, Helena Kuller, Gui Tavares, Roberto Zink, Bru Montuori, Julia Melo, Chico Lauridsen, Bau Leoa, Marquinhos Fachini, Alessandra Albuquerque, Dani Silveira, Humberto Nakanishi e Diego Arruda. Desculpem a ausência e obrigada pelas festas, vinhos, cervejas e cachacas; pelas risadas, conversas, colos, choros e afagos. Obrigada pelo amor de cada um de vocês. Eu sei que posso descansar em cada abraço.

Ao Leandro Monteiro, amigo que trago da infância, que com muita sensibilidade e disposição preparou o projeto gráfico e a diagramação final dessa pesquisa.

Além dos colegas de pós graduação, agradeço aos professores que se debruçaram sobre minhas questões de maneira extremamente cuidadosa: Tatiana Sakurai (FAU-USP), Marcos da Costa Braga (FAU-USP), Nadya Araújo Guimarães (FFLCH-USP) e Philippe Steiner (Paris Sorbonne). Agradeço as contribuições das professoras Zoy Anastassakis (ESDI/UERJ) e Silvia Helena Zanirato (EACH-USP) durante a banca de qualificação, direcionando-me para lugares certos.

Agradeço a Universidade de São Paulo, que me acolhe desde a graduação, por promover encontros ímpares e oferecer um ensino público, gratuito e de excelência, que resiste graças as suas pessoas - professores, técnicos, terceirizados- apesar de todos os ataques que sofre por forças que a querem sucateada.

Ao programa de pós graduação da CAPES pela bolsa provida por durante o último ano que foi de grande relevância para a conclusão desta pesquisa.

resumo

O Programa do Artesanato Brasileiro está atualmente subordinado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e à Secretaria Especial da Micro e Pequena Empresa, assim, a diretriz estatal aponta para a criação da figura do artesão-empresário que é amparado por algumas agências de fomento, que viabilizam a inserção do artesanato no mercado. Para tanto, utilizam-se dos serviços do designer para adequar o objeto artesanal ao gosto do cliente. Quando esses designers são bem relacionados com a mídia especializada, esses objetos possuem destino certo no mercado de luxo, já que, além de portarem a assinatura de projeto do designer famoso, apresentam características correspondentes ao discurso legitimador desse mercado que é a raridade: são produtos disponibilizados em poucas quantidades, a mão de obra é especializada já que o saber fazer é aprimorado por gerações e, advém de lugares longínquos, perfeitos para a construção de um imaginário territorial a ser embutido na precificação desses produtos. Esta pesquisa mapeia a complexa rede de trocas entre esses atores sociais: as comunidades artesãs, as instituições de fomento que possuem o design como colaborador e o mercado de luxo. Para tanto, observou-se as relações de troca de três comunidades artesãs e seu mercado consumidor de luxo. Esse novo mercado foi alcançado após os produtos artesanais confeccionados pelas comunidades artesãs terem sido intervindos, projetados e/ou ressignificados por designers conceituados pela mídia especializada e circularem em importantes feiras de design, exposições e em mídias impressas e digitais, nacionais e estrangeiras, juntamente com um imaginário construído dos povoados.

Palavras-chave: design, artesanato, políticas públicas, mercado cultural, luxo

resumen

El Programa de la Artesanía Brasileña está actualmente subordinado al Ministerio del Desarrollo, Industria y Comercio Exterior y a la Secretaría Especial de la Micro y Pequeña Empresa, así, la directiva estatal apunta a la creación de la figura del artesano-empresario que es amparado por algunas agencias de fomento, que viabilizan la inserción de la artesanía en el mercado. Para ello, se utilizan de los servicios del diseñador para adecuar el objeto artesanal al gusto del cliente. Cuando estos diseñadores están bien relacionados con los medios especializados, estos objetos tienen destino correcto en el mercado de lujo, ya que, además de portar la firma del diseñador famoso, presentan características correspondientes al discurso legitimador de ese mercado que es la rareza: son productos que se encuentra en pocas cantidades, la mano de obra es especializada ya que el saber hacer es mejorado por generaciones y proceden de lugares lejanos, perfectos para la construcción de un imaginario territorial a ser embutido en la fijación de esos productos. Esta investigación mapea la compleja red de intercambios entre esos actores sociales: las comunidades artesanas, las instituciones de fomento que poseen el diseñador como colaborador y el mercado de lujo. Para esto, se observaron las relaciones de intercambio de tres comunidades artesanas y su mercado consumidor de lujo. Este nuevo mercado se alcanzó después de que los productos artesanales confeccionados por las comunidades artesanas hayan sido intervinientes, proyectados y/o resignados por diseñadores conceptuados por los medios especializados y circular en importantes ferias de diseño, exposiciones y en medios impresos y digitales, nacionales y extranjeras, junto con un imaginario construido de los pueblos.

Palabras clave: diseño, artesanía, políticas públicas, mercado cultural, lujo

abstract

The Brazilian Handicraft Program is currently subordinated to the Ministry of Development, Industry and Foreign Trade and to the Special Secretariat for Micro and Small Enterprises. Thus, the state directive points to the creation of the artisan-entrepreneur figure who is supported by some development agencies, which enable the insertion of handicrafts into the market. For this, they use the services of the designer to adapt the artisanal object to the preferences of the client. When these designers are well connected with the specialized media, these objects have a certain destination in the luxury market, since, besides carrying the signature of the famous designer, they present characteristics corresponding to the legitimating discourse of this market, which is the rarity: they are products available in few quantities, the workforce is specialized since the know-how is improved for generations and comes from far away places, perfect for the construction of a territorial imaginary to be embedded in the pricing of these products. This research maps the complex network of exchanges between these social actors: the artisan communities, the development institutions that have the design as collaborator and the luxury market. In order to do so, it was observed the exchange relations of three artisan communities and their luxury consumer market. This new market has been achieved after artisanal products made by artisan communities have been invested, designed and/or re-designed by designers well connected with the specialized media, and circulate in important national and foreign design exhibitions and print and digital media along with an imaginary built from the villages.

Keywords: design; handicraft; public policies; cultural market; luxury.

sumário

Introdução

- Em busca do olho d' água p.20

O manejo do manancial p.35

- 1.1 Panorama Geral p.36
- ■ 1.2 Diretriz Estatal: O programa do artesanato brasileiro p.46
- ■ ■ 1.3 O prenúncio: O que faz chover p.50

O aguaceiro: As comunidades artesãs p.61

- 2.1 O deslocamento do ser: do artesanato tradicional ao artesanato de referência cultural p.62
- ■ 2.2 O deslocamento do fazer: do labor ao trabalho p.68
- ■ 2.3 O deslocamento territorial: um cenário imaginado p.72

A trovoada: A tensão entre os encontros p.77

- 3.1 Instituições de fomento ao artesanato p.78
- ■ 3.2 Design
  - Panorama histórico do design no Brasil p.84
  - O clamor de Lina Bo Bardi p.88
  - O trabalho de Aloísio Magalhães p.89
  - Deslocamento dos artefatos: entre o imediato e o espetáculo p.92

A promessa de chuva: O mercado de luxo p.103

- 4.1 O domínio pelo prestígio p.104
- ■ 4.2 A consagração cultural p.106
- ■ ■ 4.3 O luxo e o artesanato p.110

Como a água cai em três territórios: Observações em campo p.113

- 5.1 O artesanato como uma arena para o mercado: A inventividade no trato com a madeira a serviço do colecionismo p.116
- ■ 5.2 O design como legitimador: Bonecas de pano que protagonizam produtos de design assinado p.132
- ■ ■ 5.3 O design como colaborador: O que levam e trazem as cestarias do alto circuito de design. p.146

Depois da tempestade: Conclusões sobre o campo p.165

- 6.1 Reinvenção como resistência p.166
- ■ 6.2 A união contra a vulnerabilidade p.174
- ■ ■ 6.3 Políticas públicas contra o assédio dos coronéis p.178
- ■ ■ ■ 6.4 O machismo mata, diminui e paralisa p.182
- ■ ■ ■ ■ 6.5 Design de impacto social ou design de ativismo? Entre o imediatismo e a sustentabilidade p.186
- ■ ■ ■ ■ 6.6 De qual desenvolvimento precisamos? p.192
- ■ ■ ■ ■ 6.7 Que a autonomia seja a utopia: o design para a emancipação p.202

Quando a bonança virá? p.209

- Considerações finais p.210

Referências Bibliográficas p.215

Anexos p.227

Introdução ■

Em busca do olho d' água

Nas vésperas de carnaval, visitei a comunidade artesanal de ceramicistas de Alto do Moura, em Caruaru, Pernambuco. Comunidade que já havia recebido suporte do Sebrae e como um dos resultados da ação foi disponibilizado aos visitantes um mapa que indicava os ateliers do povoado e que apresentava a comunidade como o “Maior Centro de Artes Figurativas da América Latina”. Este guia destacava os ateliers dos mestres artesãos e era também um passeio pela memória do local.

Segui em peregrinação. Recebida pelo filho de mestre Vitalino, visitei o museu, que foi casa do mestre, e que conta como se fez o deslocamento do saber aplicado para resolver problemas cotidianos – utensílios domésticos e brinquedos, para o saber aplicado às demandas do mercado – arte popular. Dali, visitei os ateliers da família de mestre Galdino, Zé Caboclo, Luiz Antonio e encontrei com mestre Manuel Eudócio, que trabalhava numa encomenda

que uns padres da capital paulista tinham feito a ele, seu Manuel modelava muitos personagens fantasiados para o carnaval e ironicamente faleceu exatamente nesses dias de festas alguns anos depois.

Visitei ateliers que apareciam de forma mais discreta no roteiro sugerido pelo mapa. Ao contrário do que era possível ver nos locais de trabalho dos mestres artesãos, o cenário era parecido com processos industriais com bancadas de trabalho e artesãos dividindo o processo de feitura das peças por etapas. Sob pedidos de desculpas, fui impedida de visitar um dos ateliers que estava saturado de trabalho porque havia aceito uma grande encomenda de uma rede varejista.

A visita ao Alto do Moura foi curta, mas desde então perguntas reverberam sobre a relação entre mercado e artesanato. Quem são os atores sociais envolvidos no deslocamento do artesanato tradicional, que deixa de atender a questões imediatas do cotidiano para atender ao mercado? Quais são as trocas entre eles? A presença do mercado basta para que as comunidades artesãs tradicionais sobrevivam no mundo contemporâneo? Quem e o que define a que mercado específico se destinarão aqueles artefatos? Até que ponto as relações sociais do trabalho, tão presentes na constituição do artesanato tradicional, são preservadas? De quais maneiras é feito o contato com o mercado? Ao longo do tempo, visitas a outras comunidades artesãs constituíram um caminho investigativo do qual essa dissertação é resultado.

Enquanto as mulheres ribeirinhas ao Tapajós organizavam uma partida de futebol no campo de terra, ao lado, eu adentrei a pequena cabana que servia de loja. Lá elas expunham centenas de colares que dialogavam esteticamente com parâmetros

contemporâneos, feitos com sementes coletadas ali, no que era um quintal, na Amazônia. Uma delas correu para me atender e eu logo comecei a especular sobre como as vendas eram feitas, se elas enviavam para lojistas em outros estados ou países e se havia algum tipo de associação, entre outras coisas. Ela muito rudemente me respondia com poucas palavras. Perguntei se o Sebrae ainda não tinha passado por lá, para propor ajuda para a formalização e ampliação do negócio:

- Eles já vieram, mas a gente não quis a oferta deles não. A senhora já escolheu os colares?

Embrulhou rapidamente as peças que eu havia escolhido e saiu correndo para entrar atrasada na partida que já tinha começado. Ali eu também comecei a pensar sobre resistência às maneiras produtivas impostas pelo mercado.

Em outra ocasião visitei um projeto que apresentava como objetivo empoderar a comunidade em torno do artesanato. Atraída pela promessa do discurso, encontrei um cenário desalentador. O projeto foi forjado numa comunidade que já não tinha a prática artesanal presente no cotidiano. A marca levava o nome da artesã mais ativa do grupo, embora estivesse registrada como propriedade da pessoa que fazia a mediação entre os artesãos e o mercado. A técnica desconhecida entre os artesãos foi proposta através de um tear, nunca utilizado antes por aquelas pessoas, para a confecção das peças que levavam a assinatura de designers bem relacionados com a mídia e eram destinadas ao mercado de luxo. Mercado no qual eu voltava das minhas férias para trabalhar, entre escritório e chão de fábrica, como designer de produtos.

Também havia artesãos na indústria de grandes barcos motorizados, daqueles que almejam dominar as águas. O vídeo institucional da marca confirmava: o funcionário costurava à mão o volante de couro, um marceneiro lixava delicadamente uma peça e um outro com um esmeril provocava a cascata de foguinhos. Ali o mercado de luxo se legitimava por meio de sua mão de obra especializada, que no cotidiano era feita de trabalhadores fabris, mas que quando convinha, recebiam uma espécie de aura que a sublimava.

Eu me intrigava e queria desvelar as relações de poder existentes entre os agentes atuantes no mercado de luxo. Os contratos eram as respostas

para essas relações no meu cotidiano, mas não as tinha quando pensava nas comunidades artesãs.

Do lado de cá, eu podia acessar o discurso de legitimação de instituições que faziam a mediação entre o artesanato e o mercado, podia ler artigos em revistas especializadas celebrando a valorização do artesanato pela arquitetura/arte/design. Aliás, quanto mais o design se aproximava do artesanato, mais frequentemente os artefatos figuravam no mercado de luxo.

Acertei minhas contas com a indústria e fui a campo num percurso investigativo. Pontuei no mapa algumas comunidades artesãs que, de alguma forma, tinham seus artefatos a serviço do mercado de luxo. Coloquei como exigência visitar aquelas que tinham recebido alguma intervenção de designers, ainda mais daqueles que bem se relacionavam com a mídia especializada.

Por fim, tracei uma rota entre Nordeste e Norte brasileiro e fui conversar com aqueles que sempre eram citados mas nunca entre aspas. O que os artesãos tinham a dizer sobre isso tudo?

Embora não consiga precisar o início do meu interesse investigativo sobre os saberes tradicionais por meio da cultura material, o recorte da pesquisa que aqui apresento se definiu no início de 2015, ano que fiz a primeira viagem de campo com as intenções já em mente. Nos dois anos seguintes a pesquisa se amparou no Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo, na linha de pesquisa sobre Design e Arquitetura, sob orientação de Maria Cecília Loschiavo dos Santos, no qual apresento essa dissertação como parte da exigência para obter a titulação. Durante a primeira pesquisa de campo, visitei cerca de 14 comunidades artesãs e durante a segunda, em 2017, imergi nas três comunidade que apresento mais detalhadamente neste texto. Elas tiveram seus artefatos ressignificados, intervindos ou reprojatados por designers e deslocados para atender ao mercado de luxo. Estão situadas no povoado de Riacho Fundo em Esperança-PB, povoado de Ilha do Ferro em Pão de Açúcar-AL e no povoado de Várzea Queimada em Jaicós-PI. Além das

entrevistas formais e tantas outras informais, foram percorridos cerca de 7.600km por terra e água, entre caronas de moto em estradas de terra, noites viradas em rodoviárias e dormidas em redes nas gaiolas que sobem o Amazonas.

Estrutura teórica e metodológica

A abordagem empregada no texto pretende ser desprendida de representações ensimesmadas do design que são fortemente alinhadas a aspectos racionalistas, impedindo uma contribuição plural para o campo. A implantação da indústria no Brasil forjada em moldes estrangeiros refletiu na construção prática e crítica do campo do design no país, embora muitos esforços de diversos atores sociais tenham sempre estado presentes, fortalecendo a possibilidade da construção de caminhos alternativos. O caráter desse trabalho visa estabelecer diálogos com outras esferas do conhecimento de forma horizontal.

Ao longo dos últimos anos dedicados a esta pesquisa encontrei amparo nos temas investigativos de Bruna Ferreira Montuori e Ana Julia Melo Almeida, também orientandas de Maria Cecília Loschiavo dos Santos. De nossas discussões formou-se o grupo de pesquisa “Por um Design Relacional” baseado na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. O grupo de estudo visa estabelecer o diálogo entre o design com espaços não institucionalizado e informais, trazendo agentes sociais que atuam nesses outros espaços a terem voz ativa, repensando a postura do design a fim de atuar como um gerador de processos autóctones, que promove a autonomia, evitando imposições em suas ações, “o design relacional quer ser um design descolonizado, que se apresenta como ferramenta de promoção da autonomia, considerando a identidade cultural local, mas de forma a estimular a cooperação entre os diversos atores sociais, apontando para um modo de viver colaborativo”¹.

1 Trecho extraído do artigo intitulado “Por práticas relacionais no design”, submetido à Revista Arcos da ESDI/UERJ com autoria de Almeida, Montuori, Nicoletti e Santos.

Para efetiva realização das propostas do grupo de pesquisa, utilizamos de autores de outras esferas do conhecimento para o debate e, consequentemente, o fortalecimento do campo do design.

Assim, a sociologia, a antropologia, a filosofia, a arte, a economia, a história, a geografia, o direito e etc, são evocados para estabelecer o debate proposto nesta dissertação, através de autores que de alguma forma, estabelecem discussões potencialmente interdisciplinares.

Ainda gostaria de ressaltar que, ao privilegiar a conversa com artesãs (e também artesãos), agentes que menos possuem voz perante os meios comuns de divulgação no ciclo de mercadorização de seus próprios artefatos, assumo uma postura que quer ser contra hegemônica, apesar de reconhecer que busco a legitimação da Academia. Por isso, privilegio também autoras mulheres que por muitas vezes são diminuídas perante seus pares masculinos, embora os considere. Ou ainda quando utilizo de autores, não unicamente, mas principalmente, latino americanos para que a crítica se construa também por um olhar geopolítico a partir do território.

Ator social é um agente que compõe a rede de relações do cenário aqui exposto.

Feitas essas considerações, justifico a escolha adotada no sentido de partir de aspectos individuais de cada **ator social** no processo de mercadorização de artefatos artesanais para então ser compreendida sua função na totalidade do processo.

O pensamento utilitarista da economia clássica e neoclássica, originadas num estado idealizado concebido por Thomas Hobbes sob o conceito

de “estado de natureza”, ou por John Rawls que imaginava a “posição original”, pressupõe que as relações sociais firmadas em mercados, intensamente presentes em sociedades pré-mercantis, tenderiam a se dissolver já que as regras do mercado não mais estariam sujeitas as obrigações hierárquicas e familiares. Ao contrário do suposto surgimento de uma arena estritamente racional norteadas por ganhos individuais, o que se observa é que as relações sociais envolvidas no mercado não desapareceram, mas foram submetidas a novas configurações de trocas (GRANOVETTER, 2007).

Sob essa perspectiva, Mark Granovetter, sociólogo que investiga como as relações sociais impactam nas decisões institucionais, apresentando seu conceito de imersão (2007), argumenta que o mercado, via suas instituições, está sujeito às relações sociais, embora o autor ressalte que posturas que subsocializem as relações, extremando os ganhos próprios ou que as supersocializem, colocando-as à mercê de padrões interiorizados pela socialização, podem não revelar a complexidade do estudo do comportamento econômico. Desta maneira, a investigação dessa dissertação se constrói a partir da observação das trocas entre os **agentes** envolvidos no processo de mercadorização de artefatos artesanais: as comunidades artesãs, as instituições de fomento, o design e o mercado de luxo. Evidencia-se que essas trocas não restringem-se ao âmbito financeiro mas atingem principalmente a esfera do **capital simbólico** (MAUSS, 2017; BOURDIEU, 2013).

O desmembramento dos atores para a análise é iniciada focalizando as comunidades artesãs. Através da diferenciação entre trabalho e labor, apresentado por Hannah Arendt (2007), é

*Um **agente** pode ser uma pessoa, um objeto, uma instituição ou ainda um lugar teórico, portanto, humano ou não humano, sob perspectiva da Teoria Ator-Rede (TAR).*

***Capital simbólico** é um termo cravado nos estudos de Pierre Bourdieu que o usa como sendo um crédito social que depende do reconhecimento de outros atores para existir.*

significado o fazer artesanal dentro dos distintos momentos da produção para a comunidade: o fazer para suprir necessidades imediatas e o fazer para ser consumido por outrem. Além disso são apresentados os diversos arranjos comunitários, as classificações de tipos artesanato e seus desdobramentos quando inseridos no mercado.

Ainda se tratando das comunidades artesãs, foi investigado como o imaginário territorial é construído e projetado no mercado, a partir do choque cultural e de como a presunção da outra cultura conecta as expectativas e intenções de determinados interesses. Essa abordagem é apresentada pelo antropólogo Roy Wagner (2010), que insiste na renúncia à objetividade absoluta e adota a análise relativa a partir do conceito de que todos pertencem a uma cultura e que, por mais distintas que sejam, elas são equivalentes. Dessa maneira, torna as culturas visíveis e passíveis de análise perante a própria cultura do observador, e assim, resulta numa cultura inventada. O geógrafo David Harvey (2005) pontua que, ciente da invenção da cultura pelo espectador, o mercado aproveita para impor uma narrativa que comporá a precificação do produto artesanal. A construção dessa narrativa é discutida por Arjun Appadurai (2008) e Igor Kopytoff (2008) destrincha o processo de singularização do produto.

Instituições de fomento ao artesanato visam estimular e/ou salvaguardar o fazer artesanal. Elas promovem ou mediam intervenções, captam e concedem recursos, promovem encontros entre os agentes e coordenam ações.

A compreensão das ações dos atores sociais que fazem a mediação entre as comunidades artesãs e o mercado, que são as **instituições de fomento** e, as vezes, designers, será feita sob a perspectiva da diretriz estatal, o Programa de Artesanato Brasileiro - PAB, ocorrendo de diferentes maneiras, de acordo com o período

histórico, com o momento econômico e com o posicionamento político desses atores, por isso será apresentado um breve levantamento histórico, revelando as intenções da arquiteta e pesquisadora da cultura brasileira Lina Bo Bardi e do designer e agente proponente de políticas públicas Aloisio Magalhães para a formação de um design nacional que dialogasse com saberes populares, mas que, de alguma maneira, tiveram seus projetos atropelados pela situação industrial forjada em moldes internacionais (MAGALHÃES, 1997; MORAES, 2006; ANASTASSAKIS, 2011; FERREIRA, 2015).

A investigação segue sobre o papel do designer no deslocamento da cultura material de seu contexto originário de produção para uma sociedade que se **apropria** e a embute um novo significado para atender a seus próprios anseios. Trata-se especificamente de situações em que objetos artesanais, produzidos para suprir necessidades rotineiras de um povoado, são deslocados para um contexto, no qual perdem sua função prática original e assumem um lugar de desejo e fascinação, tornando-se objetos de espetáculo junto a mercados essencialmente urbanos. Para tanto, introduz-se, através do historiador da arte Rafael Cardoso Denis (1998), o conceito de **cultura material** retomando sua conotação original da era da colonização europeia e de que maneira a relação centro/periferia acaba sendo replicada nos dias atuais. Debate-se tal posicionamento relativizando o conceito de necessidade, através do teórico do design Tony Fry (2009), apresentando-o não como uma fórmula universal, mas de maneira individualizada de acordo com a constituição de

*Há duas leituras possíveis para o termo **apropriação**.*

Tornar algo apropriado será o sentido utilizado majoritariamente nesse estudo. Tomar para si é um outro significado possível e terá indicação quando for utilizado.

Cultura material é o conjunto de artefatos produzidos por uma sociedade, podendo revelar a estrutura social na qual está inserida.

cada sociedade, portanto, de acordo com uma construção social.

Estabelecida a relação entre a necessidade e sua construção social, a partir da cultura material de uma sociedade, discute-se através do sociólogo Jean Baudrillard (2008), como esses objetos são portadores de significados e como eles figuram na sociedade industrial.

O papel do designer no processo de significação dos **artefatos**, segundo Bonsiepe (2011), Dant (1999) e Flusser (2007), é introduzido sob a faceta de que possui lugar de excelência na sociedade de consumo já que é responsável por projetar sua cultura material e, portanto, responsável por imbuir significado aos objetos. E, quando mediador de **objetos** artesanais e mercados consumidores urbanos, sua postura em significar tais objetos está alinhado a finalidade de saciar os anseios desses consumidores (KRUCKEN, 2009). Por fim, o **produto** artesanal é apresentado, segundo visão marxista de fetichismo do objeto (MARX, 2014) ambientado na sociedade do consumo, carregado de significados não inerentes para servir ao espetáculo (DEBORD, 1997).

O embasamento teórico acerca dos atores sociais será finalizado com as observações feitas pelo sociólogo e antropólogo Marcel Mauss (2017) sobre os significados simbólicos de dominação por meio do luxo. O filósofo Gilles Lipovetsky (2005) complementa com a ideia de que o luxo está intimamente relacionada com o dispêndio e portanto relacionado com poder e domínio de determinada situação.

Gilles Lipovetsky (2005) investiga como o

*Este estudo tomou como convenção utilizar o termo **artefato** quando este tem suas funções inerentes ao cotidiano das comunidades artesãs e de seu entorno. O termo **objeto** é utilizado para referenciar aqueles que já não encontram correspondências de uso local mas ainda estão sob poder da comunidade de origem. Já **produto** designa o artesanato sob domínios do mercado.*

luxo se apropria da imagem do artesão clássico: aquele que domina a técnica, de uma aptidão demasiadamente desenvolvida, que se dedica “à arte pela arte”, possui o trabalho voltado para a qualidade estando próximo à obsessão, além de ter sua vida intimamente ligada ao seu ofício (SENNETT, 2015). Para que o trabalho no âmbito artesanal possa adentrar a esfera do luxo, ele passa por instâncias de consagração cultural (BOURDIEU, 2013).

A escolha das comunidades que compuseram o trabalho de campo se baseia num desdobramento das classificações da postura do design perante o artesanato apresentadas pelo pesquisador do design latinoamericano Gui Bonsiepe (2011, p. 62-64). Então, a partir da análise do material de divulgação das ações de design das comunidades artesãs selecionadas, e também do material de divulgação de seus produtos, pretendeu-se investigar de que forma se constrói a comunicação com o público consumidor desses objetos. Com esse levantamento foi possível contextualizar as relações estabelecidas entre o mercado que oferece esses produtos com as comunidades artesãs analisadas.

Sob uma perspectiva orientada pelas discussões sobre conceitos de desenvolvimento do teórico **pós-desenvolvimentista** latinoamericano Arturo Escobar (2007, 2016, 2017) e do economista e político equatoriano Alberto Acosta (2016), foram realizadas entrevistas semi estruturadas com os artesãos das comunidades, com os artesãos que eventualmente desistiram de integrar o grupo e com seus colaboradores. Essas entrevistas abordaram aspectos ambientais no que toca ao cultivo e obtenção da matéria prima, seu processamento e o

---

A **Teoria do Pós-desenvolvimento** questiona a tradicional visão desenvolvimentista globalizadora, indicando que ela acentua as desigualdades sociais e explora o meio ambiente de maneira insustentável.

descarte dos resíduos, além da venda de subprodutos do processo como no caso da fibra da carnaúba. Sobre os aspectos sociais, foram exploradas as novas configurações de organizações de trabalho e de sua relação com o povoado, com os compradores e com a mídia. O significado pessoal foi captado através dos relatos individuais e abordará questões referentes a mudanças no que tange à pessoa como indivíduo, seu crescimento, sua autoestima, sua dignidade e a expansão de seu conhecimento. Foi verificado se o mediador das relações citadas é o fator econômico e se outros fatores, como reconhecimento do trabalho em outras esferas além do comércio local, também podem ser fatores facilitadores de novas relações. Confrontou-se os objetivos pretendidos pelos proponentes dos projetos de intervenção de design com os resultados percebidos pela própria comunidade artesã.

Por fim, as conclusões versaram sobre como a noção de desenvolvimento procura impor um modelo de vida dos centros para zonas periféricas desconsiderando que os modos de vida periféricos pertencem a uma civilização viva que se reinventa para resistir, como o design pode usado como ferramenta para romper com práticas dominadoras fortalecendo essa resistência através da reinvenção (THORPE, 2011; ESCOBAR 2007, 2016), e finalmente, como a tomada dos espaços de circulação e o reconhecimento da própria cultura pode gerar processos emancipatórios rumo à autonomia das comunidades artesãs, rompendo com um ciclo de dependência (LATOURE, 2012; ESCOBAR, 2017; FREIRE, 2015).

A abordagem metodológica desta dissertação definiu-se a partir dos seguintes eixos:

1) No campo teórico, sob o conceito de design relacional, busquei bibliografia que suportasse a complexidade de assuntos necessários para amparar de forma holística a investigação aqui apresentada. Além disso, analisei os diversos decretos federais emitidos desde a criação do Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato, em 1977, que passou a se chamar Programa de Artesanato Brasileiro (PAB) em

1991. Interpreto esses decretos como diretrizes que levaram à atual configuração do cenário do artesanato brasileiro.

2)No campo prático, entre fevereiro e abril de 2015 visitei informalmente cerca de quinze comunidades artesãs situadas na região Norte e Nordeste do país, sem considerar outras comunidades visitadas antes desse período que foram cruciais para despertar-me para o tema. Entre março e maio de 2017 aprofundei-me através de vivência e entrevistas nas três comunidades apresentadas mais detalhadamente neste trabalho, são elas: comunidade de bonequeiras do povoado do Sítio Riacho Fundo da cidade de Esperança na Paraíba; escultores de arte popular em madeira do povoado da Ilha do Ferro da cidade de Pão de Açúcar nas Alagoas e a Associação das Mulheres de Várzea Queimada, que trançam a palha de carnaúba, do povoado de Várzea Queimada da cidade de Jaicós no Piauí.

3)Embora já tenha deixado claro que minha intenção é, acima de tudo, privilegiar a voz das comunidades artesãs, realizei entrevistas com outros atores sociais, como agentes que trabalharam para instituições que fizeram a mediação entre as comunidades e o mercado, e, principalmente os designers que mediarão o deslocamento dos artefatos para novos mercados. **Sobre isso, quero frisar que esta pesquisa não se propõe a ataques nem a pessoas físicas nem a pessoas jurídicas, por isso, escolhi, por ética, omitir nomes de alguns envolvidos a fim de evitar interpretações inadequadas e enviesadas. A proposta não é expor as atitudes individuais, mas sim mapear comportamentos para prever e orientar ações futuras, visando diminuir a vulnerabilidade das comunidades artesãs perante o mercado.**

O manejo do manancial

- 1.1 Panorama Geral
- ■ 1.2 Diretriz Estatal: O programa do artesanato brasileiro
- ■ ■ 1.3 O prenúncio: O que faz chover

1.1 panorama geral ■

O manejo do manancial

Desde que o Programa de Artesanato Brasileiro - PAB, diretriz estatal que trata do artesanato, deixou o Ministério da Ação Social, sob supervisão da Secretaria Nacional de Promoção Social, e foi submetido ao Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo em 1995, multiplicaram-se exponencialmente as ações que visam adequar os produtos artesanais às exigências do mercado. Como a diretriz estatal não sugere a maneira como deve ser realizada a abordagem de acordo com os diversos tipos de artesanato, fica a cargo das instituições mediadoras, responsáveis pela viabilização dos projetos de adequação dos produtos ao mercado, que encontrem a melhor maneira de lidar com a questão. Assim, as ações promovidas pelas instituições mediadoras podem tanto promover a prosperidade quanto reforçar um cenário de subordinação.

O diálogo entre *saberes tradicionais* com práticas globais tem sido objeto de discussão entre diversos teóricos sob o conceito de hibridação, que pode ser definido como processos socioculturais que existem de maneiras isoladas e que geram “novas estruturas, objetos e práticas” quando se combinam (CANCLINI, 2013, p. XIX). As concepções variam desde as mais conservadoras, como as de alguns folcloristas e antropólogos, os quais defendem que as culturas tradicionais devem ser preservadas das influências externas (CANCLINI, 2013, p.213-14; BONSIÉPE, 2011, p.63), até as que acreditam que o contato com o “desenvolvimento moderno”² colabora para manter a cultura tradicional na medida em que a reinventa ou a reinterpreta (CANCLINI, 2013, p.215-238).

Saberes tradicionais
são aqueles conhecimentos adquiridos a partir de esforços coletivos, aprimorados e transmitidos geracionalmente.

Em intervenções mais liberais é tolerado que os artefatos artesanais sejam modificados para adequarem-se ao gosto do consumidor final, para tanto, solicitam a presença de designers para realizarem intervenções. Especificamente sobre a prática de aliar design e artesanato, Bonsiepe (2011, p. 62-64) apresenta uma classificação que enumera seis posturas frente à questão e que podem ser encontradas inclusive de formas mistas, são elas: a) Enfoque Conservador, que busca manter o artesão livre de influências de design vindas de fora; b) Enfoque Estetizante, que considera os artesãos legítimos portadores da cultura popular, sendo que o design o utiliza pelo viés formalista e que tem como produto final objetos de ethnodesign; c) Enfoque Produtivista, que se aproveita da alta especialidade da mão de obra dos artesãos, que é barata, para produzirem objetos assinados por designers renomados; d) Enfoque Culturalista ou Essencialista, que

2 CANCLINI, 2013, p. 215.

considera os produtos locais dos artesãos como base para um design latino-americano; e) Enfoque Paternalista, que considera os artesãos como dependentes de programas assistencialistas governamentais e assumem que o artesanato é uma fonte complementar de renda e por isso exerce função mediadora com altas margens de lucro para os vendedores; f) Enfoque Promotor da Inovação, que enfatiza a autonomia dos artesãos, por isso requer participação ativa na construção das novas possibilidades.

Essas posturas podem ser encontradas em diferentes projetos pelo país norteando instituições mediadoras de incentivo ao artesanato. Posicionando-se de maneira conservadora, declaram ter como missão “apoiar a salvaguarda do fazer artesanal de tradição cultural (...)”³, ou ainda projetos conservadores sob o aspecto formal e social no que diz respeito a dinâmica da comunidade, mas que permitem o diálogo com o mercado e com soluções tecnológicas disponíveis, que declaram ter como objetivo desenvolver sistemas sustentáveis de associações de artesãos, intervindo o mínimo possível na criação dos produtos, mas apoiando tecnicamente a produção e auxiliando na divulgação⁴. Os produtos de artesanato resultantes da parceria com essas instituições, por não terem a intervenção de designers diretamente sobre o aspecto formal do produto, dispensam designers renomados pela crítica especializada. Já instituições mediadoras que trabalham com oportunidades de mercado, como o caso do Sebrae⁵, permitem intervenções mais incisivas nos artefatos artesanais e em seus métodos produtivos. Por isso, aceitam como parte da inovação dos artefatos a intervenção por meio do design, que, embora sugiram seguir o enfoque promotor da inovação, por muitas vezes seguem o produtivista, descritos por Bonsiepe (2011).

---

3 A Artesol (Artesanato Solidário) é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público cuja missão é “Apoiar a salvaguarda do fazer artesanal de tradição cultural, promovendo a autonomia dos artesãos e o desenvolvimento cultural, social e econômico de suas comunidades”. Disponível em < <http://www.artesol.org.br/site/institucional/> > (consulta em janeiro de 2018).

4 Como o projeto O Imaginário Pernambucano que é um programa de extensão da Universidade Federal de Pernambuco.

5 O Sebrae possui uma área de atuação exclusiva para tratar com o artesanato.

As ações de intervenção envolvem diversos profissionais, desde técnicos para solucionar problemas específicos, profissionais de criação até aqueles especializados em divulgar a linha de produtos que resultam das intervenções. O designer, como proponente da cultura material de uma sociedade que possui seu exponencial de representação mediado pelo consumo, situa-se num lugar prestigiado, de legitimador, perante o mercado. Bonsiepe (2011, p.18) detecta uma vertente do design que o transformou num evento midiático, no sentido de ter seu comprometimento com a “glamourização do mundo dos objetos”, tendo como cúmplices revistas e centros de promoção de design. Lipovetsky (2005, p.16) complementa com a ideia de que contemporaneamente a responsabilidade criativa do luxo é postulada aos chefs de cozinha, estilistas e designers renomados. Assim, é possível inferir o papel fundamental da imagem da marca do designer para a inserção dos produtos dos artesãos no circuito global de comércio, e quando estes designers são bem relacionados com a mídia, ao assinarem as intervenções nos artefatos artesanais, destinam-os a um circuito bem específico que é o mercado de luxo.

É possível resgatar historicamente a relação da imagem do artesão e do mercado de luxo. O mercado de luxo criativo contemporâneo está intimamente ligado às marcas que tiveram origem nas casas de alta costura parisiense da segunda metade do século XIX e início do XX. Essas produziam artigos que não mais estavam somente relacionados à riqueza de materiais empregados na confecção, mas também ao nome do costureiro-artesão, que por sua vez deixa de ter sua função subordinada à clientela e passa a carregar a aura de criador da moda. É nesse momento que os produtos continuam feitos de maneira artesanal (à mão, ajustados sob medida), mas já carregam o princípio moderno de produção em série com a utilização de moldes (LIPOVETSKY, 2005, p.44).

A indústria do luxo deixou a lógica artesanal e inseriu-se na lógica industrial e financeira, mas não raramente recorre à sua imagem primordial de produção artesanal para a promoção

de seus produtos. Frequentemente é possível ver campanhas publicitárias e institucionais exaltando a feitura artesanal juntamente com a imagem de seus trabalhadores fabris remetendo à aura dos artesãos do final século XIX e início do XX⁶ a fim de afirmar conceitos de exclusividade. Assim, apesar de industrializada, é possível observar um discurso da indústria do luxo construído a partir da espetacularização do gesto artesanal de confecção de seus produtos.

Dessa maneira, o objeto artesanal assinado por designers renomados corresponde às exigências discursivas do mercado de luxo por sua raridade: a mão de obra é especializada, portadora de saberes perpassados geracionalmente e, as vezes, exclusivos; dispõe de poucas peças devido à sua lógica produtiva; são trazidos de **territórios** longínquos, além de portarem a grife da assinatura do designer bem conceituado. Assim, não só os saberes artesanais são apropriados pelo mercado de luxo, mas também seu imaginário

Território, além de espaço geográfico, é também o lugar que contribui ativamente para a formação das relações sociais.

6 Podemos citar alguns exemplos como da grife Hermès que possui um documentário exaltando a feitura artesanal de suas peças chamado Hearts and Crafts dos diretores Frédéric Laffont e Isabelle Dupuy-Chavanat e pode ser visto no site <<http://www.lesmainsdhermes.com/en>> ou em <https://vimeo.com/160364562>.

Já a grife italiana Prada tem em seu canal no Youtube, diversos vídeos dedicados à relatar o processo de feitura manual de seus produtos. Desde sapatos (<<https://www.youtube.com/watch?v=VTySoNvC3ro>>), bolsas (<<https://www.youtube.com/watch?v=8mMENsO9Ezo>>), passando pelo processo de corte dos couros (<<https://www.youtube.com/watch?v=THXC-gMNemdU>>), a costura manual de cada botão de suas roupas (<https://www.youtube.com/watch?v=rkK-8tc_NFk>) até no acabamento feito manualmente de seus frascos de perfumes (<<https://www.youtube.com/watch?v=hwKUKK4wigM>>). A francesa Louis Vuitton possui uma série de dez vídeos chamada Les Rendez-Vous du Temps que relata o processo manual de montagem e acabamento de um de seus relógios, das quais podemos destacar o do joalheiro gravurista (<<https://www.youtube.com/watch?v=jdyonu5RtDE>>). Vídeos consultados em 27/05/2015.

territorial que é utilizado na precificação do bem através da adequação dos artefatos artesanais e da construção ficcional do território original para assim, legitimamente, poderem circular em seus espaços.

O designer, além de ceder seu nome/marca à coleção, também é um agente fundamental para o processo de mercadorização de artefatos artesanais oferecidos ao circuito de comércio. Ciente do “**sistema de necessidades**”⁷ de distintas sociedades, o designer é capaz de deslocar as funções do objeto que ora supre necessidades de comunidades que possuem a sobrevivência como questão, ora supre as necessidades da sociedade de consumo. Essa é a capacidade por excelência do designer, já que é o mentor da formação de sua *cultura material*. Assim, embora o *artefato artesanal* comercializado nesta sociedade aparente carregar sua narrativa produtiva, ela pode ser facilmente projetada pelo designer de maneira ficcional para atender aos anseios dos consumidores, para tanto, utilizando-se dos aspectos da vida dos artesãos para sua construção, culmina em artefatos espetacularizados pela sociedade de consumo.

O **sistema de necessidades** de uma sociedade é sua estrutura de urgências, imprescindibilidades e desejos coletivos.

Além do imaginário territorial, manifestações populares também integram a precificação de objetos de design no Brasil e se revelam presente na história do design no país, como na consagrada Poltrona Mole (1957) de Sérgio Rodrigues, como observado pela filósofa e pesquisadora sobre manifestações vernaculares sociais Maria Cecilia Loschiavo dos Santos, que propõe ao usuário, ao sentar, ter seu corpo moldado pelas almofadas,

---

⁷ Segundo Jean Baudrillard (2008), o sistema de necessidades é forjado por estratégias de desejos consumistas.

de maneira muito semelhante à das tradicionais redes⁸. Estas inspiram também a Poltrona Tripé de Lina Bo Bardi, autora de diversos objetos referentes ao universo popular como a cadeira Preguiçosa (1950), que utiliza o sisal (fibra típica do semiárido) e que propõe o sentar de cócoras do índio e do caboclo, autora também de diversos projetos de inspiração na feitura das travas das carroças de bois para a realização dos encaixes das madeiras.

Mais recentemente, além da citação ao popular, também se incorporou a própria produção dos artesãos, apelando não só para a habilidade da mão de obra e matéria prima local, mas a todo o imaginário territorial que compõe o produto.

Como as ações são feitas por diferentes abordagens, a exposição do território para compor a precificação do produto igualmente se faz por distintas maneiras. Há aquelas que exaltam o clima de harmonia vivido pela comunidade artesã e que a compra de seus artefatos contribuiria para manter esse cenário, há outras que propõem uma mudança de rumo em vidas sem perspectivas de futuro através do trabalho e, há ainda aqueles, que expõem um cenário de miséria e desalento e que a inserção dos artesanatos num mercado global poderia reverter essa situação.

Essas abordagens correspondem ao enfoque produtivista da classificação de Bonsiepe. O autor faz uma crítica à essa abordagem, alegando que essa prática por muitas vezes reforça a dependência do artesão ao invés de contribuir para sua emancipação:

[...] considera os artesãos como mão de obra qualificada e barata, utilizando suas capacidades para produzir objetos desenvolvidos e assinados pelos designers e artistas. É necessária uma boa dose de ingenuidade para aceitar esse enfoque, apresentado como <ajuda> para o artesanato na Periferia. Alegam-se interesses humanitários para produzir designs <inspirados> na cultura popular local ou designs trazidos diretamente do Centro para aproveitar a mão de obra barata dessas comunidades. Tal prática do design tende a perpetuar as relações de dependência, em vez de contribuir para sua superação. (BONSIEPE, 2011, p. 63)

Como discutido por Canclini (2013, p. 238-242), as consequências da inserção das comunidades artesanais a cenários modernizantes, são determinadas pela maneira como é proposta a forma de adaptação aos moldes capitalistas. Tais consequências podem ser “fonte simultânea de prosperidade econômica e reafirmação simbólica”, embora, por muitas vezes, o contato com novas configurações de mercado acabam por aprofundar o cenário de pobreza crônica, acentuado pela “exploração trabalhista” e pela “desigualdade educativa”.

Embora esses projetos de intervenção declarem ter como objetivo fomentar o artesanato, aumentando sua visibilidade perante o mercado para dignificar o trabalho das comunidades originárias, é ingênuo pensar que esta é a única intenção visada por essas ações. Há uma estrutura de prestações e contraprestações que atrelam todos os atores sociais envolvidos nesse sistema: a comunidade artesã, as instituições mediadoras (e seus colaboradores), os designers, o mercado e o consumidor final.

A sociedade capitalista pratica a dádiva de agentes organizacionais, que podem ser empresas, ONGs, prefeituras, entre outros, através de instituições que fazem a mediação entre o doador e o donatário. Segundo o sociólogo dos mercados Philippe Steiner (2017), essas dádivas objetivam atenuar o impacto negativo do mercado em populações mais vulneráveis, mas a inserção de novos mercados nessas comunidades é sensível, já que pode gerar tanto cenários de prosperidade ou de desestabilização e dependência. Essa diferença dependerá do posicionamento da instituição mediadora. Quando se portam de maneira a beneficiar a parte dominante, articulando interesses mercadológicos em detrimento de interesses sociais, ao invés da moral do “sistema de prestações totais” que é o equilíbrio entre a prestação e a contraprestação⁹, sistema essencial para que o projeto prospere dentro da comunidade, adotam-se

---

⁹ Marcel Mauss (2013), assinala que o sistema de prestações totais asseguram honra e prestígio social.

outros parâmetros e então, a moral é substituída pelo cálculo interessado, que assegura a dádiva sob a pretensão de ganhos maiores, podendo acumular prestígio o que, segundo Pierre Bourdieu (2013), resulta em capital simbólico que posteriormente transforma-se em capital efetivo. Da mesma forma que a ação beneficia a captação de recursos simbólicos para os agentes organizacionais, elas também beneficiam os designers e o mercado de luxo.

O interesse no deslocamento do artefato de sua condição original para ocupar outras **arenas** é, principalmente, **mercadológico** e é promovido pelos que detém o poder de legitimação cultural, que transpassam as instâncias de consagração do produto (artesanal) para apresentá-los ao mercado de bens de luxo. Assim, este mercado apropria-se desses artefatos, imbuindo a ele significados que lhe interessa, adaptando-o formalmente ao gosto de seu público para que então circule em seus espaços e atenda às suas estratégias.

Assim, os objetivos motivadores desta pesquisa foram: contribuir para o debate sobre a inserção da prática do design no artesanato tradicional; investigar a complexa rede de relações de troca entre os atores sociais envolvidos no processo de mercadorização de artefatos artesanais destinados ao mercado de luxo; expor ganhos e perdas dos atores sociais, produzindo uma reflexão sobre possíveis ganhos desiguais. Abrir o debate para formação de relações mais justas; investigar os mecanismos de promoção de venda dos artigos de artesanato pelo mercado de luxo, observando especialmente o que se refere ao tornar apropriado para circular em seus ambientes os saberes tradicionais e a imagem dos artesãos e de seu território de origem através de um imaginário construído; provocar a reflexão sobre a função do design quando colocado como mediador entre artefatos artesanais e o mercado.

Arena é o lugar de exposição e de combate ou negociação.

Interesses mercadológicos referem-se àquelas transações consumistas monetarizadas que atendem a interesse do fluxo de capital.

1.2 Diretriz Estatal: O programa do artesanato brasileiro ■ ■

O manejo do manancial

A situação industrial forjada nos moldes internacionais adotada pelo país durante sua fundação é, de certa forma, explicada a partir das diretrizes estatais sobre o reconhecimento da função do artesanato como portador de heranças da cultura material do país na constituição cultural industrial brasileira.

A industrialização brasileira acabou sendo transplantada artificialmente o que, de certa forma, impactou na formação do campo do desenho industrial no país, ao contrário das intenções almejadas por alguns intelectuais. A proposta de Lina Bo Bardi foi interrompida pelos generais, enquanto o trabalho de Aloísio Magalhães foi atropelado ao longo da implantação da industrialização, principalmente no que diz respeito às considerações culturais formadoras da sociedade brasileira.

As diretrizes do Estado frente à questão artesanal, apesar de, por algumas vezes demonstrar a intenção de reconhecer o significado social do trabalho do artesão, atua no sentido de incorporá-lo à massa trabalhadora. A proposta se torna insuficiente e frágil à medida que os laços sociais e de reconhecimento do artesão com o trabalho se diluem na lógica fabril de produção. Lina já apontava para esse problema ao declarar que “o artesanato popular deixa de ser artesanato popular quando se esgotam as condições sociais que o condicionam.”

A situação do artesão é oficialmente tratada desde 1977 com a criação do Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato e que passou a ser chamado apenas de Programa do Artesanato Brasileiro em 1991.

O Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato foi instituído em 1977, através do Decreto no 80.098, sob supervisão do Ministério do Trabalho e em 1979, através de outro decreto (no 83.290), foi concedida a Carteira de Trabalho e Previdência Social aos artesãos. Apesar de declarar que havia como objetivo “incentivar a preservação do artesanato em suas formas da expressão da cultura popular”, o decreto deixa clara as intenções de normatizar a atividade ao objetivar a criação e organização de sistemas de produção e comercialização do artesanato e de propor a criação de mecanismos fiscais e financeiros de incentivo à produção artesanal, que, embora aparentemente se apresente como benéfica ao artesão, revela a postura paternal ao assumir o domínio do trabalho artesanal sob diretrizes trabalhistas e fiscais reduzindo juridicamente a autonomia individual.

Em 1991, a iniciativa passa a denominar-se Programa do Artesanato Brasileiro, através do decreto 91 de 21 de março, instituído no Ministério da Ação Social, sob supervisão da Secretaria Nacional de Promoção Social. Durante esse período a finalidade do programa era de coordenar e desenvolver atividades que visavam “valorizar o artesão brasileiro, elevando o seu nível cultural, profissional, social e econômico, bem assim

desenvolver e promover o artesanato e a empresa artesanal”. Surge a preocupação com o desenvolvimento pessoal do artesão, mas ao se utilizar do termo “empresa” para referenciar-se à uma associação artesanal que se articula, revela-se uma indicação de que haveria uma interpretação equiparada à uma organização de lógica produtiva capitalista.

Em 1995 pelo decreto no 1.508 de 31 de maio, o PAB passa a subordinar-se ao Ministério da Indústria, Comércio e Turismo (desde 1999 chamado de Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior), o que indica que o caráter produtivista esboçado no decreto anterior, consolidando-se no decreto nº 8.001 de 2013 que delega o artesanato à Secretaria Especial da Micro e Pequena Empresa.

Portanto é possível dividir o percurso do Programa de Artesanato Brasileiro em três fases já que as diretrizes foram coordenadas por três ministérios que possuem enfoques distintos. Inicia-se o percurso em um ministério que tem como objetivo normatizar a atividade artesanal fiscal e financeiramente, mas ainda mantendo seu aspecto de valor social e cultural; a segunda fase faz a transição social da questão, não mais objetivando manter as características culturais, mas disposta a mudá-las, quando declara que possui por finalidade elevar o nível cultural do artesão, e já indica que uma postura empresarial é pretendida em suas diretrizes; e a terceira fase consolida essa intenção e formaliza a figura do artesão como empresário. Vale ressaltar que, embora as três fases distingam-se entre si, elas vertem para a captação do artesanato num sentido produtivista.

Figura I - Linha do tempo: Diretrizes estatais para o artesanato.

1.3 O prenúncio: o que faz chover ■■■

O manejo do manancial

Ao contrário do que o senso comum possa indicar, há presença de mercados na dinâmica social das comunidades tradicionais, mas não concebida da mesma forma que em centros urbanos capitalistas. As trocas são realizadas sob parâmetros regidos pela moral que não é individual, mas pertencente a uma lógica coletiva. Trato de comunidades tradicionais artesãs, já que o interesse não é por vivências individuais de um único artesão, mas sim por uma tradição comunitária onde as trocas originais se estabelecem principalmente pela moral coletiva.

Para a manutenção do patrimônio comunitário, compartilham-se saberes que resultam em fazeres que organizam a vida cotidiana. Essa estrutura social decorre de uma resposta à observação do meio em que se vive, já que utiliza-se a matéria prima local

para feitura de utensílios, compreende-se o tempo, criando uma rotina favorável à vida, ou ainda regula-se questões práticas cotidianas através de questões de cunho místico. Responsabiliza-se o coletivo pela tutela das crianças nascidas seio da comunidade, e o perpassar geracional desses saberes que mantém o equilíbrio comunitário. Estrutura-se essa sociedade a partir de trocas de saberes e cuidados.

Portanto, as trocas não necessariamente são bens materiais, mas:

São, antes de tudo, amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feira, dos quais o mercado é apenas um dos momentos, nos quais a circulação de riquezas não é senão um dos termos de um contrato mais geral e mais permanente. (MAUSS, 2003, p. 191)

O antropólogo Marcel Mauss, ao observar diversas comunidades não monetarizadas, assinala que essas trocas são feitas aparentemente de forma voluntária, mas que na realidade firmam um compromisso que assegurará a contraprestação. O autor nomeia essa dinâmica de “sistema das prestações totais” da qual resulta questões como a honra e o prestígio dentro da estrutura social da comunidade.

O pesquisador apresenta o conceito de Hau, que é o espírito das coisas na tradição maori, e que é passado com a coisa dada, tendo que ser devolvido para aquele que presenteou originalmente sendo que a obrigação se faz em dar, receber e retribuir para que o Hau complete seu ciclo. Esse espírito permeia as trocas e normatiza o regime social. Quando há uma quebra do ciclo, pode haver a morte ou o sacrifício simbólico desse espírito que pertence a quem doa.

Mas o campo de atuação da dádiva, na sociedade moderna, não se restringe somente ao plano da sociabilidade primária, “o que remete à vida afetiva, à vizinhança, na qual se desenvolvem as obrigações de dar, receber e retribuir”¹⁰. O sociólogo dos

---

10 Steiner, 2017, p. 23-24.

mercados Philippe Steiner (2017) apresenta o debate da obra de Alain Caillé que considera a dádiva formada a partir das relações primárias, mas também pode formar-se através das normas burocráticas e mercantis resultando nas cooperativas ou associações, ou ainda constitui-se no que se chama de “dádiva a estranhos” (CAILLE, 2000 apud STEINER, 2017), Steiner ressalta que é essencialmente por esse meio que se torna possível a dádiva feita por pessoas jurídicas, que envolvem organizações.

Ao contrário da troca dentro da lógica mercantil, a dádiva estabelece vínculos do universo dos afetos entre os atores sociais, mas Steiner (2017) modifica essa perspectiva quando apresenta a possibilidade da dádiva organizacional. A reflexão apresentada pelo autor analisa a relação de troca quando há instituições que fazem a mediação entre o doador e o destinatário da dádiva, portanto são três atores sociais: o doador, a instituição mediadora e o donatário. Para o autor, essas instituições intermediárias surgem exatamente para amortecer os efeitos negativos que o impacto do funcionamento mercantil causa em populações em situação de maior vulnerabilidade. Essas organizações colocam em contato pessoas e grupos que dificilmente se encontrariam espontaneamente. A organização intermediadora “é o constructo social, muitas vezes resultado da intervenção de um ‘empreendedor de causa’, que permite a dádiva a distância”¹¹. Assim, essas instituições trabalham sensibilizando os prováveis doadores sobre as mazelas vividas pela população vulnerável, ao mesmo tempo em que apresenta a possibilidade de solução através da dádiva organizacional.

Mas as interações no firmamento das alianças não são rígidas e apresentam incongruências já que podem surgir fenômenos guiados pela dominação de duas partes sobre a terceira, quando não há liberdade do mediador de se posicionar de maneira justa quando há o conflito de interesses das outras duas partes (STEINER, 2017, p.30).

Muitas ações de intervenção no artesanato são feitas por agências de fomento, que fazem a mediação entre a comunidade artesã e o mercado. Essas agências são diversas espalhadas

---

11 Steiner, 2017, p.30-31.

pelo país e adotam diferentes posturas para lidar com a questão. Como o Programa de Artesanato Brasileiro indica uma diretriz produtivista, alinhada a interesses mercadológicos, as agências mediadoras podem percorrer entre a recusa e a admissão da diretriz de acordo com o contexto. A atuação do designer pode ser convocada tanto para resolver questões de ordem não formal, como problemas técnicos de produção ou viabilizar embalagens para transporte, não atuando diretamente no objeto artesanal; ou pode atuar de forma a interferir formalmente no produto para adequá-lo ao mercado.

Nota-se que a conjuntura econômica e social tem nessa sociedade contemporânea seu significado deslocado se comparado às sociedades tradicionais como inferiu Pierre Bourdieu em sua vivência na Argélia entre as décadas de 1950 e 1960 quando experiências capitalistas se inseriam através do poder colonial. Apresentou-se ao camponês o discurso liberal econômico e político no qual sua vida e sua relação com o mundo passou a ter o trabalho monetarizado no domínio central, diferente de sua visão tradicional econômica que constituía sua rotina nos afazeres domésticos, sua relação com o tempo regido pela natureza, suas relações sociais mediadas pela honra entre outros fatores.

O modo de viver tradicional desse indivíduo desestabiliza-se devido ao novo formato econômico que, radical ou sutilmente, se impõe. A precificação dos afazeres e das mediações das relações torna incompatível o seu modo tradicional de ocupar espaço que lhe pertencia:

Bourdieu mostra que o camponês íntegro e honesto, orgulho da economia tradicional se transforma em camponês ingênuo e tolo porque nas novas condições econômicas seu comportamento é desajustado. A lógica da honra, sobre a qual se ajustam as interações sociais comunitárias ou familiares, se confronta com os cálculos interessados, com efeitos dissolutores sobre as práticas tradicionais; o espírito do cálculo (monetária) modifica profundamente a relação entre o tempo passado e a produção obtida. (STEINER, 2016, p. 125)

Essa desestabilização no sistema tradicional de uma comunidade apontada por Pierre Bourdieu é justificada pela própria ***lógica liberalista*** que, ao mercantilizar os saberes artesanais de uma comunidade tradicional, priorizando o cálculo interessado às interações sociais, prometendo a expansão do mercado tornando os artesãos independentes do pequeno número de compradores locais, posicionando-os supostamente num lugar autônomo no mercado. Assim, com a dádiva organizacional através de instituições mediadoras, empresas podem afirmar sua solidariedade com os marginalizados pelo mercado oferecendo um maior número de compradores.

A ***lógica liberalista*** diz respeito a doutrina econômica que defende a livre atuação do mercado em qualquer arena sem a regulação ou intervenção do Estado.

Essa transição de um sistema tradicional recentemente apresentado ao sistema de mercados liberal é abordada pelo sociólogo Jens Beckert (2014) que apresenta o contraste do trato com o tempo em diferentes sociedades, já que o tempo está no coração da dinâmica capitalista. Ele argumenta que em sistemas econômicos tradicionais a relação com o futuro é previsível, ao contrário do sistema capitalista que organiza suas atividades econômicas de modo que seus atores se orientam em direção a um futuro imprevisível, considerando tempos de crises, mas que lidem de forma a correr riscos. Arriscar significa investir para obter um retorno financeiro no futuro, essa alteração na dinâmica da ordem temporal é tida como fundamental para o crescimento produtivo, ou seja, para o tradicional desenvolvimento econômico. Ao justificar ações de design em comunidades artesanais, transformando-as em produtoras, utiliza-se essa perspectiva que apresenta um futuro amparado no desenvolvimento econômico aos moldes de centros capitalistas.

Já a recompensa para o designer envolvido no projeto, é a glória de ter o nome, ou de sua instituição, vinculado a um projeto de apelo social gerando “prestígio, honra ou capital simbólico”¹². O interesse no acúmulo da honra vai além do interesse material. Segundo, ele é de natureza simbólica e não se limita aos seus signos e na codificação das relações sociais, ele se acumula tornando-se capital simbólico. O interesse material e o interesse ligado à honra são igualmente cultivados já que podem ser convertidos um no outro:

[...] daí a fórmula segundo a qual existe um interesse (simbólico) no ato desinteressado (materialmente), porque é assim que uma pessoa aumenta seu capital simbólico; em sentido inverso enquanto crédito social, capital de confiança, de reputação, o capital simbólico é o meio para dispor de um capital econômico e fazê-lo crescer.
(STEINER, 2017, p.122)

Esse interesse no acúmulo de capital simbólico não se resume às instituições mediadoras das ações de intervenção de design e de seus patrocinadores. Os próprios designers se valem da postura de solidários para a construção de uma marca intrinsecamente ligada ao seu nome. Não raramente essas ações são propostas e gerenciadas por estes profissionais que muitas vezes se dispõem em conseguir verbas junto a patrocinadores ou através de editais públicos, reprojeta os produtos artesanais para atender o gosto do comprador, conseguir espaço para divulgação da ação na mídia especializada, preparar todo material de divulgação comercial da linha de produtos e abrir o canal junto aos lojistas para a venda ao consumidor final.

O designer toma então o lugar de prestígio da chamada por Steiner de “ideologia do gênio”, da qual se baseia em artistas detentores do poder da criação original aplicada à cultura material e que, Bourdieu (2013), esclarece que nessa produção autônoma de bens culturais estão as características da dominação

---

12 Steiner, 2016, p.38.

simbólica. Dessa maneira se constrói a lógica da honra na sociedade contemporânea que tem em seu âmago o domínio da cultura e da arte. Assim, o designer tem o poder de legitimação cultural ao converter artefatos vernaculares, que atendem a demandas locais, em produtos eruditos para circularem em mercados específicos.

Bourdieu (2013, p.168-171) apresenta a dupla leitura que pode ser feita pela tomada de posição cultural, que é propriamente cultural, mas que, entretanto, há de se considerar sua dimensão política, já que se orienta e posiciona-se a favor ou de maneira oposta a uma estrutura vigente. A tomada de posição política resulta de acordo com a postura elegida pelo designer juntamente à instituição mediadora, que visa “instaurar, restaurar, reforçar, salvaguardar ou derrubar”¹³ uma estrutura já que estão na posição de dominação simbólica ao controlar todas as instâncias de comunicação e construção da intervenção nas comunidades artesãs.

Ao se opor a arte pela arte, nas palavras de Bourdieu, ou ainda deslocar o artesanato de seus fins rotineiros de um povoado para ser consumido em escala global, coloca-se a legitimidade cultural no âmbito do poder e do dinheiro, reconhecendo que essa transferência é de interesse mercadológico. Embora os dois produtos tenham a mesma origem, eles são consagrados pela legitimação cultural simbólica de maneira desigual. Esse poder de hierarquização corresponde aos sistemas de dominação de uma sociedade dividida em classes da qual é imposta essa competência por uma elite detentora das forças legitimadoras (BOURDIEU, 2013, p.142-143).

Pierre Bourdieu (2013, p.118-119) enumera três relações de força simbólica entre as instâncias de consagração de um produto que são: a) relações entre produtores cuja produção destina-se a consumidores situados em ambientes culturais diferentes de sua origem, e que, portanto, “são consagrados em bases desiguais por instâncias desigualmente legitimandas ou legitimadoras”; b) relações objetivas entre produtores e instâncias institucionalizadoras como museus, academias,

---

13 Bourdieu 2013, p.171.

sistema de ensino, mídia, críticos e etc, que consagram através de sanções simbólicas preestabelecidas; c) relações entre diferentes instâncias de legitimação funcionando dependente da posição que ocupam perante o público que “manifesta seus vereditos”, se conservadora ou contestadora, dominante ou dominada.

Dessa maneira, as forças legitimadoras se amparam sempre em suas noções de cultura sejam elas de caráter etnográficos, históricos ou ainda vertidos por interações sociais de seu público alvo. Uma vez legitimada, esses produtos de origem artesanal, deslocados para mercados de bens culturais, são consagrados, recebendo uma espécie de aura e, portanto, o aval para circularem no mercado de bens de luxo.

Desencadeado pela mercadorização de bens artesanais e sua inserção no mercado de luxo, o colecionismo desses objetos tem se alavancado em escala global. Como apontado pelos sociólogos Boltanski e Esquerre (2016, p.46), esse processo deriva de um movimento de resgate de artistas inseridos dentro de determinadas tradições que tiveram seus trabalhos negligenciados, principalmente em países ‘emergentes’ como é o caso do Brasil. Como esses bens são legitimados por meios supramencionados, passam a apresentar-se de maneira híbrida como bens culturais e bens comerciais. É possível que esses bens inclusive sejam utilizados como marcadores de identidades nacionais, tomando mercados internacionais interessados no colecionismo de uma arte exótica.

Bens artesanais estão situados num campo fértil para a construção de narrativas já que são oriundos de comunidades tradicionais. Aliás, resgatar a história do povoado e construir simbolismos a partir dela, faz parte da metodologia projetual do designer quando este reprojeta os artefatos artesanais. Para a elaboração da história do produto a ser contado para o mercado, utiliza-se dos laços sociais envolvidos na feitura dos artefatos já que podem ser saberes perpassados geracionalmente e o tempo de confecção que envolve, no geral, o amadurecimento da matéria prima, sua colheita, o tempo de transformação o que faz

referência diretamente ao território que distancia-se dos centros urbanos.

Portanto, o preço do objeto será estabelecido de acordo com o seu trajeto percorrido até chegar às mãos dos consumidores, assim como objetos antigos que possuem seu valor estabelecido pela memória a partir do tempo, os objetos artesanais são precificados de acordo com sua memória a partir da evocação de sua história. Essa história é narrada de acordo com os interesses legitimadores, reconstruída sob aspectos sociais, econômicos e políticos, regidos pela conveniência (APADURRAI, 2008; KOPYTOFF, 2008).

Apela-se socialmente apresentando o cenário de convivência harmoniosa de um povoado em torno de saberes ancestrais que resultam na prática artesanal e que ao adquirir aquele produto, o consumidor estaria contribuindo para manter aquele cenário, evitando o êxodo daquelas pessoas para grandes centros urbanos, provendo financeiramente o povoado através do trabalho. É possível, por meio da análise de declarações dos atores sociais envolvidos, feitas em veículos de comunicação, notar que o discurso é construído através de um apelo social a partir da apropriação do imaginário territorial de onde se originam os produtos, que se apresenta como uma realidade aumentada ou até mesmo fictícia.

Nos capítulos a seguir será detalhado a performance apresentada por cada ator social envolvido no processo de deslocamento de artefatos produzidos em comunidades artesãs até sua figuração em mercados de luxo.

O aguaceiro: As comunidades artesãs

- 2.1 O deslocamento do ser: do artesanato tradicional ao artesanato de referência cultural
- ■ 2.2 O deslocamento do fazer: do labor ao trabalho
- ■ ■ 2.3 O deslocamento territorial: um cenário imaginado

2.1 O deslocamento do ser: do artesanato tradicional ao artesanato de referência cultural ■

O aguaceiro

A Constituição Brasileira de 1988 assegura através do artigo 215 e 216 a garantia pelo Estado do exercício pleno dos direitos culturais e assegura a diversidade étnica e regional, incluindo bens de natureza material e imaterial, “portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira”. Ainda no artigo 216 da Constituição, se define como patrimônio cultural brasileiro “as formas de expressão”, “os modos de criar, fazer e viver”, “as criações científicas, artísticas e tecnológicas”, “as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais” e “os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico”.

A definição de povos e comunidades tradicionais segundo decreto federal¹⁴ é:

Grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição.

A base conceitual do Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), através da portaria SCS/MDIC nº29, de 5 de outubro de 2010, classifica os tipos de artesanato a partir da matéria prima utilizada para a confecção dos artefatos, sendo de origem natural (animal, vegetal ou mineral), podendo sofrer tratamento físico ou químico pelo próprio processo artesanal ou industrialmente. Ainda são incluídas na classificação, matérias decorrentes de reciclagem ou de reutilização.

A disponibilidade do material na região pode direcionar o tipo de prática do artesanato. O material do Programa do Artesanato Brasileiro ainda classifica cinco tipos de artesanatos que são: artesanato de reciclagem, artesanato indígena, artesanato contemporâneo conceitual e por fim, artesanato tradicional e artesanato de referência cultural. Esses dois últimos revelam dois estágios do mesmo artesanato. O artesanato tradicional é o momento anterior ao da mercantilização, que após intervenção, se torna artesanato de referência cultural.

O artesanato tradicional é definido pelo PAB como sendo artefatos produzidos por comunidades nos quais são “parte integrante e indissociáveis dos seus usos e costumes”. Sua produção é comunitária/ familiar e suas técnicas e processos são transpassados geracionalmente possuindo a capacidade de preservar a memória cultural de uma comunidade; já o artesanato de referência cultural os produtos são resultantes de processos

---

14 Decreto Federal nº 6.040 de 7 de fevereiro de 2007.

intervencionistas a partir de releitura ou resgate de elementos culturais regionais com o objetivo de adequá-los ao mercado, otimizando os gastos e processos.

Apesar da disposição em indicar diretrizes, não há um órgão governamental responsável por classificar as comunidades artesãs, deixando-as vulneráveis às posturas e alinhamentos ideológicos das instituições de fomento aplicadas ao artesanato existentes no país. Observa-se um centro de tensão que acontece no deslocamento do artesanato tradicional que, quando inserido no mercado, passa de artesanato tradicional para um artesanato de referência cultural. As definições¹⁵ para essas duas tipologias, dadas pela diretriz estatal, são:

Artesanato Tradicional: Conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições e incorporados à vida cotidiana, sendo parte integrante e indissociável dos seus usos e costumes. A produção, geralmente de origem familiar ou comunitária, possibilita e favorece a transferência de conhecimentos de técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e valor cultural decorrem do fato de preservar a memória cultural de uma comunidade, transmitida em geração.

Artesanato de referência cultural: Sua principal característica é o resgate ou releitura de elementos culturais tradicionais da região onde é produzido. Os produtos em geral, são resultantes de uma intervenção planejada com o objetivo de diversificar os produtos, dinamizar a produção, agregar valor e otimizar custos, preservando os traços culturais com o objetivo de adaptá-lo às exigências do mercado e necessidades do comprador. Os produtos são concebidos a partir de estudos de tendências e de demandas de mercado, revelando-se como um dos mais competitivos do artesanato brasileiro e favorecendo a ampliação da atividade.

Portanto, como ambos originam-se de elementos tradicionais da cultura, a diferença entre os dois se dará de acordo com a ênfase da presença e do tipo de mercado em sua dinâmica. Essa incisão se realizará de acordo com a instituição mediadora que intervirá no processo de deslocamento dos produtos, tradicionalmente

---

15 Portaria SCS/MDIC nº29, de 5 de outubro de 2010, p. 29.

feitos para atender a uma demanda da rotina de um povoado, para atender outros mercados. Assim, se a instituição mediadora estiver alinhada a interesses mercadológicos, o artesanato tradicional se torna um artesanato de referência cultural, servindo à lógica imposta pelo mercado que absorverá a produção.

Algumas características do tipo de artesanato produzido, da matéria prima utilizada e da organização da comunidade, definem a qual mercado a produção artesanal será destinada. É comum encontrar, por exemplo, comunidades artesãs ceramistas que, devido ao processo de barateamento quando feito em grande escala, atendam a redes varejistas, levando a lógica industrial à comunidade artesanal, incluindo a divisão de trabalho como no modelo fabril para atender às volumosas encomendas. O SEBRAE dá o nome de “industrianato”¹⁶ para esse fenômeno. Embora também seja possível flagrar artesãos que integram essas comunidades, realizando trabalhos autorais e, por vezes, atendendo ao mercado de arte. Como atentou Bonsiepe (2011, p.63), a inserção de uma nova dinâmica de trabalho nessas comunidades, dependendo do tipo de abordagem feita, tanto pode contribuir para a emancipação de um ciclo de privações econômicas, quanto podem contribuir para aprofundar esse cenário.

Pode-se observar que características do artesanato tradicional servem ao artesanato de referência cultural. Este se utiliza dos conhecimentos, técnicas e processos, aprimorados geracionalmente, da matéria prima local, mas socialmente alinhados a conceitos produtivistas, priorizando a otimização e racionalização da confecção dos produtos artesanais. Ainda é possível notar a importância dos “elementos culturais tradicionais”, mas em forma de citação (releitura ou resgate) o que indica que a cultura que origina o artesanato é também ressignificada para atender aos anseios do novo mercado. Essa cultura será argumento de precificação do produto final, e para tanto, projeta significados além da percepção da própria comunidade.

---

16 Termo de referência SEBRAE no artesanato, 2010, p. 43.

O artesanato de referência cultural, ao ser apresentado pelo PAB como o mais competitivo e pelo qual se dará a ampliação da atividade, demonstra a inclinação pela criação de artefatos “concebidos a partir de estudos de tendências e de demandas de mercado” à “preservar a memória cultural de uma comunidade”, que é o que define o artesanato tradicional. Assim, privilegia-se o trabalho que serve ao outro àquele que atende primeiramente as necessidades do povoado de origem.

O produto artesanal passa a compor a indústria cultural que enfatiza os aspectos simbólicos e que resultam em uma espécie de identidade, às vezes, sem compromisso com a comunidade originária, como denuncia Bonsiepe (2013, p.62). Para adequar-se ao mercado, ter acesso ao crédito ou a editais, é comum que haja um rearranjo na organização comunitária: formalizam-se em associações ou cooperativas, submetem-se a sindicatos, federações e confederações, o que, por vezes, corrompe relações tradicionais (mestre artesão – artesão – aprendiz). Contudo, possibilita a construção de novas forças solidárias na solução de problemas como resistência às formas invasivas do mercado.

2.2 O deslocamento do fazer: do labor ao trabalho ■ ■

O aguaceiro

A filósofa alemã Hannah Arendt (2007) dedicou-se à uma reflexão a respeito do desenvolvimento do labor, do trabalho e da ação nas esferas social e política e entre o público e o privado, desde a Grécia Antiga até a Modernidade.

Assim, define o labor:

[...] é típico de todo o labor nada deixar atrás de si: o resultado do seu esforço é consumido quase tão depressa quanto o esforço é despendido. E, no entanto, esse esforço, a despeito de sua futilidade, decorre de enorme premência; motiva-o um impulso mais poderoso que qualquer outro, pois a própria vida depende dele. (Arendt, 2007, p. 98)

Essa definição de labor corresponde a condição original e primária do artesanato tradicional, já que ele está associado a solucionar os problemas da vida cotidiana de seu local de origem, intimamente

relacionada aos processos vitais, mantenedores da vida em sociedade, consumindo-se em sua totalidade. A sociedade se constituiu como forma de organizar publicamente os processos vitais¹⁷.

A autora indica a marginalização histórica do labor a partir da sociedade da Grécia Antiga, na qual a rotina de seus cidadãos era dedicada à política, enquanto a escravidão objetivava excluir o labor das condições de vida dos cidadãos,¹⁸ já que, por sua execução ser indissociável do corpo e das necessidades urgentes de sobrevivência, portanto, evocando saberes primitivos humanos, sendo comum a outras formas animais de vida, quem os praticava assemelhava-se aos não humanos, sendo classificados como tal. Ao contrário da escravidão dos tempos modernos realizada com o objetivo da obtenção de lucro através da exploração dessa mão de obra, o objetivo nos tempos antigos era excluir o labor das condições de vida humana.

Assim, a era moderna acabou por desconsiderar o labor como parte essencial da vida em sociedade, a crítica econômica construiu-se pautada na produtividade, ou seja, na produção de excedentes, ou ainda, na visão marxista, no excedente da força de trabalho humana¹⁹. Portanto, só resta o trabalho na transição de cenários tradicionais para os modernizantes já que “a modernidade transformou as comunidades em sociedades de operários e assalariados, que concentram-se em uma única atividade” (ARENDT, 2007, p.56).

Tendo, comunidades tradicionais, a feitura de seus artefatos intimamente ligada ao processo vital, mantenedor e catalisador da vida em sociedade, ou seja, resultantes do labor, encontram um novo cenário quando processos modernizantes, através do mercado, corrompem a lógica do labor e inserem a do trabalho através da produção de excedentes.

O desprezo pelo ato de laborar, seja através da escravidão na Grécia Antiga, seja pela falta de reconhecimento da importância do fazer sem gerar excedentes pela crítica econômica moderna,

17 Arendt, 2007, p.56.

18 Idem, p.94 e 95.

19 Ibidem, p.98-99.

ou ainda no fato de que a palavra labor, como substantivo, nunca se referir a um produto final, ao contrário do substantivo trabalho que frequentemente aponta para uma materialidade, explica o lugar de desprezo ocupado tradicionalmente pelos artefatos artesanais, resultados do labor, na sociedade de consumo.

Embora por muitas vezes o labor resulte em objetos, a preocupação está no processo vital, para assegurar a vida, portanto, esses objetos destinam-se ao seu fim por seu uso, ao contrário do trabalho que resulta em excedentes que são dotados de existência própria e duradoura²⁰. Assim, o artefato artesanal, produzido no seio de uma comunidade, que possui suas funções próprias mantenedoras da vida e da vida em sociedade, mas, interpretados com desprezo em uma sociedade baseada na produtividade, é deslocado para um ritmo de produção de excedentes, transformando-se em trabalho, ocupando um lugar nessa outra lógica de fazeres. É nesse momento em que:

O impulso na direção da repetição decorre da necessidade que tem o artífice de ganhar os seus meios de subsistência, caso em que o seu trabalho é labor; ou resulta de uma procura de multiplicação no mercado, caso em que o artífice que cuida de satisfazer essa demanda acrescentou ao seu artesanato a arte de ganhar dinheiro, como diria Platão. O importante é que, num caso ou no outro, o processo é repetido por motivos alheios a si mesmo; difere da repetição compulsória inerente ao labor, no qual o homem deve comer para trabalhar e deve trabalhar para comer. (ARENDT, 2007, p.98)

É dessa forma que esses artefatos, que agora são resultados do trabalho e não mais do labor, são trazidos para a esfera pública, para que tenham uma nova forma de existência.

---

20 Ibidem, p. 170.

2.3 O deslocamento territorial: um cenário imaginado ■ ■ ■

O aguaceiro

O artefato artesanal como resultado do labor, tem sua condição original atendendo às necessidades imediatas da sua comunidade produtora. Ele tem suas funções e seus significados findados em si e por isso não apresenta excedente produtivo. O artesanato vernacular é resultado de seu território: utiliza da matéria prima disponível localmente, contém especificidades propositivas para a solução de um problema de seus produtores e utiliza-se de conhecimentos tradicionais aprimorados comunitariamente.

O geógrafo Milton Santos nos mostra que uma área possui materialidade própria mas sua existência real é dada pelas suas relações sociais:

(...). A configuração territorial é dada pelo conjunto formado pêlos sistemas naturais existentes em um dado país ou numa dada área e pêlos acréscimos que os homens superimpuseram a esses sistemas naturais. A configuração territorial não é o espaço, já que sua realidade vem de sua materialidade, enquanto o espaço reúne a materialidade e a vida que a anima. A configuração territorial, ou configuração geográfica, tem, pois, uma existência material própria, mas sua existência social, isto é, sua existência real, somente lhe é dada pelo fato das relações sociais. Esta é uma outra forma de apreender o objeto da geografia. (SANTOS, 2006, p. 38-39)

Portanto, a configuração territorial em que vive a comunidade artesanal é composta materialmente por seus elementos naturais e possui existência por meio de suas relações sociais. Seus artefatos vernaculares, por serem produzidos para atender à demandas específicas desta configuração territorial, são frutos da materialidade e das interações sociais de seu lugar de origem.

Valendo-se disso, o mercado embute a configuração territorial na precificação do produto artesanal. O antropólogo Arjun Appadurai (2008, p.42) nomeia esse deslocamento sofrido pelo artefato artesanal de desvio. O desvio é a alocação de coisas para zonas de lucratividade maior atendendo a interesses de grupos que detém o poder econômico e político, frisando que o interesse do desvio é trazer as coisas de uma zona de proteção para uma zona de mercantilização.

Para o autor, a disposição de agentes detentores dos objetos, até então resguardados, em sofrer o processo de mercantilização pode indicar crise econômica ou estética. É por isso que:

É na estética da descontextualização que está (ela mesma motivada pela busca da novidade) a essência da exibição, nas casas de ocidentais supostamente intelectualizados de utensílios e artefatos do “outro” (...). Nestes objetos, vemos além de uma equivalência entre o autêntico e o cotidiano exótico, a estética do desvio. Tal desvio não é apenas um instrumento de desmercantilização do objeto, mas também a (potencial) intensificação da mercantilização pelo aumento de valor que resulta desse desvio. (APPADURAI, 2008, p.42)

O processo de desmercantilização, esclarece o antropólogo Igor Kopytoff (2008), tem a função de singularizar o artefato que será apresentado como mercadoria em seu novo contexto. Esse processo de singularização implica em oferecer uma biografia, uma história, para a composição de uma identidade cultural desse objeto, ressaltando que essa biografia pode ser verídica ou forjada aleatoriamente em dados originais do artefato.

No caso do produto artesanal, essa biografia será composta principalmente pela sua configuração territorial. Dessa maneira, a matéria prima utilizada na confecção do produto revelará a materialidade que compõe seu local de origem, sua formação ambiental e/ou social, assim como sugerirá a convivialidade entre seus produtores e a tradição cultural de seu povoado de origem.

É durante a circulação do artesanato, que os artefatos têm seus significados originais extrapolados e/ou manipulados para atender a interesses mercadológicos já que a realidade pode não corresponder com as expectativas do mercado. Nesses casos tolera-se apenas “o que é tido como relevante, digno de ser visto ou ouvido”²¹

A apresentação da realidade que corresponde às expectativas do mercado é resultado de construções discursivas. David Harvey (2005) indica como interessa ao capital “extrair excedentes das diferenças locais, das variações culturais locais e dos significados estéticos”²², intervindo de maneira necessária para que se alegue “singularidade, autenticidade, particularidade e especialidade”²³, o que legitima o discurso do mercado de luxo pautado no fator raridade. Sobre isso, o antropólogo Roy Wagner (2010, p.62) ainda pontua que há um fascínio antropológico pelo desconhecido e que, na tentativa de compreensão, cria-se uma generalização que pode tomar “formas fantásticas e alcançar extremos”, inventando-se uma cultura. Para o autor, essas imaginações estão mais próximas de um entendimento forjado ao invés da realidade.

---

21 Arendt, 2007, p.61

22 Harvey, 2005, p. 235.

23 Idem, p.230.

Como bem lembrado por Bonsiepe (2011, p. 181), o discurso teórico é discurso de poder e de dominação já que pode submeter a materialidade ao que pressupõe, podendo a teoria ter uma “existência parasitária” em seu objeto. Arendt (2007, p.35) reforça que desde a Polis grega o discurso descolou-se da ação, tornando-se elemento de persuasão e não mais de resposta.

O discurso emitido pelo mercado sobre o produto artesanal, através de seus agentes, não necessariamente se faz de forma explícita. A história de circulação as vezes apenas se dá através de seu material de composição e pelo apontamento de seu local de origem e indicação de seus produtores. Às vezes, a narrativa é omitida, sugerindo um tom filantrópico a favor das comunidades produtoras às margens dos centros urbanos.

Outras vezes, uma narrativa é apresentada pelo mercado de maneira explícita. Expõe-se o território: os elementos naturais, o clima, o tempo, explora-se as relações sociais, expõe-se a condição financeira de seus produtores. Tudo pautado num discurso desenvolvimentista que não considera outros modos de vida além dos vividos nas zonas centrais.

Assim, constrói-se um imaginário territorial do artefato artesanal, o qual será fator de precificação do produto em seu ambiente de venda. A composição da narrativa é detida pelo mercado e seus agentes, que são os que conseguem acessar os meios de legitimação cultural. Por isso, ela pode ser construída de maneira persuasiva a seu favor, manipulando a configuração territorial.

A trovada: A tensão entre os encontros

- 3.1 Instituições de fomento ao artesanato
- ■ 3.2 Design
  - Panorama histórico do design no Brasil
  - O clamor de Lina Bo Bardi
  - O trabalho de Aloisio Magalhães
  - Deslocamento dos artefatos:
entre o imediato e o espetáculo

3.1 Instituições de Fomento ao Artesanato ■

A trovoadas: A tensão entre os encontros

Foi durante a segunda metade da década de 1990 e início dos anos 2000 que aumentou vertiginosamente a disposição de intervenções em trabalhos de comunidades artesanais tradicionais e o surgimento de instituições de fomento ao artesanato: ONGs sociais e ambientais, instituições ligadas à indústria comércio e turismo, projetos universitários entre outras.

Como uma batalha estabelecida num campo ideológico, essas instituições de fomento adotam diversas posturas no que se refere a assumir ou a recusar a diretriz produtivista sugerida pelo Programa de Artesanato Brasileiro. Há aquelas que buscam promover o trabalho do artesão de maneira que ele consiga através do trabalho os seus proventos necessários, mas de forma a manter seu trabalho tradicional como patrimônio cultural

nacional e, neste caso, os designers são convocados para resolver ordem de outra natureza que não a criativa (como maneiras de transportar os artefatos ou resolver problemas técnicos de produção), por outro lado, há instituições que trabalham com oportunidades de mercado e colocam o artesão como um empreendedor, nesses casos, como o principal objetivo é transformar o artesão num empresário, permite-se que haja a adaptação dos produtos ao gosto do mercado e, assim, designers são convidados para esse trabalho.

Embora haja nuances entre as abordagens ao artesanato tradicional, em instituições como o Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular e o projeto O Imaginário Pernambucano, prepondera-se a interferência mínima no processo artesanal, embora ofereçam o suporte necessário para sua produção e comercialização efetiva.

O Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, que faz parte do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN, desenvolve pesquisas no âmbito de documentação, catalogação e conservação da cultura folclórica e popular. O centro possui o Programa de Promoção do Artesanato de Tradição Cultural-Promoart de apoio à comunidades artesãs tradicionais, o qual teve seu projeto esboçado na década de 1990 e foi implantado entre 2009 e 2011. Após o levantamento das necessidades da comunidade, orienta-se no sentido da produção, gestão, comercialização e divulgação. Deve-se observar, que diferentemente do Programa de Artesanato Brasileiro, o Promoart insere-se, através do IPHAN, ao Ministério da Cultura, inclusive já tendo recebido o apoio financeiro do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES, portanto, desvinculado do modelo de produção empresarial.

O projeto embrionário do Promoart também deu origem a outra iniciativa ainda atuante na orientação de grupos artesanais que é o ARTESOL (Artesanato Solidário). Criado em 1998, esteve sob direção do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular/ IPHAN e passou a ser uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) no ano

de 2002. A organização declara ter como missão “apoiar a salvaguardar do fazer artesanal de tradição cultural, promovendo a autonomia dos artesãos e o desenvolvimento cultural, social e econômico de suas comunidades”²⁴. Seus objetivos versam sobre a articulação em rede da cadeia produtiva artesanal dentro dos princípios do comércio justo.

O projeto O Imaginário Pernambucano, criado em 2000, tem suas atividades como projeto de extensão da Universidade Federal de Pernambuco, é alinhado com a postura conservacionista em comunidades artesãs no âmbito criativo, embora considere a intervenção em projetos pontuais a fim de possibilitar financeiramente a continuidade da produção dos objetos tradicionais²⁵. Por isso, possui uma metodologia multidisciplinar de cinco eixos que oferece: a orientação na gestão do projeto no sentido de fortalecer o grupo a partir de acordos coletivos para a autonomia; a melhoria das condições de trabalho com consultorias técnicas; o design como proponente conjunto da comunidade para construir parte do portfólio de produtos de apelo mercadológico a fim de levantar fundos para a manutenção da comunidade; a comunicação para o público consumidor sobre os significados e valores do produto artesanal e o direcionamento para os seguimentos específicos do mercado. Essa postura pouco rígida se dá porque O Imaginário Pernambucano atua tanto em comunidades artesãs tradicionais quanto em comunidades que possuem a vocação artesanal local, mas que já perderam suas referências ancestrais, e consegue financiamento tanto por iniciativas privadas quanto públicas, admitindo incentivos de ênfase mercadológicos, mas sob cunho social e cultural.

O Sebrae é uma instituição privada, sem fins lucrativos, mantida por repasses de grandes empresas, com o objetivo de desenvolver e tornar competitivas as micro e pequenas empresas. A instituição possui, desde a segunda metade da década de 1990, uma área totalmente dedicada ao artesanato brasileiro e é a instituição mediadora entre artesãos e mercado com maior número de frentes

---

24 Disponível no site da organização (<http://arteso.org.br/institucional/>). Consulta em fevereiro de 2018.

25 Entrevista realizada com uma das coordenadoras do projeto O Imaginário Pernambucano, Ana Maria Queiroz de Andrade, em 01 de maio de 2015, na cidade do Recife com 1h e 10min. de duração.

de trabalho. A criação dessa área, que orienta o artesanato a se portar como uma empresa, de maneira mais ou menos enfática, dependendo da coordenação regional, corresponde às diretrizes governamentais que transferiu a coordenação do Programa de Artesanato Brasileiro para o Ministério da Indústria, Comércio e Turismo e, mais tarde, para a Secretaria Especial da Micro e Pequena Empresa.

A instituição disponibiliza seu posicionamento frente à questão através do termo de referência de atuação do sistema Sebrae no artesanato, publicado em 2004 e atualizado em 2010. Publicou-se em sua primeira versão, de 2004, um pequeno capítulo dedicado à reflexão sobre “o artesanato como estratégia de valorização dos territórios”²⁶ que divide-se em duas condições: o fortalecimento das cadeias produtivas e a outra centrada na valorização das condições sociais e humanas para que seja possível suportar uma condição empreendedora. No documento de 2004 o programa declara ter como missão “contribuir para o desenvolvimento sustentável do setor artesanal como estratégia de promoção cultural, econômica e social dos territórios”. Em outro tópico abordado no termo de referência, apresenta-se um alerta para a problemática da forma de intervenção de design nos produtos artesanais e do processo de perda de identificação do artesão no trabalho realizado, mesmo admitindo que o artesão deva estar sujeito às regras de mercado²⁷.

Após a atualização do termo de atuação, em 2010, essas questões referentes ao reconhecimento do trabalho artesanal como fruto da relação do artesão com o território (social e cultural) e a importância de fortalecer as redes que formam a cadeia produtiva para o desenvolvimento do setor artesanal foram descartadas, mas mantiveram-se as orientações a respeito da metodologia que deve ser aplicada nas intervenções que assemelha-se às utilizadas em empresas de lógica produtivista, considerando-se, como por exemplo, demanda de mercado, análise da concorrência e promoção mercadológica.

---

26 SEBRAE. MASCÊNE, 2004, p.15

27 Ibidem, p.19.

Embora cada coordenação regional tenha certa autonomia para lidar com a questão, o termo de referência de atuação do Sistema SEBRAE para o artesanato, que tem o objetivo de unificar as diversas posturas das ações desenvolvidas no país, indica que o viés adotado ao longo do tempo pela instituição revela que, no geral, a aliança é feita com o mercado, desconsiderando aspectos sociais formadores das comunidades artesanais tradicionais, como anunciada pela fala do gerente adjunto de comércio do Sebrae em audiência no Senado em 22/04/2015 :²⁸

Não temos uma visão do artesanato enquanto uma atividade social. Temos esse conhecimento, mas não atuamos nessa área apesar de considerarmos que ela também é muito importante [...].

Portanto, constata-se o alinhamento do SEBRAE às diretrizes econômicas produtivistas do PAB, posicionando o artesanato como fonte geradora de capital para o país.

Ainda há diversas outras iniciativas, tanto nacional quanto internacionalmente, que buscam estabelecer a ponte entre artesãos e o mercado. Principalmente no campo do design, há ações promovidas por seus profissionais, às vezes com o apoio de uma instituição mediadora, mas predominantemente de iniciativa dos próprios designers. Da mesma forma que as instituições mediadoras, eles também apresentam posturas diversas nas abordagens durante as ações de intervenção. Embora cada proposição de design adote uma metodologia de trabalho, pode observar que nos últimos anos, os designers vem adotando uma postura colaborativa de concepção dos objetos artesanais co-criando junto com os artesãos a partir de um olhar do próprio território e tradições.

Como o artesanato tradicional é uma arena fértil para o mercado, numa das propostas mais extremas de intervenção encontradas durante essa pesquisa, instituições oferecem para designers, mediante pagamento, a possibilidade de mentoria às comunidades artesanais tradicionais de economias emergentes, sem que estes

---

²⁸ Disponível em: <http://www.senado.leg.br/noticias/TV/Video.asp?v=404087>.
Consulta em 20/06/2016.

profissionais precisem fazer o trabalho no local, tudo é estabelecido virtualmente²⁹.

Assim, o trabalho do designer no processo de mercadorização de artefatos artesanais pode ser desde viabilizar tecnicamente a produção até se portar como agente legitimador durante a instância de consagração do objeto artesanal perante o mercado.

---

29 Esta é a proposta da empresa - sem fins lucrativos- nova iorquina Nest.

3.2 Design: Panorama histórico do design no Brasil ■ ■

A trovoadas: A tensão entre os encontros

A industrialização no Brasil ocorreu, de forma mais enfática, na década de 1950 e seguiu a década posterior, durante o regime ditatorial militar. A antropóloga e professora Zoy Anastassakis (2011, p.122-125) atenta sobre duas principais forças que tentavam propor o modelo econômico desenvolvimentista. Uma delas assumia uma postura autônoma pautada na defesa das riquezas nacionais e a outra propunha a associação ao capital externo. Entre os governos de Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek e mais tardar, no regime ditatorial militar, o processo de industrialização se dá gradativamente entre o investimento do Estado e do capital estrangeiro, mais tardiamente alinhando-se mais enfaticamente aos interesses do capital externo, adotando definitivamente um modelo em que o Estado brasileiro oferecia a infraestrutura para a implantação de indústrias multinacionais.

No início desse cenário, exatamente em 1951, foi criado o Instituto de Arte Contemporânea- IAC, que formou os primeiros profissionais que trabalhariam como desenhistas industriais no país. A criação do IAC estava incluída num projeto mais abrangente que previa a criação de um museu de arte moderna, que originou o Museu de Arte de São Paulo - MASP (1948), e a criação de uma revista de arquitetura, a revista Habitat (1950). Esse projeto foi articulado entre Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, empresário dono do que chegou a ser o maior conglomerado de comunicação da América Latina - o Diários Associados, e o casal italiano Lina Bo e Pietro Maria Bardi (Anastassakis, 2011, p.132).

Por meio de projetos realizados no MASP, entre exposições e cursos, propagavam-se orientações modernas européias. Alinhada da mesma maneira, a racionalidade moderna compunha a inclinação do Instituto de Arte Contemporânea do MASP, que tinha como um de seus objetivos formar profissionais competentes para projetar para a indústria paulista. A estrutura curricular do IAC recebia diretamente influências da Bauhaus.

Max Bill, designer formado pela Bauhaus e um dos fundadores da Escola Superior da Forma de Ulm (HfG-Ulm), em visita ao Brasil, convidou quatro estudantes para fazerem parte do corpo discente da escola que estava sendo inaugurada. Foram quatro: Geraldo de Barros, que por motivos pessoais declinou do convite, e não seguiu em 1954 com Almir Mavignier e Mary Vieira, que permaneceram na Europa após o curso, e Alexandre Wollner, que retornou ao Brasil. Alexandre Wollner fundou o que foi considerado o primeiro escritório de desenho industrial no país, o Forminform. Nele, Wollner era associado de Geraldo de Barros, Karl Heinz Bergmiller, Walter Macedo e Rubens Martins.

Segundo o designer e professor Dijon de Moraes (2006), a institucionalização do ensino de design no Brasil foi pautada nos referenciais racionalistas universalistas da escola de Ulm, de origem contextualizada numa Alemanha pós guerra. A primeira

escola superior de design no país, a Escola Superior de Desenho Industrial-ESDI (1962), do Rio de Janeiro, teve parte de seu corpo docente formado por diplomados de Ulm e dispensou de imediato uma possível articulação identitária cultural com a realidade e as necessidades locais, visando o futuro próximo do país que pretendia ser industrializado. Os cursos instituídos no país que sucederam a ESDI também seguiram um alinhamento similar e o mesmo aconteceu em outros países de industrialização tardia como Índia e México³⁰. Portanto, durante a institucionalização do design no Brasil não se promoveu “através do modelo funcionalista, uma decifração local de identidade significativa que proporcionasse o surgimento de um modelo autônomo (...)”³¹, embora “sabemos que existia, na época da instituição do design no Brasil, um forte desejo, e por que não dizer esperança, da parte local, junto às referências provenientes do exterior, de realizar algo de novo e de próprio que possibilitasse, mais que um reconhecimento em nível internacional, a sedimentação dos ícones e do *modus vivendi* local”³².

Dessa maneira, fica claro que a proposta dos que almejavam a fundação de um design que considerasse aspectos locais, de forma alguma negava o programa modernista. A proposta era que, enquanto o design se institucionalizava, dentro de um processo de industrialização no qual o país se dispunha ao capital estrangeiro, e em que as influências que o campo do design recebia eram pautadas na racionalidade industrial (pós guerra); também deveria se considerar aspectos vernaculares: os saberes locais, culturais, territoriais e etc.

Lina Bo Bardi, arquiteta italiana, pesquisadora da cultura material do país com ênfase na cultura popular e Aloisio Magalhães, designer gráfico, um dos fundadores da ESDI e proponente de políticas públicas acerca dos bens culturais brasileiros, foram dois agentes que promoveram o debate acerca do diálogo que o design deveria estabelecer com aspectos culturais durante sua formação. Observar a trajetória desses dois agentes, leva a compreensão do complexo e, por vezes, contraditório, fluxo envolvendo o design e suas ações

---

30 op.cit. p. 37.

31 op.cit. p. 62.

32 op.cit. p.74.

perante a cultura local, incluindo as comunidades artesanais.

A pesquisadora do campo do design de moda Ana Julia Melo Almeida (2017) observa cronologicamente a aproximação de ações de design com o artesanato no Brasil. Na linha do tempo que propõe, Lina Bo Bardi e Aloisio Magalhães se destacam como agentes de fomento ao artesanato. Além de diversas ações de fomento e proteção do campo artesanal, também é possível observar que a aproximação do design com o artesanato se consolida após 1995, ano em a diretriz estatal delega o artesanato ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio:

Figura II - Linha do tempo: Relação entre o design e o artesanato no Brasil.
Fonte: ALMEIDA, Ana Julia Melo. A relação entre design de moda e comunidades artesanais no Brasil: o projeto Moda e Artesanato do museu A Casa. Dobras. V.10, nº22, 2017

O clamor de Lina Bo Bardi

Design

Panorama histórico do design no Brasil
A trovada: A tensão entre os encontros

Lina Bo Bardi (1994, p.11) acusou o processo abrupto de industrialização brasileira de ter impossibilitado o desenvolvimento natural da cultura nacional ao dizer que uma desculturação estava em curso, e clamou ao artista ação junto ao povo. Responsabilizou o desenho industrial de não ter se colocado como força oposta à industrialização imposta, propondo soluções para problemas reais do país, tornando-o vulnerável ao capitalismo internacional.

A arquiteta, durante sua estada no Nordeste entre 1958-1964, recolheu objetos de feitura popular, que apresentou em 1963 na exposição *Civilização do Nordeste* no Museu de Arte Popular do Unhão em Salvador na Bahia. A exposição não apresentava os artefatos de maneira folclórica, mas sobre forte caráter de denúncia à capacidade inventiva da população marginalizada frente a situação de miséria. A exposição foi levada até Roma pelo Itamaraty, mas na véspera da inauguração, em janeiro de 1964, os generais ditadores brasileiros, proibiram sua abertura por considerá-la subversiva.

Lina Bo Bardi no momento anterior ao golpe de 1964, ao dirigir a restauração do Solar do Unhão, criando o Museu de Arte Moderna e o Museu de Arte Popular da Bahia que tinham a proposta de construir a experiência cultural a partir do reconhecimento da cultura popular, avistava um caminho a ser perseguido a fim de livrar o país de uma mentalidade provinciana e conseguiu, junto ao Governo do Estado, que funcionasse concomitantemente um centro de documentação arte popular, de caráter técnico, o que possibilitaria a passagem dos fazeres artesanais para o industrial de maneira conjunta. Lina ainda almejava a criação do Centro de Estudos de Trabalho Artesanal-CETA, que teria como plano de ação proporcionar o encontro entre mestres artesãos e estudantes universitários e o resultado seria a troca entre os saberes e o desenvolvimento regional. Segundo Anastassakis (2011, p.216), a criação de uma Escola de

Desenho Industrial e Artesanato estava inserida num plano de desenvolvimento do Nordeste via industrialização, devido aos contatos que Lina mantinha com a SUDENE.

As propostas de Lina para o desenvolvimento industrial menos impositivo e mais harmonioso perante a cultura brasileira foram interrompidas pelo golpe político militar de 1964 que refletiu nas atividades culturais do país no sentido de inviabilizar a “saída do estágio de colonialismo cultural”³³ aprofundando a dependência e impossibilitando o reconhecimento dos elementos culturais formadores da população brasileira.

O trabalho de Aloisio Magalhães

Design

Panorama histórico do design no Brasil

A trovada: A tensão entre os encontros

Aloisio Magalhães (1997, p.89-95) prezou pelo reconhecimento e pela conscientização coletiva dos valores culturais brasileiros porque acreditava que eles seriam capazes de propor alternativas para amortizar a dependência econômica. Por isso insistia na importância de considerar os bens culturais como instrumento para o desenvolvimento do país.

E foi com essa postura que Aloisio idealizou a criação do Centro Nacional de Referência Cultural- CNRC que se consolidou em 1975, o qual dividia os esforços de estudos em diferentes frentes. O CNRC comprometia-se com o mapeamento das atividades artesanais, com a investigação sobre aspectos sócio-culturais, estudos sobre história, ciência e tecnologia e o levantamento de documentos sobre o Brasil³⁴. Desenvolveram-se diversos projetos de pesquisa sob essas premissas, desde saberes tradicionais de comunidades de tecelões e ceramistas, artesanato indígena e também sobre o artesanato que reaproveitava sobras da sociedade industrial como aqueles já mapeados por Lina Bo Bardi e apresentados na exposição curada por ela “Civilização do Nordeste”, e também projetos multidisciplinares como o caso da preservação do caju que se manifesta, além da alimentação,

---

33 GRINOVER; RUBINO, 2009, p. 130.

34 MAGALHÃES, 1997, p.30.

também no imaginário coletivo através de canções e literatura, e era de serventia à indústria que dele extraía um subproduto (o Líquido da casca da castanha de caju- lcc) para a feitura de resina.

O caráter de trabalho do CNRC foi formado a partir das intenções das instituições que o regiam técnica e financeiramente. O centro surgiu de uma mobilização para a preservação dos valores culturais brasileiros frente ao desenvolvimento econômico e suas consequências sociais, considerando o desenho industrial como elemento formador de diretrizes. Compunham o grupo formador do centro: Severo Gomes, ministro da Indústria e Comércio, o embaixador Wladimir Murtinho secretário da Educação do Distrito Federal e o designer Aloisio Magalhães. O trabalho dos três resultou, em 1975, na criação do CNRC com o apoio da Secretaria de Planejamento da Presidência da República, do Ministério da Educação e Cultura, do Ministério das Relações Exteriores, da Caixa Econômica Federal, da Fundação Universidade de Brasília, da Fundação Cultural do Distrito Federal e, em 1978, do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e do Banco do Brasil.

Assim, através das instituições de apoio, é possível inferir o caráter essencialmente dedicado à pesquisa por envolver desde o Ministério da Educação e Cultura, a Fundação Universidade de Brasília, Aloisio Magalhães que havia sido professor de design, o CNPq, além de ter o Secretário da Educação do Distrito Federal como um de seus fundadores, o embaixador Wladimir Murtinho.

Apesar de ter, em sua composição, representantes da Indústria, como Severo Gomes ministro da Indústria e Comércio, e Aloisio Magalhães, um dos fundadores do primeiro curso de nível superior de design em 1962, a Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI; é importante frisar o posicionamento de ambos perante a importância de que o desenvolvimento industrial no país não devesse ocorrer de maneira predatória, varrendo a constituição cultural brasileira. Giberto Freire, colaborador de pesquisas no CNRC, descreveu as intenções do projeto:

[...] não apenas salvar a 'memória nacional', mas compor uma instituição capaz de exercer uma atuação dinâmica no sentido de impedir que o desenvolvimento econômico acelerado atropеле e esmague a identidade nacional e de fazer com que se preservem, nesse processo, os valores da formação cultural do país.
(FREIRE, apud FERREIRA 2015, p.111)

Aloísio Magalhães aponta para a atividade do designer:

Todos conscientes de que o chamado processo de desenvolvimento de uma cultura não se mede somente pelo progresso e pelo enriquecimento econômico, mas por um conjunto mais amplo e sutil de valores. [...]

E continua:

Aos fatores econômicos privilegiados até bem pouco foram acrescentados os fatores sociais e, já agora, a compreensão de todo cultural. O Desenho Industrial surge naturalmente como uma disciplina capaz de se responsabilizar por uma parte significativa deste processo. [...] (MAGALHÃES, 1988, p.13)

Portanto, constata-se que, durante a implantação da indústria no país, houve um exercício em curso dos intelectuais em propor o desenvolvimento econômico industrial de forma a valorizar aspectos intrínsecos culturais formadores da sociedade brasileira de forma a encontrar um caminho próprio e não impositivo de desenvolvimento.

3.3 Design

Deslocamento dos artefatos: entre o imediato e o espetáculo³⁵ ■ ■ ■

A trovoadra: A tensão entre os encontros

O termo cultura material tem sua origem no século XIX e constituiu-se a partir de um posicionamento eurocêntrico para o estudo etnológico das sociedades dominadas pelos colonizadores, classificadas como primitivas em oposição às sociedades industriais. Segundo Denis (1998, p.21), este conceito era utilizado para referenciar artefatos que não correspondiam à lógica mercantil e cujo único valor era o “de curiosidade ou de objeto de estudo antropológico”.

---

35 O conteúdo deste tópico foi apresentado no 12º Congresso de Pesquisa e Desenvolvimento em Design e publicado em seu anais, apresento-o aqui com algumas revisões. Nicoletti, Viviane Mattos; Santos, Maria Cecília Loschiavo dos; “ARTEFATOS DESLOCADOS: ENTRE A NECESSIDADE E O ESPETÁCULO”, p. 3869-3878 . In: Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 9, n. 2]. São Paulo: Blucher, 2016. ISSN 2318-6968, DOI 10.5151/despro-ped2016-0332

Embora hoje o termo cultura material tenha adquirido uma conotação mais abrangente, incluindo todos os artefatos construídos por qualquer sociedade, a visão centrista é por muitas vezes replicada pelas sociedades industrializadas, que insistem em se exaltar como sendo o ápice evolutivo da cultura material. Segundo este senso, soluções de design advém de ambientes tradicionais de pesquisa e desenvolvimento, desdenhando para o fato de que elas existam também em outros contextos. Papanek (1995, p. 223-235) atenta para o fato de que boas soluções para problemas cotidianos não necessariamente são produzidas por sociedades altamente tecnológicas, mas por qualquer outra comunidade.

Para essas comunidades, os artefatos construídos são resultantes da busca por uma melhor acomodação às hostilidades do ambiente em que se vive, seja no que tange as questões alimentares, as vestimentas adaptadas ao clima e também a proteção contra ataques de animais ferozes, ou ainda no que tange a construção de objetos de significados ritualísticos. Essas soluções podem ser alcançadas após o empenho coletivo e então perpetuadas por gerações, inserindo-se no imaginário coletivo, realizando-se na feitura habitual dos artefatos e assim, tornando-se parte do conhecimento tradicional da comunidade. O fazer artesanal por situar-se no âmago das relações sociais, por seu caráter de feitura coletiva, também é desencadeador do reconhecimento da potencialidade de articulação conjunta, tornando-se elemento de unificação social.

Nesse contexto, a matéria prima utilizada comumente é aquela encontrada em abundância na região, podendo ser de origem natural como fibras de palmeiras, refugos industriais como retalhos de tecidos ou ainda descartes de outra sociedade como embalagens. Lina Bo Bardi, observando artefatos coletados durante as décadas de 1950 e 1960 no nordeste do país, já indicava a capacidade criadora da população brasileira e atentava para o que chamava de “pré artesanato”, que eram os objetos produzidos pela cultura popular periférica, que, como alternativa à miséria, se utilizava de materiais descartados pela

alta sociedade para a confecção de utensílios cotidianos, como por exemplo, embalagens de produtos industrializados que eram transformados em lamparinas, chaleiras, recipientes e etc. O design vernacular é resultante desse conjunto de saberes cotidianos aliados a materiais disponíveis que convergem para soluções projetuais que atendem às necessidades rotineiras de suas comunidades originárias.

Embora o conceito de design vernacular usualmente seja utilizado para referir-se a objetos feitos para assegurar necessidades imediatas de populações que vivem à margem de centros urbanos, sendo a necessidade para esses grupos de pessoas, questão de sobrevivência, as definições de quais seriam as necessidades humanas são diversas e, por isso, não devem ser reduzidas. A questão da sobrevivência pode ser aquela que origina a reflexão sobre as necessidades humanas, o que acaba dificultando a compreensão sobre seu conceito, sua desconstrução e então sua relativização, mas Fry (2009 p.62-69) ressalta que nenhum campo de conhecimento tem autoridade plena para explicar a necessidade, embora cada um apresente um modelo particular dentro de seu repertório, seja na psicologia, antropologia, economia, filosofia, história etc, resultando em um conjunto plural de respostas, tanto sob o aspecto biológico como social. Segundo o autor, classificar as necessidades como primárias ou secundárias é incabível, já que o essencial frequentemente é gerado a partir de necessidades ditas secundárias, assim, “o biológico e o social se fundem e se afetam mutuamente”.

A existência humana afastou-se da natureza, rompeu com a ideia de que essa tudo poderia prover, deixou de ser regida pelo instinto de preservação e redefiniu o “sistema de necessidades”³⁶, que passou a ocupar o plano simbólico. Dessa maneira, as necessidades biofísicas passam a ser visualizadas através de construções culturais, ou seja, a cultura desnaturalizou a necessidade e a inseriu em um novo campo de atuação. Portanto “o sistema humano de necessidades, em todas as culturas, é uma

---

36 Foi Hegel que rompeu com antigas definições sobre as necessidades e definiu a sociedade civil como um “sistema de necessidades” que encontra seus proventos de subsistência nas trocas mercantis. (OUTHWAITE et al, Dicionário do pensamento social do século XX, p.519).

unidade indissolúvel de correlações materiais e simbólicas”³⁷. Assim, torna-se possível, a partir de uma análise da cultura material, permear os valores constitutivos das necessidades de qualquer sociedade.

Podendo o sistema humano de necessidades ser inferido por meio da relação de sua cultura material com seus significados sociais, Baudrillard (1981, p.85 apud DANT, 1999, p.50) indica que os objetos são portadores de significados e correspondem-se entre si de acordo com um código previamente construído e hierarquizado socioculturalmente para serem inseridos num sistema em que o valor simbólico excede suas capacidades funcionais através de uma “estratégia de desejos”. Essa estratégia é utilizada para impor necessidades aos consumidores, nas quais figuram as representações simbólicas do objeto. Assim, um artefato pode ter seu valor atribuído pelo seu significado dentro de determinado contexto sociocultural ao invés de tê-lo atrelado às suas funções inerentes:

*(...). As necessidades não podem ser derivadas de uma noção humanista de indivíduo livre, não alienado e social, impulsionado pelo desejo ou prazer ou mesmo por algumas necessidades essenciais. As necessidades dos consumidores são mobilizadas dentro dos indivíduos pela “estratégia do desejo”, um efeito ideológico do sistema social alcançado através da troca generalizada de signos. É através da circulação dos objetos como signos de que a qualidade ou o valor de uso dos objetos é distinguido. (DANT, 1999, p.50.)*³⁸

Essa estratégia se mostra eficaz por se destinar a uma sociedade que pauta seu expoente de representação em seus artefatos (produção material e simbólica) e os utiliza com o objetivo de fazer mediações sociais, dessa maneira as mercadorias viabilizam

---

37 LEISS, The limits of satisfaction, 1778, p.74 apud FRY, 2009, p.70-71.

38 Tradução minha, no original: [...]. Needs cannot be derived from a humanistic notion of free, unalienated, asocial individual driven by craving or pleasure or even by some essential needs. Consumer needs are mobilized within individuals by 'strategy of desire', an ideological effect of the social system achieved through the generalized exchange of sign. It is through the circulation of objects as signs that the quality or use-value of objects is distinguished. (DANT, 1999, p.50.)

a composição de identidades dos indivíduos. À medida que as culturas nacionais entram em contato com influências globalizadoras, as identidades tendem a ser partilhadas e, segundo Stuart Hall (2015, p. 42-44), é exatamente através do consumo que essa partilha identitária é viabilizada.

Dessa maneira impõe-se uma vida social na qual a expressão individual é mediada pelo mercado. Apesar de ser disponibilizado pelo consumo opções de elementos constitutivos de identidades, o autor enfatiza que esse processo de fragmentação utilizado pela globalização, que oferece algumas identidades para que as pessoas encontrem correspondência de seus anseios, contribui para a “homogeneização cultural” construindo um grande “supermercado cultural”. Stuart Hall pontua que a globalização associa-se às dinâmicas de “re-localização”, apropriando-se de peculiaridades locais.

Portanto, o sistema de necessidades da sociedade de consumo é composto pelos significados dos objetos que compõe sua cultura material, previamente calculada por um projeto globalizador.

Na sociedade de consumo, a relação com a troca de referenciais de representação se torna frenética à medida que seus produtos são projetados para terem validade prevista material e ideologicamente. Por isso, os designers assumem lugar de excelência, já que são aqueles que projetam os artefatos que compõe a cultura material (DANT, 1999, p.50). A partir da construção cultural da necessidade contextualizada à sociedade de consumo, Leiss (1978, p.74 apud FRY, 2009, p.71) indica que o design, como articulador, pode se portar como proponente de necessidades e manipular as respostas correspondentes de acordo com interesses específicos.

Sobre essa faceta do design, Flusser (2007, p. 182) nos recorda que a palavra design, no atual discurso da cultura, ocorre num contexto de “astúcia e fraudes”, sendo o designer um “conspirador malicioso que se dedica a engendrar armadilhas”. E continua com a citação da contestação que Platão faz contra a arte e a técnica, as quais seriam impostoras das ideias “pois seduzem maliciosamente os homens a contemplar idéias deformadas”.

Bonsiepe (2011, p.18), por sua vez, indica que o desgaste do termo design fez com que seu significado tenha se descolado de seu referencial à prática projetual para ser associado aos interesses do marketing. E justamente pelo fato dos objetos serem portadores de significados, para atender a fins comerciais, o design foi reduzido ao styling e transformado em instrumento de espetáculo para atração midiática.

Desta maneira, podemos inferir que quando o designer se porta como mediador entre objetos, incluindo os originários de comunidades artesãs, e a sociedade de consumo, ele é capaz de resignificar as intenções inerentes daqueles artefatos e apelar para os anseios dos consumidores.

Vale ressaltar que a capacidade do designer não se restringe a imbuir significado ao produto, mas sim de significar todo o ciclo do artefato. Philippe Steiner (2017, p.122) indica que o interesse de ordem simbólica não se esgota em seus signos nem em suas relações sociais, ele se acumula e constitui um capital simbólico, que aumenta enquanto “crédito social, capital de confiança, de reputação” e que, portanto, não há ato desinteressado.

A estratégia de mercadorização de artefatos vernaculares previamente significados por designers, atende a uma estratégia de apropriação pelo capital. Stuart Hall (2015, p.45-51) apresenta três qualificações acerca das críticas ao processo de homogeneização promovido pela globalização. Uma dessas qualificações considera que essas manifestações locais são fragmentos da cultura global e sua apropriação se dá quando são mercantilizadas e oferecidas como objetos de fascinação para um pré determinado “nicho de mercado”, e que portanto, ao invés de substituir a cultura local, é mais vantajoso oferecer essa cultura local para ser consumida globalmente:

[...] parece improvável que a globalização vá simplesmente destruir as identidades nacionais. É mais provável que ela vá produzir, simultaneamente, novas identificações 'globais' e novas identificações 'locais'. (HALL, 2015, p.45).

Objetos artesanais possuem sua lógica de feitura original, que outrora correspondia a solucionar um problema rotineiro, deslocada para atender “significados alheios à sua natureza intrínseca” (DENIS, 1998, p.17), correspondendo aos anseios da sociedade de consumo. O ato de investir ao objeto outros significados que não são inerentes à si é chamado de fetichismo, termo que tem sua origem etimológica no sentido de feitiço, referindo-se aos rituais que utilizam de objetos inanimados atribuídos de poderes mágicos (DENIS, 1998, p.25), mas que foi introduzido na crítica cultural por Karl Marx. Para o autor, a partir da conceituação do valor de uso e o de troca, conclui que o objeto fetichizado é aquele que, como um objeto mágico, transcende seus referenciais originais, seu processo de confecção e atinge uma existência plena descolada das relações sociais.

O valor de uso de um objeto deriva de sua utilidade e, portanto, de seu consumo. Nele também está associada a quantidade de trabalho empregada em sua produção e por isso “mercadorias que contêm iguais quantidades de trabalho, ou que podem ser produzidas no mesmo tempo de trabalho, possuem, conseqüentemente, valor da mesma magnitude” (MARX, 2014, p. 61). Mas, Marx atenta para o fato de que quem produz para seu próprio consumo gera valor de uso mas não mercadorias porque estas só assim são consideradas “por sua duplicidade, por serem ao mesmo tempo objetos úteis e veículos de valor” (ibid, 2014, p.69). Assim, a mercadoria estabelece relações entre o valor de uso, da qual é iminentemente portadora, e o valor de troca já que referencia-se a outras mercadorias, de espécies diferentes, que podem ser permutadas entre si. Desta forma, a mercadoria explora o potencial de relações que esses objetos podem estabelecer.

A mercadoria é resultante da quantidade de trabalho empregada em sua produção, mas quando se apresenta ao mercado, acaba por omitir a relação social de quem produz e de quem se apropria, reduzindo a relação entre coisas físicas e adquirindo existência plena, como se tivesse metafisicamente se manifestado no plano sensível. Marx refere-se a esse processo de volatilização das relações sociais implícitas nas mercadorias como fetichismo do objeto. Há uma aparente incoerência no processo de

espetacularização do artefato artesanal, já que a interpretação marxista de fetiche do objeto conclui que as mercadorias existem descoladas das relações sociais necessárias para sua produção, enquanto os objetos artesanais utilizam-se do imaginário local originário como apelo de venda. Essa incoerência é desfeita quando constata-se que o imaginário territorial é manipulado de acordo com os anseios dos consumidores e afirmado pelo discurso do designer, que faz a mediação entre os artefatos artesanais e o público alvo, portanto, faz parte do projeto de design imbuir o produto artesanal de significados que remetam, mesmo que ficcionalmente, à sua localidade de origem.

Assim, Denis (1998) interpreta o conceito de fetichismo do objeto marxista como sendo uma “abordagem da teoria econômica que explica a atribuição de um valor transcendental a certos objetos (mercadorias)”. E define o fetichismo como:

[...] o ato de investir os objetos de significados que não lhes são inerentes. É a ação respectivamente espiritual, ideológica e psíquica de acrescentar valor simbólico à mera existência concreta de artefatos materiais: ou seja, de dar uma outra vida, estranha, às coisas.
(DENIS, 1998, p.28)

Se, na sociedade de consumo vivem-se relações sociais mediadas por mercadorias, Debord (1997, p.30) define o espetáculo como o “momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social”. Não só o artefato artesanal, inserido nessa sociedade é apresentado como mercadoria, mas também as relações sociais envolvidas no processo de mercadorização e precificação desses bens. Além do produto, vende-se: a imagem do artesão, o seu modo de interpretar o tempo, os vínculos afetivos entre as pessoas que compõem a comunidade artesã, as manifestações da natureza que atingem seu povoado e, acima de tudo, se oferece ao consumidor urbano a possibilidade de manter esse cenário através do consumo dos produtos originários dessas regiões.

A natureza do bem artesanal é composta pela sua história de circulação, a qual comporta sua dimensão social e cultural, referentes ao imaginário territorial originário incluindo sua conjuntura econômica e social e também as relações de troca dentro da própria comunidade como os saberes passados por gerações. A história de circulação também inclui as relações estabelecidas entre seus agentes sociais, no caso, os designers, instituições mediadoras e os artesãos, somando capital simbólico ao processo.

Dessa maneira, conclui-se que são transformadas em mercadorias, não apenas o resultado do trabalho do artesão, que é o artefato artesanal, mas também sua imagem, seu território e suas relações sociais. Assim, o artesão tem sua vida mercadorizada.

A promessa de chuva: O mercado de luxo

- 4.1 O domínio pelo prestígio
- ■ 4.2 A consagração cultural
- ■ ■ 4.3 O luxo e o artesanato

4.1 O domínio pelo prestígio ■

A promessa de chuva: O mercado de luxo

O antropólogo Marcel Mauss (2017), enquanto observa formas arcaicas de contratos sociais, relata que em rituais de rivalidade as riquezas são destruídas para ofuscar os chefes adversários, num gesto de poder. Esse ato firma hierarquias de modo agressivo. De outro modo, a rivalidade também pode se apresentar de forma pacífica por meio da troca de bens que chama de dádiva. A honra e o prestígio são adquiridos ou mantidos no desafio da prestação e da obrigação da contraprestação em que, ao se ofertar, incita-se a retribuição. Esse ciclo estabelece o equilíbrio social. A importância do sistema de honra contido nas trocas resulta na tensão existente no sistema de prestações e contraprestações no ciclo da dádiva, ocasionando em condutas rigidamente estabelecidas “sob pena de guerra privada ou pública”³⁹.

A suntuosidade no ato de destruir riquezas ou de desafiar outros agentes sociais pelas trocas na forma de dádiva vem da ordem do dispêndio. O filósofo Gilles Lipovetsky

---

39 MAUSS, 2017, p.197.

(2005 p.27) indica que nessa guerra simbólica do que chama de desentesouramento é que origina-se o luxo, que se faz em meio a tensões: ora por afirmação de poder e domínio, ora, em meio à guerra simbólica com o intuito de manter-se o equilíbrio para a obtenção de paz.

O autor nos revela que o luxo gerado pelo dispêndio já se compunha na instável vida paleolítica da qual não havia seguridades alimentares. O luxo está no consumo imediato da caça e da coleta à margem da incerteza alimentar futura, está nos adornos dos quais tem sua feitura tomando tempo de aprimoramento da técnica aplicada na confecção das ferramentas que otimizariam a caça. O luxo portanto nasce na afirmação de domínio de uma situação que na verdade é instável, ao não demonstrar preocupações com a previdência, situando esse homem paleolítico no limiar da sobrevivência. Gilles Lipovetsky (2005, p.22) atenta para que antes do luxo assumir a cultura material, ele foi um ato cultural regido pelo “espírito do dispêndio” numa afirmação da capacidade de domínio da transcendência humana sobre a animalidade.

A dádiva cerimonial, em formato de banquetes e festas, demonstra autoridade e poder ao despender riquezas. De maneira mais extrema, está a destruição das próprias riquezas acumuladas com a finalidade de aumentar o prestígio social, sempre num tom de rivalidade com os demais componentes da sociedade (MAUSS, 2017, p.199). Dessa forma, o luxo é concebido pelo prestígio acumulado, configurando-se não pela posse da riqueza material, mas pelo seu consumo.

O consumo da riqueza, para obtenção de prestígio, permeia os valores sociais em diversas configurações, ainda na forma de dádiva. Como exemplo, patrocínios das mais diversas causas em que o tom filantrópico se apresenta, ou oferecimento de banquetes em troca de favores, onde as esferas sociais e políticas, públicas e privadas, se mesclam.

Portanto, a inserção do artesanato tradicional no mercado de luxo, sob o pretexto da dádiva, está inserido numa lógica de prestação e contraprestação entre seus agentes. O mercado de luxo exerce poder e domínio a fim de obter prestígio e honra.

4.2 A consagração cultural ■ ■

A promessa de chuva: O mercado de luxo

Nas sociedades aristocráticas, os “signos faustosos”⁴⁰ são utilizados para demonstrar a superioridade sobre os demais, consolidando a tensão em meio a diferença social. A cultura material passa a ser o dispositivo utilizado para encarnar o “espírito do dispêndio”⁴¹ através do colecionismo e do mecenato. Neste momento começa a figurar o artista que é aquele que compõe a cultura material da elite social e que retrata a sua glória. A cultura humanista rompe com a esfera espiritual e centra-se no indivíduo, mesmo deslocamento feito pelo artista que ao invés de retratar um imaginário de eternidades espirituais, eterniza a glória e honra da aristocracia e depois da burguesia.

---

40 LIPOVETSKY, 2005, p.34

41 Iden.

A figura dessas personalidades que viabilizam as opulências das elites através da cultura material, não se restringe apenas aos artistas visuais que possuíam certo prestígio social, mas também aos artesãos e aos costureiros em que até o século XIX situavam-se à sombra da família que serviam⁴². Mas a racionalidade industrial acabou por tomar lugar em seus fazeres, o costureiro artesão ao adotar moldes de costura como padrão, realizando somente os ajustes necessários em sua clientela, torna-se livre para a criação e passa a ser reconhecido por essa habilidade.

Já na metade do século XIX o universo do luxo tem em suas casas o nome de seu fundador associado ao prestígio de uma grife. Lipovetsky (2005,p.43) relata o percurso do costureiro, que na metade do século XIX, deixa de ser um “artesão obscuro” e passa a ser um “artista sublime”, cheio de notoriedade apresentando à sociedade um renome prestigiado. Muito além de um produto de alta qualidade técnica, atrela-se esse renome à composição da marca. Aqui nasce uma das características do universo dos produtos e serviços de luxo: o nome de um criador de prestígio social que legitima a presença de seu produto no alto circuito de comércio.

Embora esse cenário histórico europeizado, aparente estar descolado de uma realidade latinoamericana, afinal, não há casas tradicionais de feitura de artigos de luxo em nossa tradição⁴³; a postura do mercado de luxo adequou-se aos novos padrões de consumo global o que permitiu sua expansão. Ele deixou de ser gerido por uma estrutura local e familiar e inseriu-se na lógica do capitalismo industrial e financeiro, globalizado, mas mantendo-se calcado em seus elementos seminais. A introdução dessas casas tradicionais ao novo cenário econômico impôs a lógica produtivista ao saber fazer tradicional (LIPOVETSKY, 2005 p.15 e ROUX, 2005, p.90).

---

42 Ibidem p.42.

43 A arquiteta e pesquisadora da cultura material brasileira Lina Bo Bardi (1994, p.12), declarou que não havia no país uma tradição artesã de maneira a formar um “corpo social” como havia existido na Europa, argumentando que o que havia especificamente no Brasil era um pré-artesanato e alguma “imigração rala de artesãos ibéricos ou italianos e, no final do século XIX, manufaturas”.

O luxo ingressou na chamada indústria criativa, mas estruturado em suas origens: “o feito a mão, o sob medida, a qualidade e não a quantidade, o *savoir-faire*”⁴⁴, além do renome de um criador, que muito além da coleção, confere prestígio ao nome da marca. Serão esses elementos que permitirão que o artesanato tradicional adentre esse universo do luxo. O objeto artesanal que frequenta o mesmo ambiente que objetos de luxo, possuem sua feitura manual, uma qualidade aprimorada por gerações, baixa quantidade disponível devido à sua lógica produtiva, o *savoir-faire* específico e, as vezes, exclusivo e o designer, proponente da cultura material atual, como criador estético ou legitimador desses objetos. Vale ressaltar que não necessariamente o objeto de feitura artesanal tradicional são comercializados por valores equiparados aos objetos consagrados pelas marcas de grifes ou ainda que representem os significados totalizadores do ambiente no qual está exposto.

A variedade de artigos que frequentam os ambientes expositivos de luxo pode ser justificada pela financeirização do setor nas últimas décadas, que deixou de ser conduzido por empresas familiares semi-artesanais reordenando-se em conglomerados. Um dos exemplo mais significantes desse cenário do mercado é da holding LVMH, que declara deter mais de setenta dessas casas tradicionais de luxo em seis diferentes setores das quais, dentre outras, estão as marcas Christian Dior, Givenchy, Louis Vuitton, Guerlain e Bvlgari⁴⁵. Observando essa recente postura financeiramente expansionista do mercado de luxo, Gilles Lipovetsky (2005 p.14) indica que as principais causas que favorecem essa nova configuração são “a emergência de novas classes abastadas, a globalização e a abertura da lista dos países relacionados com o consumo de luxo”. Segundo a pesquisadora de gestão, Elyette Roux (2005, p.94), a lógica produtivista que atingiu o setor, “democratizou” o luxo visando atingir compradores ocasionais e oferecendo produtos específicos para satisfazer a vontade da parte mais elitista que há em cada um desses consumidores.

---

44 LIPOVETSKY, 2005, p. 44.

45 Disponível em <https://www.lvmh.com/>. Consulta em setembro de 2016.

Se historicamente o luxo transfigurou-se em diversos dispositivos, sendo em forma de honras e presentes, serviços para a aristocracia, obras de arte entre outros, em seu ciclo moderno, o luxo tem na cultura seu caminho a ser percorrido para que chegue a forma como o conhecemos hoje.

O bem de luxo é, acima de tudo, um bem simbólico, e o desenvolvimento de seu sistema de produção é paralelo a um processo de diferenciação no qual o princípio reside na diversidade dos públicos aos quais as diferentes categorias de produtores destinam seus produtos, cujas condições de possibilidades residem na própria natureza dos bens simbólicos. Estes bens constituem realidades com dupla face – mercadorias e significações –, dos quais o valor propriamente cultural e valor mercantil subsistem relativamente independentes, mesmo nos casos em que a sanção econômica reafirma a consagração cultural (BOURDIEU, 2013, p.102-103).

Assim, a dinâmica do consumo de produtos advindos de ambiente culturalmente construídos para a sacração de seus frequentadores, existe como distinção de classe, mas não se finda nessa pretensão. Existe uma dimensão particular e afetiva que direciona a postura dos consumidores, há uma condição moral que se apresenta.

4.3 O luxo e o artesanato ■ ■ ■

A promessa de chuva: O mercado de luxo

Segundo a pesquisadora e designer Lia Krucken (2009, p.26), a qualidade percebida de um produto pelo consumidor, que é o conjunto resultante da qualidade esperada e da experimentada, é resultado de seis dimensões de valor⁴⁶ das quais podem-se destacar a de “valor simbólico e cultural” e a de “valor social”. O “valor simbólico e cultural” é construído no discurso de importância daquelas peças no sistema de produção do povoado em que são feitas, evocando um território tradicional do qual o domínio do ato de saber fazer artesanal está intimamente inserido na dinâmica social daquela comunidade. Já o “valor social” manifesta-se no discurso de que, através da inserção daqueles artesãos numa lógica mercantilizada e globalizada, será possível a transformação da realidade social e econômica do povoado em que vivem, apelando aos valores morais dos possíveis compradores.

---

46 Essas dimensões de valor são: valor funcional, valor emocional, valor ambiental, valor simbólico e cultural, valor social e valor econômico.

Acrescido a isso, a aquisição de artefatos originários de sociedades que possuem sua economia estruturada pelas relações produtivas tradicionais, segundo Lipovetsky (2004, p.90), atinge diretamente o consumidor. O autor declara que “o ‘autêntico’ tem sobre as nossas sensibilidades um efeito tranquilizador: os produtos à ‘moda antiga’, associados a um imaginário de proximidade, de convivialidade, de bons e velhos tempos (a aldeia, o artesão, o amor ao ofício), vêm exorcizar o desassossego dos neoconsumidores obcecados [...]”. Dessa maneira, o consumo desses produtos é invocado por uma relação de oposição à situação rotineira vivida principalmente nos centros urbanos.

Portanto, o mercado de luxo que circula produtos originários de comunidades artesãs configura-se baseado no fator raridade, já que esses produtos apresentam-se ao circuito como vindos de terras longínquas de difícil acesso, executadas minuciosamente por mãos que herdaram o conhecimento de feitura de gerações passadas num ambiente em que as relações sociais fazem-se presentes na aplicação dos fazeres e por isso, dispõe de poucas peças, por ter sido executado em um tempo de convívio, diferente do regido pela indústria.

Obviamente esse cenário não necessariamente corresponde à realidade, mas ele encarna o objeto em seu posto de venda, agregando capital simbólico aos mediadores que fazem a ponte entre a comunidade artesã e o consumidor. Este por sua vez, encontra apaziguamento à sua moral, que embora frequente um mercado regido pelo dispêndio, pode adquirir produtos que, aparentemente, contribuem para o desenvolvimento financeiro de uma comunidade fazendo com que aquele território possa ser preservado.

Se o luxo historicamente se construiu através da tensão, seja por demonstração de domínio e poder, seja para alcançar a paz através da dádiva, a relação entre a comunidade artesã e o mercado de luxo não poderia ser diferente.

Estabelece-se a tensão ao oferecer ao consumidor, através da compra, o poder de controlar os rumos daquela comunidade que dispõe seus artefatos. A compra é a dádiva prestada, a contraprestação é a moral tranquilizada, e dessa resolução obtém-se a paz. Por outro lado, a permissão dada pelo mercado de luxo para que objetos feitos por artesãos frequentem seus espaços, não seria uma demonstração de domínio e poder sobre a situação da comunidade artesã a fim de ganhar prestígio perante seus frequentadores?

Como a água cai em três territórios: Observações em campo

- 5.1 O artesanato como uma arena para o mercado: A inventividade no trato com a madeira a serviço do colecionismo
- ■ 5.2 O design como legitimador: Bonecas de pano que protagonizam produtos de design assinado
- ■ ■ 5.3 O design como colaborador: O que levam e trazem as cestarias do alto circuito de design.

Dentre todas as possibilidades, neste capítulo que se destina a relatos de campo, exponho três experiências em três comunidades artesanais tradicionais distintas. A partir do recorte desta pesquisa, que trata de relações mediadas por designers e que atendam ao mercado de luxo, a escolha dessas comunidades se deu a fim de abordar três diferentes posturas do design.

Na primeira comunidade escolhida, o povoado da Ilha do Ferro, a ação de design realizou-se num contexto em que a comunidade já estava aberta aos domínios do mercado, dispondo-se em realizar as exigências impostas. Assim, o artesanato se configura como uma arena para o mercado e o design colabora para reforçar essa relação.

A segunda comunidade, localizada no povoado de Riacho Fundo, é de uma ação em que não houve intervenção formal nos artefatos tradicionais e o design atuou como ponte para deslocar o artesanato de sua condição primária para uma arena do mercado até então desconhecida e que foi parcialmente rompida após a ausência da atuação do design.

A terceira refere-se a ações ocorridas no povoado de Várzea Queimada em que a proposição de design considerou as relações sociais e econômicas envolvidas no processo de deslocamento dos artefatos para novos mercados, além de seus desdobramentos, alternando entre interesses, colaborando ora com o mercado, ora com a comunidade artesã.

Figura III - Ilustração do cais de acesso ao povoado da Ilha do Ferro

5.1 O artesanato como uma arena para o mercado: A inventividade no trato com a madeira a serviço do colecionismo ■

Como a água cai em três territórios: Observações em campo

Bonsiepe (2011, p.62) quando define a postura produtivista do design perante o artesanato, indica que ela aproveita-se da mão de obra especializada dos artesãos e inspira-se na cultura local para que produzam objetos assinados pelos designers. A comunidade artesã, relatada a seguir, já vivia disposta às investidas do mercado e a ação de design propôs parceria entre designers e artesãos, inserindo técnicas desconhecidas além de elementos formais e culturais não presentes na rotina de feitura dos artesãos. O retorno sob forma de holofote na comunidade artesanal é reconhecida como ineficiente pelos próprios artesãos por ser lenta e as vezes não significarem retornos palpáveis já que segue a lógica de especulação presente especialmente no mercado de arte.

Figura IV - Ilustração da vista por satélite do território em que o povoado da Ilha do Ferro se localiza.

Comunidade de artesanato e arte popular do Povoado da Ilha do Ferro

Pão de Açúcar - Alagoas - Projeto Afluentes

A comunidade do município de Pão de Açúcar dista 240 km da capital alagoana e tem parte de sua formação histórica, econômica, social e cultural regida pelas águas do Velho Chico, já que, devido ao difícil acesso pela estrada de terra, que corta a paisagem seca e espinhenta da caatinga, a comunidade se formou em torno dos proventos obtidos a partir do rio.

Ao se chegar pelo rio, a primeira construção que se observa é a da associação de bordadeiras Arte Ilha. Essas mulheres são famosas pelo seu ponto chamado de Boa Noite. Embora elas não saibam explicar a origem exata do bordado, especulam que tenha chegado com os primeiros habitantes do lugar e adquirindo características próprias ao longo do tempo⁴⁷ nas mãos das mulheres que ali vivem. A cooperativa delas, fundada em 1998 com o apoio da Artesol e do projeto Pronager, é consolidada e tem clientes fiéis. A associação de bordadeiras já recebeu algumas intervenções de design, que, dentre outros trabalhos, simplificaram a execução do bordado, reduzindo o tempo de confecção das peças, barateando o produto final. Essas peças modificadas fazem parte do portfólio de venda, juntamente com os artigos tradicionais.

Já os homens, que não encontram na pesca a segurança de outros tempos, devido a obras ao longo do Rio que modificaram sua dinâmica, encontraram outras aplicações para os saberes com o trato com as madeiras disponíveis em seu entorno.

A tradição na lida com a madeira para construção de carroças de boi, telhados das casas e para a construção de canoas de tolda, utilizadas no transporte de mercadorias, ou ainda nas que levam e trazem os homens da pesca, está na comunidade desde tempos em não se sabe indicar a origem. A transformação

---

⁴⁷ Esta informação foi dita oralmente pelas mulheres da associação de bordadeiras a mim. Indicaram que há investigações sendo feita por agentes do Sebrae no sentido de confirmar que o bordado Boa Noite é originário da região para que seja declarado como patrimônio do local, e assim, protegido.

da madeira em peças mais corriqueiras como brinquedos, utensílios domésticos e ex-votos (também chamados de promessas pelos artesãos) exigia menos esforço quando executada em madeiras menos densas. Assim, a construção de barquinhos de brinquedo pelas crianças aparecem em diversos relatos dos artesãos como sendo a primeira peça executada, o que garantiu a transmissão da habilidade entre gerações.

Um primeiro artesão do povoado começou a confeccionar peças menores como cangaias e tamancos, além dos barcos de brinquedos, para vender em feiras e lojas nas cidades vizinhas: Propriá, Penedo e Colégio. Um segundo artesão produzia *banquetas* com os galhos retorcidos que faziam as vezes dos pés que pareciam prontos para caminhar sozinhos e vendia para atravessadores que destinavam à lojistas em Maceió.

Ao longo do tempo a inventividade deu lugar ao lúdico e as peças deixaram de ser utilitárias. Dos galhos retorcidos originaram-se animais da fauna local e também de animais imaginados. Essas peças logo atraíram a atenção de entusiastas de arte popular.

Esse novo público comprador coincidiu com épocas desfavoráveis para a pesca que se tornavam mais frequentes e o trabalho com a madeira mais mole começou a adquirir maior importância econômica para a comunidade. A transposição do rio e a construção de barragens, iniciada com a Barragem de Xingó em 1994, impediu que a pesca continuasse a ser o único meio de subsistência para os pescadores desse povoado. O Estado diz que as obras não afetam a dinâmica do rio e querem provas mandando agentes para pesar o resultado da pesca:

Figura V - Ilustração de banqueta comumente encontrada por toda a Ilha do Ferro.

Se for viver da pesca hoje morre de fome, ninguém sobrevive só da pesca hoje, aí o governo chega aí, fala que tem que pescar não sei quantos quilos de peixe por mês, aí eu falo: Ô seu filho do cabrunco, fui até mal educado que as vezes tem que ser, vocês peguem uma rede e vamos lá pescar no rio pra vocês arrumarem o que comer hoje. Basta vocês arrumarem comida pra um dia só no rio! -Mas não é assim, vocês que tem conhecimento! -Sim, a gente tem o conhecimento que o rio tá poluído cheio de lodo. Acabou, o rio está morto. Uma semana dessas fui pescar, não chorei porque infelizmente diz que o homem não chora, eu coloquei a rede dentro da água, a rede tava no rio. Eu coloquei a rede dentro d'água e quando eu tirei a rede eu quase afundo o barco de lodo e não peguei nada, eu olhei assim e pensei: como que eu sou obrigado a pegar peixe e pesar numa balança? Eu não sei mergulhar com arpão e pegar peixe, é predatório, é proibido!
(Petrônio, pescador, agricultor e escultor)

Assim, a venda dessas peças começaram a tomar cada vez maior importância econômica na vida do povoado. Embora hoje a maioria dos artesãos não viva exclusivamente da venda desses artefatos, eles compõem parte muito significativa da renda familiar. A forte inspiração na fauna e flora local, aliadas às formas dos troncos e raízes trazidos pelo São Francisco ou encontrados na caatinga que rodeia o povoado, chamados de madeira morta, inspiraram os artesãos a produzirem peças de forte apelo imaginário.

O estímulo e suporte para o desenvolvimento do ofício, por parte do Estado, através de programas específicos ou feiras promovidas é apontado pelos artesãos como principal ação de viabilização para a profissionalização do setor no local, mas extremamente instável pela troca de posicionamento das prefeituras de acordo com as eleições. Ações do Sebrae, instituição já atuante no povoado devido ao bordado Meia Noite, foram desenvolvidas com os homens que trabalham com a madeira no sentido de promover economicamente o ofício. Dentre as ações, o Sebrae em parceria com o Governo do Estado, identificou com placas as casas dos artesãos para facilitar a venda para os escassos turistas que passam pelo local em busca das peças. Embora a criação de uma associação tenha sido sugerida, ela foi recusada pela maioria dos artesãos que não encontram correspondência nos objetivos pessoais em relação ao trabalho com os demais.

A venda individualizada gera disputa de compradores pelos artesãos. A concorrência entre si os colocam numa posição enfaticamente suscetível ao domínio do mercado. É comum ouvir relato dos artesãos sobre diretrizes a serem executadas sobre confecção e detalhes de acabamento, como cores a serem utilizadas na pintura das peças, dada pelos colecionadores de arte popular e assim, somente a execução fica a cargo dos artesãos. Dessa maneira, os saberes artesanais são apropriados pelo mercado e a comunidade artesanal serve como uma arena para a realização de artefatos que se dispõem ao mercado.

A violência simbólica empregada na disputa por mercados, que se materializa em pequenas sabotagens para manter compradores afastados dos ateliers de outros artesãos, presenciadas por mim, acabam paralisando cada vez mais um movimento em direção a uma organização coletiva, embora todos os artesãos entrevistados abordem a criação de uma cooperativa como um meio para expansão dos negócios.

Esta postura, no sentido de sufocar as existências de outros artesãos para se destacar perante o mercado, ocorre também sobre uma perspectiva de gênero. Embora a comunidade forneça artefatos esculpidos em madeira para colecionadores há quase quarenta anos, é o aprendizado do bordado Meia Noite que se destina as moças. É possível encontrar o contato do trabalho feminino com as esculturas de madeira no seio familiar, mas somente como auxiliar do artesão que assinará a peça e se realiza principalmente na parte de acabamento como escolha de cores ou pintura das peças.

Mas há um contraponto: já é possível flagrar a primeira mulher artesã, que rompe com a lógica masculina, e se dedica a inventar e esculpir em madeira e começa a apresentar suas peças para o mercado. Camille é nascida na mais tradicional família de artesãos do local e compõe a terceira geração que produz peças de arte popular. Presenciei outros artesãos falando com desdém

sobre seu trabalho, mas ela segue firme em suas investigações formais para conquistar seu lugar no mercado.

Uma organização social do trabalho um pouco diferente pode ser encontrada em um outro núcleo de artesãos, que trabalham igualmente com a madeira, mas que vivem poucos quilômetros afastados do povoado da Ilha do Ferro numa área de assentamento do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra- MST. Ali o grupo de artesãos se divide por habilidades. Há o artesão que se dedica a entalhar figuras da fauna, pequenas, delicadas e detalhadas; o que produz imagens lúdicas agigantadas; o que cria bancos e etc. O grupo estimula outros homens a descobrirem habilidades próprias a fim de aumentar a variedade de estilos oferecidas ao mercado. Além do público tradicional de colecionadores e turistas, a venda também é feita em grandes feiras promovidas pelo MST- a Feira da Reforma Agrária. Essas feiras são ansiosamente esperadas, já que proveem a maior parte das vendas anuais desses artesãos.

Sendo os colecionadores, neste caso, a elite detentora da legitimação cultural apontada por Bourdieu (2011, p.106), o interesse na divulgação do trabalho dos artesãos está também ligado a valorização mercadológica do nome do artesão para a consequente especulação das coleções particulares: ação comum no campo da arte.

Há uma questão de posicionamento mercadológico ao se negar a utilização do termo artesão e assumir o termo artista. Embora o termo artesão carregue suas referências no que diz respeito aos saberes transmitidos geracionalmente e preservados através do ofício, e que são explicitamente empregados na execução das peças de arte popular da Ilha do Ferro, ao assumir a postura de artista, assume-se alinhamento com o capitalismo artista (Lipovetsky, 2015, p.70) que é aquele que submete a arte à ansios mercadológicos para agregar valor às peças. Friso que esse discurso não só é apresentado pelos colecionadores e designers, mas também é verbalizado por parte dos próprios artesãos que eventualmente se apresentam como artistas.

Essa postura a respeito da auto identificação profissional revela o quanto o discurso do mercado encontrou aderência em meio àqueles

trabalhadores. Ao omitirem um título que remete a tradição, apresentando-se como artistas, demonstram a postura exigida pelo mercado, que é de superação aos cânones metodológicos da execução tradicional, o que propicia a inventividade e diálogo com o contemporâneo. Essa postura oferece maior conforto aos designers já que não precisam se preocupar em preservar algum aspecto simbólico contido nos artefatos, sendo uma arena disponíveis para intervenções.

Inserida também na lógica de especulação, própria da esfera da obra de arte, em 2016, três designers e um artista⁴⁸ entrevistaram na produção local⁴⁹ e tudo foi registrado por uma revista de decoração voltada ao público de alto poder aquisitivo. Dentre aproximadamente trinta artesãos que trabalham com a madeira, quatro⁵⁰ foram escolhidos pelos designers para desenvolverem novos objetos.

Em entrevistas concedidas a mim, os designers declaram considerar os escultores como artistas e não artesãos:

*Eu dou consultoria para esses artistas, eu não quero que eles morram artesãos.*⁵¹

Ou ainda:

*[...]. Não procuro um resultado imediato e por isso prefiro trabalhar com artistas do que com artesãos. Os objetos criados foram peças únicas, muito perto da fronteira com a arte [...].*⁵²

48 Os designers Rodrigo Almeida, Rodrigo Ambrósio, que compõe o grupo Design Armorial, e os convidados Maria Amélia Vieira e o artista Dalton Costa. Os dois primeiros me concederam entrevistas por email e os dois últimos pessoalmente, na cidade de Maceió.

49 A intervenção levou o nome de Projeto Afluentes.

50 Zé Crente, Valmir, Petrônio e Jasson, dos quais entrevistei os três primeiros durante minha estadia no povoado da Ilha do Ferro, município de Pão de Açúcar, Alagoas.

51 Entrevista concedida à pesquisadora na cidade de Maceió no dia 28/04/2017 com 1:09h de duração.

52 Entrevista concedida à pesquisadora por email dia 12/07/2017.

Embora haja o reconhecimento da carga simbólica e técnica transmitida geracionalmente, característica do artesanato:

*O design tem como premissa a função física dos objetos. A arte, a função psicológica. O artesanato é um processo. A junção de ambos chama a atenção para várias funções inerentes ao artefacto, incluindo os valores ancestrais e de desenvolvimento social.*⁵³

O processo de contato entre os designers e os artesãos, não foi mediado por nenhuma instituição e nem recebeu apoio governamental, durou oito dias e resultou em peças de arte contemporânea, utilitárias e de mobiliário como bancos e cadeiras. O encontro dos designers para a ação partiu do designer Rodrigo Ambrosio, que convidou o colega de profissão Rodrigo Almeida com o qual compõe um grupo junto com outros designers, e também convidou os colecionadores e donos de galeria de arte popular Maria Amélia, que também é designer, e o artista plástico Dalton Costa, ambos possuem relação antiga com a comunidade e realizam diversos projetos culturais e sociais no local, assim como, relacionam-se há muito tempo com os artesãos que escolheram trabalhar em parceria. A relação de Maria Amélia e de Dalton Costa com a comunidade da Ilha do Ferro parte da esfera afetiva, o que pode ser notado tanto na fala dos dois quanto nas das pessoas que compõe a comunidade.

Em entrevista, o organizador dos encontros, Rodrigo Ambrosio, revela que o objetivo era de “criar novos códigos imagéticos a partir da fusão dos universos criativos”, assim como confirmado pelo outro designer Rodrigo Almeida que explicou que o trabalho em parceria foi de “investigação estética”. Portanto, a ação pontual, não previu atingir outras esferas da vida dos artesãos que participavam das ações, além do imediato resultado materializado em objetos.

Por isso, como o objetivo era de propor um encontro entre os artistas populares e os designers, unindo as habilidades, suas cargas culturais e imagéticas, além de metodologias de trabalho,

⁵³ Entrevista concedida à pesquisadora por email dia 05/06/2017.

num povoado artesanal que possui a configuração do trabalho disposta a mudanças para adequações ao mercado, foram introduzidas técnicas, materiais e referências culturais estranhas ao repertório dos artesãos.

Petrônio vive na localidade mais afastada do centro do povoado da Ilha do Ferro, no assentamento do MST. Sua casa fica no alto do terreno e o caminho que leva da porteira até a residência é uma galeria a céu aberto com as esculturas feitas pelo artesão. São bichos imaginados, sugeridos pelo próprio formato das toras, alguns bem agigantados. Há uma figura de uma ***mulher-tigre*** de mais de dois metros e meio de altura na parte de fora da varanda, onde Petrônio me recebeu. Ele me mostrou parte do roçado e as raízes que dali tira e que usa no artesanato, me levou até a parte que está reflorestando do terreno, onde trocou a invasora árvore de Neen (*Azadirachta indica*) pelas nativas Craibreira (*Tabebuia aurea*), Pereiro (*Malus Sylvestris*), Imburana (*Commiphora leptophloeos*), e a mais desejada Imburana de cheiro (*Amburana cearensis*), que me ensinou a reconhecer pelo aroma, todas manejadas para fazer as esculturas. Mais próximo à casa, ainda no quintal, estão os diversos troncos que seriam utilizados nas peças, nos quais me mostra o que imagina esculpir em cada uma das formas disponíveis naquela infinidade de possibilidades.

Emanexo à casa, há um quarto cheio de esculturas já pagas, esperando que os compradores de todo o Brasil venham buscar. Com a ajuda do filho, pública online as fotos das peças prontas e envia para os colecionadores, a negociação se dá virtualmente.

Figura VI - Ilustração das esculturas espalhadas pela varanda da casa do artesão Petrônio.

Petrônio também esculpe fruteiras na imburana de cheiro, Maria Amélia como designer trabalha com cerâmica. A incompatibilidade de fusão entre as matérias resultou num trabalho de encaixe em que a designer modela uma parte de cerâmica de modo a acomodar-se na peça do artesão, segundo ele:

[...] a questão da Maria Amélia é a cerâmica e não tem nada a ver com a madeira. A gente conseguiu esquematizar alguma coisa, mas a cerâmica não tem nada a ver com a madeira.

Para a designer Maria Amélia:

Entreguei a ele (Petrônio) um texto pedindo permissão pra adentrar a obra dele porque eu tive uma vontade grande de habitar o trabalho dele.

Uma outra peça foi produzida com o mesmo princípio. Uma luminária que consiste em duas partes: a estrutura de madeira e a cúpula de cerâmica. Foi dessa maneira que o diálogo entre designer e artesão se estabeleceu.

Para a designer, a ação foi importante para que o artesão pudesse perceber que o trabalho dele pode ter diversas outras possibilidades criativas além dos sentidos comumente aplicados. Confirmado pelo o artesão que relata ter aprendido a apreciar a beleza em outros trabalhos.

As peças resultantes desta parceria ainda são produzidas e disponibilizadas no mercado pela designer, que compra as fruteiras do artesão e aplica seu processo com a cerâmica. Dessa maneira, a venda é imediata, quase que num caráter emergencial para o artesão, e para a designer há o tempo de espera para a venda.

Eu comprei todas as peças que eu tava trabalhando, porque o artista popular não pode ficar dependendo que um dia vai vender, é imediato. [...] Aí fiz uma parceria no sentido de que os dois assinam a peça.

Para Petrônio:

Pra Maria Amélia deu certo em tudo porque hoje ela pode adquirir uma peça minha e continuar fazendo naquele estilo. Agora eu não posso fazer o mesmo. [...] Aí ela compra minha peça e complementa lá e eu não posso fazer nada também, ela tem o trabalho dela. Eu também consegui o meu e ela conseguiu o dela, é uma mão lavando a outra.

A parceria de Jasson com o artista plástico Dalton Costa é anterior à ação. O artesão já fornecia objetos para a composição das obras do artista, obras que inclusive repercutiam em ações culturais na própria comunidade envolvendo o brincar das crianças no rio. A ação foi uma extensão desse trabalho já executado pelos dois, mas de maneira mais horizontal, tendo o objeto final a assinatura de ambos, e circulou em exposições através de galeria de arte em São Paulo⁵⁴.

Figura VII - Ilustração da vista do atelier Boca do Vento, com toras de madeira a serem trabalhadas espalhadas pelo quintal. Rio São Francisco ao fundo.

⁵⁴ O artesão não estava no povoado no período de meu trabalho de campo, por isso não foi possível coletar as impressões sobre a ação.

Valmir Lessa é genro do primeiro artesão que forneceu para colecionadores de arte popular. Trabalha no mesmo atelier onde o sogro produziu as primeiras peças, que se chama Boca do Vento. É um atelier que fica no alto, de vista para o Velho Chico e é como uma herança familiar, os conhecimentos são compartilhados entre os netos e os que chegam à família. Dali saíam os tamancos, os banquinhos, os ex votos e as cangaiaias feitas pelo sogro Sr. Fernando e dali saíram as primeiras peças de arte popular, tudo orgulhosamente apresentadas pelo genro através de fotografias aos visitantes: me mostrou uma fotografia de um entalhe de uma mão para um ex-voto, onde se lia “o braço de Ailton Sena” em frente à um oratório com a imagem de Padre Cícero; outra de banquinhos daqueles com pés retorcidos de galhos ou raízes, não sei, servindo de apoio a uma garrafa de cachaça; e por fim, fotografias das figuras de monstrinhos que atraíram os colecionadores: uma figura vermelha de orelhas pontiagudas, olhos sem íris, de língua pra fora, onde se lê “labisome”, fotografada em meio a mata e uma outra foto de um animal meio porco, meio cachorro, com o tronco confuso, pata se confundindo com rabo escrito “corpo curto”. Valmir contou que Sr. Fernando o ensinou a “tirar o bicho da madeira”.

Questionado sobre o trabalho com o designer Rodrigo Ambrósio, Valmir explica como foi a parceria:

Do jeito que eu faço ele não sabe, né? Ensinei a ele e ele me ensinou do jeito dele, que ele fazia uns negócios com ferro. Foi bom. [...] não fiz nada depois com ferro porque precisa de solda pra soldar, aí fiz de madeira mesmo. [...] ele trouxe tudo.

Já para o designer, as trocas se dão além da técnica:

Processos criativos, memória afetiva, técnicas... São muitos os pontos, nada retilíneos, que existe nessas relações. Existe também, mesmo que momentânea, uma cumplicidade que fomenta novas amizades. Uma troca de saberes locais, globais, mas guarda a essência das relações instintivas e humanas.

A estranheza em trabalhar com técnicas inéditas fez com que o artesão se confundisse com a autoria das obras. Não reconhecendo a totalidade de sua participação na confecção das

peças e nem no objeto final:

A peça que ele fez foi a de ferro. A minha foi a que ele botou, com formato de bicho, ele colocou cordão, nós colocamos cordão. Essa daí que eu fiz mais ele. E o outro fez torneado de ferro. E o vaso eu furei aqui e ele terminou lá, não deu tempo.

-É de carranca né?

-É.

-Você costuma fazer carrancas aqui?

-Não , não, nunca fiz não. Só cadeira.

-E como vocês chegaram na carranca?

-Nós inventamos aqui. O bicho já tinha um corte e a gente colocou os dentes. [...] ele terminou em casa o resto.

-Então você não chegou a ver pronto?

- Tem aí numa revista. Vi aí na revista. [...] Pôs umas babosa no vaso.

-Você acha que abriu mais mercados?

- Acho que sim né? Porque São Paulo, o pessoal tá vendo lá né?

As peças foram levadas para uma galeria de arte de São Paulo para compor uma exposição durante a Design Weekend de 2016, assim como as outras peças resultantes dessa ação.

Zé Crente, além de artesão, é pedreiro e também coveiro do povoado, funcionário da prefeitura, aprendeu a trabalhar a madeira com o pai que era construtor de barcos. Iniciou fazendo móveis para casa como mesas, cadeira, mas me disse que não sobrou quase nenhuma, já que as vendeu.

Suas esculturas foram selecionadas para compor o cenário de uma novela de um canal da rede aberta de televisão⁵⁵, em que uma das personagens era dona de uma galeria de arte popular. Zé Crente

---

55 Novela “A lei do amor” produzida pela Rede Globo, transmitida entre outubro de 2016 a março de 2017, na qual uma personagem era dona de uma galeria de arte popular.

junto com outros artesãos do local tiveram suas peças compradas e foram convidados pela emissora para conhecer os locais de gravação, além de assistirem a gravação de outros programas de entretenimento, que tiveram a questão do artesanato como pauta.

O artesão esculpe e guarda, numa geladeira que não funciona, que fica no meio do quintal, cobrinhas e pássaros, e também peças maiores de onças e cachorros, além de bancos e mesas. Também faz santos católicos dos quais o pastor da igreja insiste que não é bom, mas Zé Crente diz não se importar. A filha tem uma lista de compradores e manda fotografias das peças depois de prontas.

A parceria de trabalho foi estabelecida entre Zé Crente e o designer Rodrigo de Almeida. Para o designer, é difícil mensurar as repercussões do projeto mas preza por equidade:

Trabalhar com um artista é sempre rico e com o Zé Crente não foi diferente, fiz uma imersão no universo da Ilha do Ferro e do próprio Zé Crente, falar sobre esses aspectos são de grande intangibilidade o importante é que o resultado formal foi realmente feito a quatro mãos. É importante também deixar claro que o lucro das obras vendidas são 50% meu e 50% do Zé Crente, é um trabalho de parceria profissional e não de um prestador de serviço, sou contra de qualquer tipo de paternalismo social.

O artesão costuma colorir suas peças e o contato com o designer foi importante para desenvolver essa prática e conhecer novas técnicas:

Aprendi umas habilidades muito boas, a desenvolver tinturas, ele faz umas tinturas rastreadas. Ele mela o pincel de varias cores. Aí aprendi com ele também. Aí eu tinha uns passarinhos de várias cores todo manchadinho, ele rastela muitas cores.

A proposta de inserir técnica e materiais desconhecidos à rotina do artesão, assim como nos casos anteriores, não foi assimilada, mesmo nesse caso específico havendo ferramentas disponíveis:

(O designer) me deu umas ferramentas que ele deixou aí, uns parafusos, umas coisa pra mim trabalhar com parafuso. O negócio dele é lata, é material brilhoso essas coisas. Fazer um bicho colocar nos olhos. Aí nós fizemos essas cadeiras que tem uma cobra, tem uma cabeça de boi que eu fiz também.

[...]

Ele desenvolveu o trabalho, aprendeu comigo e eu aprendi muito mais com ele, ele é gente boa demais. Deixou as ferramentas dele comigo - Ô seu Zé fica aí proce que eu não quero não. Me deu furadeira, me deu parafusadeira, só que eu botei fora que aqui tem que comprar um transformador aí não dá. Mas ele deixou pra mim, eu cheguei e negocieei.

Financeiramente, apesar do trabalho ter sido proposto em parceria, como reafirmado pelo designer a demora pela venda do produto no mercado de arte deixa o artesão Zé Crente desolado:

Eles falaram de concluir um trabalho tudo junto, eles vendendo a peça lá que iam mandar uma gratificação pra nós, mas não mandou nada. Por enquanto nada.

Eu sondei o Zé Crente sobre os desdobramentos de ter suas peças circulando em lugares de prestígio, imaginava que haveria mudanças no perfil dos compradores, aumento na quantidade de vendas e propostas boas. Fiquei imaginando como o tal *capital simbólico* se transformaria em capital financeiro de fato⁵⁶; ali, na beira do São Francisco:

-Ô Zé, essas exposições, em galerias de arte, deram uma alavancada nas vendas?

-Eu sempre fui falado, o nome Zé Crente no mundo, todo mundo chega aqui: - Zé Crente, Zé Crente! Eu não mudo não que meu nome é José Alvaci, mas como mestre artesão é Zé Crente, aí não posso mudar mais né? Eu faço as letrinhas: Zé Crente. Aí todo mundo sabe, tem muito Zé, mas Zé Crente só tem eu.

Figura VIII - Ilustração do território do povoado de Riacho Fundo.

5.2 O design como legitimador: Bonecas de pano que protagonizam produtos de design assinado ■ ■

Como a água cai em três territórios: Observações em campo

Como visto em Bourdieu (2011, p.142-143), numa sociedade dividida em classes, uma elite detentora das forças legitimadoras culturais designa agentes especificamente para inserir manifestações culturais nas diversas instâncias de consagração. No caso apresentado a seguir não há intervenção formal no artefato produzido pela comunidade artesanal, mas ele é ressignificado pelo design e a partir de uma nova função social ele adentra o mercado de luxo.

Figura IX - Ilustração da vista por satélite do território em que o povoado de Riacho Fundo se localiza.

Artesãs de bonecas de pano do povoado de Riacho Fundo

Esperança - Paraíba - Projeto Artesol

O povoado de Riacho Fundo pertence ao município de Esperança que distancia-se cerca de 40km de Campina Grande, a segunda maior cidade da Paraíba, somente menor do que a capital João Pessoa. As famílias que compõem os cerca de 300 habitantes que ali vivem, descendem de antigos trabalhadores da fazenda Riacho Fundo. A estrada que dá acesso ao vilarejo é de terra batida.

O povoado conta com escola e posto de saúde o que gera trabalho para algumas poucas pessoas em decorrência de seu funcionamento. O trabalho em fazendas na região por empreitada é sazonal e, devido a seca, não é garantido. Alguma roça para a subsistência é mantida nos quintais das casas. Programas de transferência de renda do governo federal contribuem para os proventos básicos. Mas, pela proximidade do povoado à Campina Grande, o êxodo de pessoas jovens é quase que compulsório.

As bonecas, também conhecidas por bruxinhas, feitas de retalhos de pano, são tradicionalmente encontradas no Nordeste do país. A produção dessas bonecas em Esperança, feitas com o descarte de confecções de Campina Grande, era uma prática que lentamente se perdia com a disponibilidade de brinquedos de plástico no mercado e a prática rotineira de seu fazer era mantida por apenas duas irmãs artesãs, que eventualmente dispunham no mercado local, para venda ou troca, e serviam caixeiros viajantes que levavam as bonecas para feiras em outras regiões nordestinas.

Macao Goes, pesquisadora e colecionadora de brinquedos populares, em 1998 encontrou as bonecas de pano de Esperança no Centro de Artesanato Paraibano. As bonecas, diferentemente das comumente encontradas, possuíam feições específicas como grandes olhos redondos feitos com o acúmulo de linha e detalhamento próprio como dedinhos costurados um a um. Ainda em 1998, Macao Goes reuniu-se com a professora Ruth

Cardoso, por meio da Comunidade Solidária⁵⁷, junto de mais onze consultores, para a criação do Artesanato Solidário – Artesol. Segundo Macao, a maioria dos projetos dessa fase inicial da Artesol tinha o objetivo de melhorar as condições de vida de pequenas comunidades rurais e garantir o repasse dos fazeres artesanais dos mestres locais. A melhora nas condições de vida se daria pelo fortalecimento da auto estima dos componentes da comunidade artesã através do trabalho projetado na cultura local e o repasse dos conhecimentos garantiria que os saberes tradicionais não se perderiam.

Após investigação, a consultora descobriu a comunidade de origem das bonecas e, através da Artesol, Macao Goes foi até o povoado diagnosticar como a feitura das bonecas encontrava-se presente em Riacho Fundo. Foi então que percebeu que os conhecimentos específicos empregados na feitura daqueles artefatos se perderiam com as duas irmãs artesãs, já idosas, e que não deixavam herdeiros para esses conhecimentos.

Figura X - Ilustração da artesã que detinha os saberes tradicionais, dona Socorro da Conceição.

---

⁵⁷ A Comunidade Solidária foi um programa proposto em 1995 pelo governo federal com o objetivo de combater a miséria a partir da mobilização da sociedade civil, de entidades governamentais e não governamentais.

A Artesol, com o intuito de renovar os saberes tradicionais de feitura das bonecas, propôs a uma das irmãs que detinham o conhecimento de fazer as bonecas, dona Socorro da Conceição, que repassasse seu conhecimento a outras pessoas do povoado através de oficinas. Macao Goés conta que foi muito difícil convencê-la a aceitar a proposta, pois se julgava incapacitada para “ser professora” já que era analfabeta. Também havia um temor de que os atravessadores não se agradassem com o projeto e não comprassem mais delas.

Assim, após o convencimento, a Artesol interveio na comunidade para resgatar a prática artesanal de feitura de bruxinhas como alternativa ao trabalho na roça constantemente afetado pela ausência de chuvas. A intervenção mobilizou inicialmente cerca de cinquenta moradoras do povoado, mas obteve aderência de cinco homens devido ao baixo valor pago pelo dia de empreitada nas lavouras da região. Durante três meses, além de promover oficinas para a multiplicação das técnicas, a instituição também recebeu suporte do Sebrae que ofereceu orientações acerca de precificação, evitando a desvalorização do trabalho pelo mercado e também sobre organização social do trabalho, incluindo a divisão de tarefas durante o ciclo produtivo para aumentar a produtividade quando fosse necessário. Assim, implementou-se a Associação dos Artesãos do Sítio Riacho Fundo, viabilizando comercialmente a produção feita localmente. Em agosto de 2000, com o apoio do Sebrae e da Sudene construiu-se uma sede para o grupo que foi batizada de Casa da Boneca Esperança. A Artesol continuou apoiando a associação, abrindo canais de venda, principalmente estabelecendo parcerias com lojistas, promovendo exposições e viabilizando a participação em feiras e eventos estabelecendo, portanto, pontes entre as artesãs e o mercado.

A primeira grande venda da associação foi para uma feira em Hannover na Alemanha, viabilizada ainda pela Artesol, onde foram vendidas mais de duas mil bonecas. Além de fornecerem para centros de artesanato do Nordeste do país, também participavam de grandes feiras nacionais, atraindo lojistas, refletindo em grande volume de vendas. A Artesol também

ofereceu apoio no fornecimento de matéria prima, maquinário e também um representante de vendas.

O trabalho na associação fixou no povoado os moradores que iam trabalhar sazonalmente nas grandes capitais do país, já que provia um rendimento financeiro básico que, aliado ao cultivo de subsistência, permitia a vida no local. Muitas associadas construíram suas casas, mobilizaram e fizeram reformas com o dinheiro obtido com a venda das bonecas. A artesã Marilene contou-me como o projeto impactou na vida dela e na das outras artesãs:

Eu não queria mais voltar pro Rio (de Janeiro), queria ficar aqui com minha família, com o povo de cá. Aí veio esse projeto das bonecas. (...) aí foi quando a gente foi ficando por aqui, aí comecei a ganhar um dinheiro fazendo mais bonecas, e fazendo mais e daqui a pouco a gente já tava ganhando mais um pouquinho e já foi dando pra manter a casa, manter a família e aí foi ficando bom né? Durou acho que uns dez anos bem, assim porque o projeto dava o material né? O retalho, o tecido que precisava para fazer a boneca. A gente não precisava comprar nada, a gente ganhava livre. Aí depois a gente fixou, começou a tirar a porcentagem da boneca e comprar material, aí foi muito bom, tinha comercial, divulgação, as meninas viajavam muito (...).

A artesã Núbia, que depois de certo tempo assumiu a liderança da associação conta como a época de trabalho com o artesanato foi próspero e indica o êxodo ocorrido após o declínio das atividades:

Na época muitas famílias trabalhavam e viviam disso - desse trabalho. O que ganhava dava muito bem: dava pra manter uma família. Era igual eu mais ele (refere-se ao companheiro), ele não tinha emprego, trabalhava na roça e quando ele começou a me ajudar a ver que tava dando mais lucro, não parou de trabalhar na roça mas ele tirava as horinhas dele para me ajudar: porque ele tava vendo que tava dando né? Então a gente passou um bom tempo vivendo desse trabalho. Tá entendendo? Muitas famílias aqui. Mas no decorrer do tempo que foi caindo as vendas aí cada um foi vendo que tava apertando tinha procurar destino. Tinha uns cinco rapazes que igual ele teve que ir pro Rio, pra São Paulo, pra João pessoal arrumar outro emprego. Aí teve as meninas que casaram tiveram que procurar destino porque via que não tinha sustento [...]

Figura XI - Ilustração das bonecas Esperança com seus traços característicos: olhos e bocas redondas feitos a partir do acúmulo de linha.

Em 2002, um escritório de design brasileiro com forte atuação na Europa, utilizou as bonecas de pano produzidas em Riacho Fundo para compor, entre outros objetos, uma poltrona produzida em série limitada de 35 unidades. As peças foram vendidas em galerias internacionais de arte e ainda hoje marcam presença em leilões. O escritório se tornou o maior comprador fixo da associação, embora nunca tenha intervido nem no processo de feitura e nem na composição formal das bonecas, apenas as utilizavam na composição dessas poltronas e em algumas outras peças.

Entre 2008 e 2009 uma agência de publicidade adquiriu uma cadeira para compor uma ação que consistia em tomar depoimento de diferentes pessoas sobre como a criatividade pode mudar vidas com o slogan “Unindo criatividade e esperança”⁵⁸. A turnê se propunha passar por São Paulo, Londres, Toronto, Estocolmo, Boston, São Francisco e no festival de publicidade de Cannes, no qual os ganhadores do prêmio seriam convidados a sentarem na cadeira e opinarem sobre a questão. Divulgou-se que a cadeira, após a ação, seria leiloada e o dinheiro seria revertido para a comunidade. A artesã Nubia e seu marido Olavo me contaram como se deu a negociação com a associação:

---

58 No original: Unifying creative and hope.

-Eles tinham uma cadeira que foi especial pra todos os artistas, não sei se é essa que tá tendo o leilão, vai indo pra vários países, pros artistas famosos sentarem e dar entrevista, pra ser leiloadada, pro leilão vir e o dinheiro vir pra associação.

- Eles falaram que é em benefício da associação, na época que eles fizeram né?

-Mas veio?

-Não. Até agora não. Faz muito tempo.

-Já foi leiloadada essa cadeira.

-Foi, eles falaram assim, eles vieram aqui, fizeram a entrevista fizeram um documentário dos artesãos por sinal muito bonita com a associação, com as artesãs, foi o jeito que eles falaram passar por vários países, com artistas, falaram tipo assim uma dona senta na cadeira dá entrevista, tira a foto e sai divulgando né? Ai quando leiloar essa cadeira eles iam dar uma doação para a associação quando terminou isso tudo, eu acredito que venderam a cadeira, eles ligaram pra gente falaram sobre a doação aí falaram o que a gente tava precisando, a gente na época tinha comprado aquela casa da boneca aí tava reformando, aí perguntaram o que a gente tava precisando, que eles iam fazer uma doação de dois mil reais, não era Olavo? (...)

Com o dinheiro recebido pela venda da cadeira, resultado da ação que também tinha o apelo de destinar o resultado para a comunidade artesã, comprou-se os pisos de cerâmica da sede da associação.

A forte repercussão das bonecas de Esperança através da cadeira de design assinado contribuiu para a projeção do trabalho do grupo de artesãos além de mercados locais. As bonecas se tornaram objetos icônicos para os aficionados por colecionismo em objetos populares e frequentemente a comunidade recebia encomendas de lojistas da Europa e Estados Unidos.

O volume de trabalho, que atendia além das encomendas estrangeiras esporádicas, era direcionado para centros de turismo de todo o nordeste o que promoveu uma estabilização na produção. O trabalho que iniciou-se como uma prática feminina atraiu os homens, já que o valor do trabalho com as bonecas por muitas vezes era superior ao oferecido pelo dia de empreitada na roça. Embora haja a divisão de trabalho e a eles era destinada somente a feitura de determinadas partes das bonecas que exigiam menos detalhamento.

A participação da associação de artesãs em feiras de artesanato por todo o país era apoiada tanto pelo Artesol, Sebrae quanto por gestões governamentais, tanto em nível municipal quanto estadual. Com a articulação de diversos grupos artesanais paraibanos, foi disposto a eles um ônibus para a participação em feiras em diferentes Estados. A quantidade média de bonecas vendidas nessas feiras era de mil e quinhentas unidades.

As viagens para a participação em eventos e feiras, além do aumento da renda das associadas, contribuíam para emancipação, tanto no âmbito coletivo quanto no pessoal, frente a um contexto tradicional de dependência e subordinação a outros agentes. O rompimento com o trabalho doméstico delegado às mulheres e a crescente circulação em novos espaços econômicos e sociais provocaram a ira de alguns maridos dominadores.

O caso mais impactante aconteceu com a líder comunitária, que ao tentar romper com o ciclo de violência no qual estava inserida, pedindo o divórcio ao marido, após ameaças, foi violentamente assassinada por ele. Esse fato é relatado pelas mulheres do povoado como sendo um dos principais motivos de desarticulação do grupo artesanal e o consequente declínio, rumo ao colapso, da associação. Apontam a ausência de outra artesã que pudesse figurar como uma líder centralizadora, que havia sido fundamental na formação e condução do grupo até aquela fase.

O assassino planejou a execução durante a jornada de trabalho no espaço em que as mulheres se reuniam para o trabalho, a Casa da Boneca Esperança, sede da associação. Parte do plano falhou porque a artesã, ao voltar mais cedo do que o usual para casa, acabou sendo morta pelo marido no trajeto. Instalou-se um cenário de pavor porque o assassino se manteve foragido por muito tempo, existindo a possibilidade de que ele voltasse para concluir um possível plano de executar outras mulheres na associação. Assim, a ameaça que pairava no imaginário coletivo daquelas mulheres, acabou sendo responsável por desarticular o lugar de encontros e apoio mútuo. Outros homens agressivos aproveitaram do pavor coletivo para aterrorizar suas

companheiras, paralisando qualquer tipo de afronta, reconduzindo as mulheres ao ambiente doméstico.

O plano em cometer o assassinato da líder do grupo no local em que as mulheres se reuniam, não só para o trabalho, mas também para compartilhar a vida, sendo um local de acolhimento e fortalecimento conjunto, pode ser visto como um ataque direcionado a desarticular um espaço de solidariedade e união, e o enfrentamento à luta das mulheres em busca de autonomia.

A desarticulação do grupo continuou após o episódio de femicídio. Aquelas mulheres não estavam preparadas para substituir uma liderança forte. As encomendas continuavam a chegar, cada vez em maiores quantidades, exigindo aumento no rendimento das artesãs. **O preciosismo empregado para feitura de cada boneca** acabou sendo perpassado pelos prazos de entrega e sem a liderança forte, algumas encomendas acabaram recusadas pelos lojistas o que acarretou na diminuição da clientela, mesmo após uma parte das associadas terem se disposto a refazer o trabalho recusado pelo mercado.

Figura XII - Ilustração dos dedos das bonecas costurados individualmente e depois unidos para compor a mão.

Mais tarde, outro golpe acometeu a associação. Foi quando o maior comprador que também era aquele que mais projetava o trabalho da associação para o mercado, enviou um contrato solicitando que elas assinassem. Segundo as artesãs o documento versava sobre a cessão dos direitos autorais sobre a tradicional boneca de Esperança, já segundo a consultora Macao Goés, que apesar de não lidar direto com o escritório de design, era sobre exclusividade de venda. Sem entenderem o que estava escrito nos termos jurídicos, foram

buscar elucidação com um advogado que trabalhava para a prefeitura que as orientou a não assinarem. Seja qual o for teor, se sobre cessão de direitos ou sobre exclusividade de vendas, o fato é que a comunidade artesã perderia o poder sobre seu próprio trabalho. Após negarem assinar o contrato, o comprador ainda insistiu enviando outros contratos com pequenas modificações, todas as versões foram rejeitadas por elas e o mais significativo comprador acabou por parar de encomendar os produtos da associação.

Muito além do revés financeiro, a decepção com quem, até então, era visto como um parceiro nos negócios, rompe-se também um acordo moral estabelecido entre a comunidade artesanal e o mercado. O desapontamento pode ser notado na fala da artesã Nubia:

Eu tinha uma admiração enorme, eu tinha o maior orgulho em falar isso, sabe? Eu tinha maior orgulho de dizer assim: eu trabalho para (nome do escritório de design), eu mando boneca para (nome do escritório de design) porque eu já sabia que eles faziam o maior sucesso lá fora, né? Ai eu dizia pra mim era o maior orgulho. Mas quando eu recebi aquela proposta eu falei meu Deus! Eles não estão interessados no trabalho da gente. (...) Eles tão pouco se lixando pra gente.

(...) Aí a partir da hora que eles mandaram essa proposta né, que a gente passasse a única coisa de bem que foi, a única coisa boa que foi pra gente, que eles queriam tomar, né? Praticamente tomar. Quando o advogado lá falou que era pra eles tomar ó: vocês não podem nem mais pegar uma boneca pra fazer, se vocês fizerem e mandar como boneca Esperança vocês podem até pegar um processo se vocês doarem esses direitos autorais. Eu fiquei horrorizada quando ele falou isso, eu fiquei decepcionada, sinceramente.

(...) a gente já viu que era puro interesse só pra eles mesmo, só interesse deles, só a benefício deles (...) se eles fizessem isso com a gente, será que eles iam conseguir dormir em paz? Se a gente tivesse passado esses direitos pra eles? E a gente não conseguisse mais fabricar esse trabalho da gente? Imagina uma coisa dessa né? Eu fico inacreditada que tenha ser humano no mundo que tenha coragem de fazer isso e infelizmente tem né? Porque pra eles isso não é nada, agora, pra gente, é a coisa mais preciosa que Deus deixou pra gente.

(...)Na hora que o advogado leu, ele deu uma risada, não foi Olavo? Ele riu e falou assim: Menina! Você sabe o que é isso? Direitos autorais? É vocês doando os direitos da boneca Esperança, vocês estão doando o trabalho de vocês, o nome da boneca, se vocês doarem vocês não vão ter direito de fabricar mais a boneca o que ele explicou isso pra gente, não sei se é verdade ou não também – o que ele falou é isso! Os direitos autorais da boneca. (...)

Pelo o que eles falavam era tipo uma chantagem mesmo né? Que eles iam continuar comprando as bonecas da gente... E é claro que a gente

*tava dependendo muito deles pra esse trabalho, que a gente
tava vendendo bastante. Eu tinha muito medo de perder, aí
eu falei para o Olavo: -Nós não vamos assinar, mas nós vamos
perder o cliente, escuta o que eu to falando. Aí a gente
até pensou em fazer um acordo com eles, assinar por dois
anos, não foi Olavo? Fazer alguma proposta pra gente não
perder o cliente, só que a gente disse, não a gente não pode
fazer fazer isso. Queria fazer um acordo assim, então vocês
continuam comprando da gente, continuam comprando.
A gente pensou nisso, não foi Olavo? Vocês continuam
comprando da gente, garante a compra durante esses dois
anos enquanto a gente assina, mas depois não deu certo não.
Mas eu falei não, a gente não vai querer. Perdi o cliente.
- E aí eles não compraram mais depois que vocês recusaram?
Não. Não sei se foi se eles já tinham terminado o que eles
queriam, não prestava mais e tavam pretendendo já outra
coisa. Porque se eles tavam querendo os direitos autorais das
bonecas alguma coisa eles tavam querendo fazer, né? Não sei
o que. (...)*

Mais recentemente, no ano de 2016, um novo contato foi estabelecido com as artesãs pelo escritório de design que produziu as poltronas com as bonecas Esperança. Dessa vez, havia um interesse na confecção das bonecas, mas não com o tradicional retalho de pano e sim utilizando couro, material nunca antes trabalhado por aquelas artesãs. O principal motivo da recusa foi a ausência de maquinário de costura específico para o couro, mas também é possível notar um incômodo pela imposição de um novo material.

A associação foi juridicamente extinguida em 2016, porque segundo as artesãs, os lucros obtidos com as vendas já não cobriam os gastos de manutenção. Mesmo com a inexistência formal, o trabalho conjunto ainda é realizado quando recebem encomendas eventuais. Nubia me mostrou peças que ela inventa e testa no mercado: são lembrancinhas de casamento feitas com miniaturas de bonecas de pano representando os noivos, tiaras elásticas para recém nascidos também com as miniaturas das bonecas, brindes como broches e chaveiros e também cortinas de porta. O contato para as vendas é feito através de telefone e internet. As mulheres se valem das redes sociais para divulgar o trabalho.

Embora não exista regularidade nas encomendas das bonecas Esperança, a sua feitura ainda é realizada quase que cotidianamente por algumas artesãs do povoado em momentos de pausa entre as tarefas diárias. O estoque é composto para que se atenda a prazos curtos quando a encomenda eventual se consolida.

Nubia me mostrou diversas sacolas em que separa os estágios de confecção: numa os retalhos cortados, em outra os enchimentos e na última as bonecas sem as vestimentas nem acabamentos. Hoje, os tecidos são adquiridos pelas artesãs no centro da cidade ou em Campina Grande, já os enchimentos que são feitos com um tecido de espuma plástica utilizado para envolver eletrodomésticos durante o transporte, são recebidos de doações de lojas locais.

Sentada em sua varanda, Nubia generosamente compartilhou comigo o saber fazer da boneca Esperança. O resultado que consegui, em nada se aproximou às primorosas bonecas confeccionadas por aquelas artesãs.

Figura XIII - Ilustração da artesã Nubia me ensinando a confeccionar as bonecas Esperança.

No mercado urbano, as bonecas ainda se mantêm sendo vendidas artigo de colecionismo de arte popular, circulando nos ambientes museológicos. É possível encontrar as bonecas Esperança sendo vendidas, através do sistema de consignação, na loja anexa ao Museu do Folclore do Rio de Janeiro e também na loja anexa ao Museu de Arte Moderna de São Paulo. Quando questionei as artesãs sobre os motivos pelos quais as bonecas serem apenas vendidas nesses espaços e não através de suas funções primárias, como brinquedos, em lojas especializadas, elas alegaram que as crianças preferem brincar com eletrônicos ao invés de brinquedos tradicionais, embora afirmaram que, depois da ação da Artesol, nunca houve tentativa de contato com esse mercado por iniciativa delas próprias.

A ação de renovação daquele artesanato, tradicionalmente realizado no povoado de Riacho Fundo, não só deslocou aqueles artefatos de suas funções originais, imbuindo-os de novos significados, para que pudessem circular por novos mercados, incluindo sua inserção em peças de design assinado; mas também rompeu com os significados primários daqueles objetos ao ponto de inviabilizar a imediata retomada de suas funções originais. Apesar da constante busca por espaço de vendas por parte das artesãs, o processo de descolamento dos significados originais pertencente às bonecas constrói-se de tal maneira que as próprias artesãs não os reconhecem, e por isso, não os oferecem ao mercado.

Dona Socorro da Conceição, derrubando umas frutinhas do pé para que eu as experimentasse, repetia copiosamente: “Não tem mais futuro, não tem mais futuro, não tem mais encomenda, não tem mais futuro...”.

Figura XIV - Ilustração de paisagem do território do povoado de Várzea Queimada, terrenos cercados com galhos retorcidos e ao fundo um carnaúbal.

5.3 O design como colaborador: O que levam e trazem as cestarias do alto circuito de design ■ ■ ■

Como a água cai em três territórios: Observações em campo

O processo de intervenção apresentada a seguir propôs a releitura de artefatos produzidos tradicionalmente pela comunidade e o projeto de novos, feitos por designers colaborativamente com os artesãos. Mas, é possível observar que ora a ação preza por questões que interessam a comunidade artesã, ora privilegiam agradar ao mercado, principalmente no âmbito discursivo junto à mídia especializada, que se construiu a partir de noções desenvolvimentista de sociedade e na superexposição da comunidade artesã a partir de um cenário construído.

Figura XV - Ilustração da vista por satélite do território em que o povoado de Várzea Queimada se localiza.

Artesãs que trançam a palha do povoado de Várzea Queimada

Jaicós - Piauí - Projeto AGT

O povoado de Várzea Queimada possui cerca de 900 habitantes, situa-se no semiárido piauiense, no município de Jaicós, a 400km da capital Teresina e a 7km da rodovia. Há em Várzea Queimada uma rua principal que abriga, além das casas coladas umas às outras, a igreja, o poço central, a escola de ensino fundamental, uma quadra de volei e alguns comércios: padaria, bar, sorveteria, mercadinho de variedades e algumas oficinas de moto. Fora dessa rua central, o povoado se esparrama em um raio de cerca de cinco quilômetros, e então as casas ganham terrenos para a criação de alguns animais e roçados. Os pequenos comércios também surgem na paisagem e até uma outra igreja compõe a zona rural do povoado. A paisagem ocre é coberta pelo verde da vegetação rala e ao fundo as carnaubeiras despontam na vertical. Aos seus pés crescem um mato de florzinha amarela que abelhas buscam néctar para fazer do mel, produção local. Um riacho corta o povoado, ele é intermitente. Na primeira vez que estive no povoado foi ano de chuva e ele estava cheio, enquanto lavavam roupa, sentei-me junto de Dna. Silvana e Fátima que tinha os meninos brincando na água enquanto se esquivavam das pequenas arraias que descansavam escondidas no fundo lamacento. Em minha segunda visita, o riacho estava seco e encontrei poços espalhados em seu percurso, escondidos pelas águas durante a outra vez. As propriedades são cercadas pelos galhos retorcidos do mameleiro caneleiro.

A lida na roça é para o cultivo de subsistência devido ao baixo índice pluviométrico da região e por isso as fontes de renda do povoado são obtidas através de pequenas prestações de serviço (como cabeleireiros, pedreiros ou pessoas que fazem transporte de moradores para centros urbanos das imediações ou de crianças para a escola), trabalho como professores e auxiliares na escola pública e na creche ou ainda de assistentes na pequena unidade básica de saúde que funciona alguns dias da semana; o artesanato feito com o trançar da fibra de carnaúba gera renda para muitas mulheres do povoado e a confecção de objetos feitos

com pneus, para um grupo pequeno de homens. Grande parte dos habitantes de Várzea Queimada faz parte de programas de transferência direta de renda do Governo Federal e outros possuem aposentadorias, sendo essas importantes fontes de renda da comunidade. A escassez de trabalho resulta num alto índice de êxodo do povoado para outras cidades e grandes capitais.

As mulheres de Várzea Queimada possuem a tradição de fazer artigos com a palha de carnaúba, palmeira abundante na região. O ato de trançar a palha é utilizado como unificador social, sendo corriqueiro o encontro de mulheres em torno de longas tranças de fibra. Quando crianças, aprendem a trança-la e ao longo da vida aprendem a fazer as costuras nessas tranças, que dão forma aos produtos. Produzem bornós (cestos para carregar o resultado da colheita), surrões (para comportar farinha) e principalmente esteiras que habitualmente eram vendidas por cada artesã, individualmente, em feiras livres da região.

Figura XVI - Ilustração de reunião de artesãs para a confecção das tranças de palha que formarão os objetos artesanais.

A figura do vaqueiro é presente no imaginário do povoado que dá nome a bares, ilustrando pinturas de paredes de comércios e reúne a região toda numa grande vaquejada. Há em Várzea Queimada uma gruta que hoje sedia rituais religiosos, mas que, contam os moradores, ser uma das fundações do povoado, que abrigou um amor escondido de um vaqueiro errante. Assim, a origem dos habitantes locais é a mesma, quase todos compartilham da mesma origem familiar, e dizem ser o cruzamento genético entre familiares a causa pelo alto índice de pessoas surdas de nascença em Várzea Queimada. Foi em busca de relações entre cruzamentos genéticos e a surdez que um pesquisador, chamado Everton, se instalou no povoado. Ele, num momento anterior à fundação da associação, foi solicitado para que ajudasse as mulheres com os documentos para viabilizar a associação no sentido jurídico.

O Sebrae, através das consultoras Joana D'arc e Serrade, chegou no povoado a convite da prefeitura e ofereceu algumas oficinas, dentre elas, uma que inseriu um ponto mais simples e comum feito com a palha para a confecção de objetos. A partir dessas oficinas, com o intuito de viabilizar a produção artesanal local, entre 2008 e 2010 um grupo inicial de vinte e três mulheres do povoado fundou a Associação das Mulheres Unidas de Várzea Queimada.

Diversas entrevistadas relatam que quando a associação foi fundada, havia uma forte oposição, principalmente de alguns homens do povoado, que queriam a todo custo manter as mulheres no ambiente doméstico e para desencorajá-las as chamavam de vagabundas, por se reunirem para executar outras tarefas que não eram as domésticas. O estereótipo era ainda reforçado pela falta de retorno financeiro pela constante desvalorização que as peças sofriam quando expostas nos mercados locais.

A articulação como associadas, permitiu que participassem de feiras de artesanato na capital Teresina e também em Brasília, o que conferiu projeção no mercado ao trabalho do grupo.

Em fevereiro de 2012, com o apoio do Sebrae, um escritório de design de São Paulo⁵⁹ escolheu a Associação das Mulheres Unidas de Várzea Queimada para implantação de um projeto. O escritório, junto com designers convidados⁶⁰, estudantes e a própria população local, num processo colaborativo, desenvolveu uma linha de trinta produtos feitos com a fibra da carnaúba para serem produzidos pelas mulheres da associação. O projeto também construiu um espaço comunitário para as atividades de artesanato. Essa oportunidade atraiu outras mulheres do povoado, que não faziam parte da associação, e o grupo chegou a ser composto por cinquenta e oito mulheres.

O projeto também contemplou um pequeno grupo de cinco homens que produziam artesanalmente chinelos com borrachas de pneus descartados. Além desses artigos que permaneceram no portfólio, foram-lhes projetados alguns colares e anéis e um terço ornamental, feitos com a mesma técnica empregada na produção dos chinelos. Esses homens possuem outras ocupações além do artesanato sendo este uma fonte complementar de renda. A intervenção aconteceu de maneira incerta para as mulheres, os objetivos, a metodologia a ser empregada, segundo elas, não foi explicada previamente como relata a líder da associação Marcilene Barbosa:

Ele não apresentou o projeto, a ideia dele na época né que ele também, eu acho que ele hoje se transformou, hoje ele é outro, na época ele veio, a ideia dele era essa: eu posso ajudar, eu posso mudar, eu posso transformar. E foi esse o discurso dele. Ele procurou, pediu que as mulheres fizessem o que sabiam, mostrassem o que produziam, mas ele não disse que queria.
(...)
Ele apresentou pra comunidade (a coleção final) e disse

---

59 O escritório Rosenbaum, que possui um projeto chamado A Gente Transforma (AGT) que propõe utilizar o design como agente de transformação social. Várzea Queimada é objeto de outras ações do AGT (e de parceiros) como projeto de turismo comunitário e curso e implantação de sistemas agroflorestais. É possível ver o manifesto do projeto em <http://rosenbaum.com.br/manifesto/>. Consulta em fevereiro de 2018. Tentei por duas vezes contato por e-mail para entrevistar o coordenador do projeto, o primeiro e-mail recebi uma resposta automática informando sobre suas férias e na segunda tentativa infelizmente não obtive retorno.

60 Os designers convidados foram Rita João e Pedro Ferreira do Studio Pedrita de Portugal e a designer de jóias piauiense Kalina Rameiro.

que ia levar, só que a gente ficou desacreditado, não era a primeira vez que vinha alguém. Até que um dia o Sebrae chegou e veio buscar as peças. Exatamente as peças que ele levou pra Milão. (...). Aí logo em seguida eles ligaram pra gente produzir peça pro São Paulo Fashion Week. (...) Logo em seguida veio um pedido enorme pra uma loja(...). Logo no início de agosto a gente participou de duas feiras, a Luxo para Todos e a Paralela Gift, a gente teve vários pedidos, pra trabalhar o resto do ano. A partir daí veio vários pedidos.

O escritório de design encarregou-se de criar a marca que foi batizada de TOCA, além de fazer a divulgação dos produtos através de catálogos, campanha publicitária, inscrição na 12ª Bienal Ibero Americana de Design, na qual receberam Menção Honrosa, viabilização de feiras, como Luxo Para Todos 2012 e 22ª edição da Paralela Gift, exposições como Fashion Tour de 2012, Fronteiras no espaço Brazil S/A em Milão que ocorreu concomitantemente ao Salão Internacional do Móvel de Milão de 2013, além de terem composto a cenografia da 33ª edição da São Paulo Fashion Week. A divulgação também ocorreu pela mídia impressa e digital em artigos no jornal Estadão, nas revistas Época, O Globo, Casa Vogue, Você S/A, na holandesa Frame Magazine e na revista Publica de Portugal.

Atualmente, o grupo, que passou a se chamar Associação de Mulheres da Várzea Queimada, estabilizou-se em vinte e sete mulheres e cinco homens, além das colaboradoras. Essas, que compõem um número expressivo de mulheres, não participam oficialmente da associação, mas colaboram ativamente com o grupo, fornecendo o trançado quando há pedidos muito volumosos. Dentre alguns dos motivos para que não se associem estão: o tempo despendido com afazeres domésticos que são incompatíveis com a dedicação exigida pela associação, embora mulheres com filhos pequenos sejam acolhidas para o trabalho; a postura de neutralidade política assumida pela associação que acaba por afastar mulheres ligadas a grupos políticos; e o machismo que as impede de se tornarem autônomas financeiramente, sendo coibidas por parceiros violentos de participarem da associação.

Embora o número de mulheres que vendam algumas peças em feiras livres da região tenha diminuído, essa ainda é uma prática existente. Essas peças possuem menor valor agregado e, por isso, um valor abaixo do obtido através da associação. As associadas trabalham sempre sob encomenda e não possuem problemas para encontrar compradores para a produção. A administração financeira é feita e o valor final de cada peça é calculado de acordo com o tempo despendido na produção somado ao valor pago pela matéria prima.

Apesar de ser abundante na região, a palha da carnaubeira provém de produtores particulares, portanto necessita ser comprada pelo grupo, no entanto parte do valor gasto é recuperado com a venda do pó que envolve a palha da carnaúba. Esse pó se desprende enquanto se trança a fibra e é vendido para indústrias de beneficiamento para que sejam transformadas em cera e então encaminhada para indústrias farmacêutica, alimentar, cosmética, química e eletrônica. A colheita da palha de carnaúba se dá entre 17 de junho e meados de dezembro e são necessárias cerca de 1200 carnaubeiras para a produção anual de cada artesã.

Figura XVII - Ilustração de um típico carnaubal presente no povoado de Várzea Queimada.

Figura XVIII - Ilustração da varanda da artesãs Rosário em que encontros sociais acontecem todas as noites.

Foi na calçada de sua casa que Rosário me explicou sobre as técnicas de trançar da palha de carnaúba. Chama de “perna” cada tira que compõe a trança. Com a variação na quantidade de tiras se obtém diferentes resultados: tranças mais largas ou estreitas e mais miúdas ou graúdas. Quando vendiam as esteiras na feira local, faziam-nas com 19 e 15 pernas, por darem um resultado mais rústico e serem mais rápidas para produzir. Para os produtos do portfólio atual, utilizam de 9, 7, 13, 17, 21 e as vezes, de 25 pernas. A trança de 15 pernas ainda é utilizada para fazer as ourelas das esteiras.

Rosário é uma das artesãs que tem uma das varandas em frente a sua casa que agrega as pessoas. É um lugar de encontro para trabalho e conversas todas as noites de Várzea Queimada. Sentada em uma das muitas cadeiras de espaguete de plástico que ocupam a porta da casa de Rosário, eu ouvi histórias, entendi relações sociais, entrevistei pessoas e entendi como a vida gira também em torno da trança de carnaúba.

Figura XIX - Ilustração da trança da palha de carnaúba com 17 pernas.

Foi nessa mesma calçada que vi o pó se desprendendo da palha de carnaúba ao ser trançada. Esse pó é de tipo B e tem valor abaixo do tipo A ou também chamado de pó de olho, que extraído do caule logo após a colheita. Foi ali que me explicaram que após as colheitas das folhas da **carnaubeira**, queima-se o terreno para fazer a limpeza. Mesmo após a queimada, numa terra que é naturalmente árida, a carnaubeira se mantém viva e forte.

As mulheres da palha, como se chamam, não restringem o trabalho somente as associadas, mas envolvem diversos moradores do povoado, já que compram a palha da palmeira de carnaúba de produtores particulares, contratam homens para colhê-las, compram a trança de mulheres que não são associadas e eventualmente pagam para moradores que possuem veículos para transportarem seus produtos até Teresina, de onde os despacham para os compradores. Assim, o trabalho do grupo envolve e gera renda para outros moradores de Várzea Queimada.

A associação fornece os produtos tanto para lojistas de todo o país quanto para o consumidor final. O contato direto com o grupo tem se tornado cada vez mais fácil pelo aumento do acesso à internet o que torna a comunicação mais dinâmica, permitindo aos poucos a superação da dependência de outros agentes para a negociação dos produtos.

Além do contato direto, há outros canais de contato que já foram e outros que ainda são utilizados, em maior ou menor intensidade, pelo Sebrae-Piauí, pelo escritório de design que fez a intervenção, que também promove bazares frequentemente na cidade de São Paulo, onde disponibilizam os

Figura XX - Ilustração da palmeira de carnaúba (*Copernicia prunifera*).

produtos e também há um representante comercial. Esses agentes encaminham os pedidos para o grupo. Os valores dos objetos são tabelados variando apenas o frete da entrega.

Os espaços pelos quais circularam o artesanato das mulheres de Várzea Queimada através dos produtos TOCA, são predominantemente destinados ao público de alto poder aquisitivo. Localizam-se em ruas ou centros de comércio que abrigam lojas de grifes, que oferecem produtos de design assinado e objetos para colecionismo e também circularam em eventos de moda e design⁶¹.

Em fevereiro de 2015, um novo grupo de cinco designers conceituados pela crítica especializada, coordenados pelo mesmo escritório da primeira edição⁶², realizou mais uma intervenção na associação, desta vez patrocinada por um banco privado⁶³. Essa edição teve como objetivo a produção de uma tiragem limitada de peças para o Clube de Colecionadores de Design do Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM), clube esse que tem o objetivo de fomentar o colecionismo. Junto com a equipe de designers, visitaram também a comunidade de Várzea Queimada mais quinze pessoas, a convite do Ministério da Cultura, que se encarregaram de registrar o artesanato do povoado com a finalidade de iniciar o processo de reconhecimento como Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

Essa intervenção resultou num livro bilíngue (português e inglês) que narra, a maneira da equipe proponente, a história de formação do povoado e sua configuração atual através de personagens históricas e de atuais moradores. A publicação também apresenta a narrativa da ação de design e como ela se inseriu aos conhecimentos locais. O livro, através de tópicos, evoca o território – “o povoado do sertão”,

---

61 Os produtos toca já circularam em lojas como Conceito: Firma Casa, L'oeil e Marchê art de vie de São Paulo, Tidelli em Brasília e em Salvador, ou ainda em feiras realizadas periodicamente em São Paulo, como o Design da Mata, feira Rosenbaum e a feira MADE que é parte da programação da Design weekend. Houve também uma remessa para a loja Droog Design em Amsterdã. O trançado do povoado, em 2016, foi utilizado para revestir as paredes da loja Cia. Marítima unidade shopping Pátio Higienópolis, localizado em um bairro que concentra as maiores rendas por habitante da cidade de São Paulo.

62 Os designers participantes dessa edição foram Alfio Lisi, Mauricio Arruda, Neute Chvaicer, Paulo Alves e Rodrigo Ambrósio coordenados por Marcelo Rosenbaum.

63 Banco Bradesco.

“seca”, “água”, “a toca”, “árvore da vida”, “ancestralidade”, “a cabra: uma entidade”, “são Sebastião: um santo protetor”, e também coloca o projeto de intervenção de design como transformador local:

*(...). Tudo começou a mudar no ano de 2012, quando chegou em Várzea um povo de longe, uma comitiva com cinquenta pessoas que vira, na palha, mais do que palha (...). Em um lugar pobre e esquecido, com nove meses de seca por ano, sem água encanada, sem internet, sem telefone, ocorreu uma confluência de criatividade que culminou numa explosão artística, mudando para sempre essa pequena comunidade. (...)*⁶⁴

Ou ainda:

*(...) E assim foi por muitos e muitos anos, até o ano de 2012, quando uma experiência de grande impacto mudou a vida em Várzea Queimada. (...) Foi quando um animado grupo de cerca de cinquenta pessoas chegou à cidade, liderados pelo sonho de um personagem visionário, o designer Marcelo Rosenbaum. Marcelo sempre acreditou em duas coisas. A primeira é a capacidade de as pessoas construírem o futuro com as próprias mãos, com a própria iniciativa, com a própria vontade de vencer. A segunda crença de Marcelo é o poder transformador do design. (...). Através do diálogo e do envolvimento de toda a comunidade, os saberes ancestrais de Várzea Queimada se uniram ao projeto “A Gente Transforma” e se transformaram em uma impactante experiência que transcendeu o artesanato e o design. Uma experiência que mudou a história de todos, que iniciou uma nova vida nos corações das pessoas que, de alguma forma, participaram dessa iniciativa.*⁶⁵

Embora o escritório que realizou a intervenção tenha de maneira clara em seu discurso que as ações não tenham o poder de realizar modificações diretas nos problemas de infraestrutura, que são de responsabilidade do Estado, adota a estratégia de expô-los sob caráter de denúncia, mas ao passo que tem a finalidade de chamar a atenção do poder público, se utiliza desse cenário para a construção do imaginário que compõe a intervenção de design e, consequentemente, a valoração dos produtos resultantes da ação:

---

64 Projeto Rosenbaum®_A gente transforma. A gente transforma. Várzea Queimada: Espírito, Matéria e Inspiração.2016,p.119.

65 Iden, p.121

É muito interessante o que está acontecendo em Várzea Queimada.

Poucas semanas atrás, o lugar era um povoado sem muitas perspectivas econômicas ou sociais. Sem água encanada, sem telefonia, sem saneamento básico, sem lazer e sem um projeto de geração de renda compatível com as necessidades das famílias.

É claro que nada disso foi resolvido ainda. Mas algo aconteceu.

A transformação começou pelo lugar aonde as verdadeiras transformações começam: pelo coração das pessoas. O povoado está unido e mobilizado para receber o AGT. Várzea Queimada abriu uma janela para o futuro.⁶⁶

Dona Silvana, que conheci em 2015, lavando roupa no rio, pertence a associação desde a sua fundação e foi, por algumas vezes, líder até a intervenção de design em 2012. É ela a artesã que foi fotografada com uma máscara em formato de cesto que encobre sua identidade, embora na fotografia ainda seja possível reconhecer sua força produtiva como artesã, porque carrega o resultado de seu próprio trabalho na cabeça e a matéria prima em suas mãos - a palha de carnaúba e também seja possível identificar seu território de origem. Essa fotografia compõe parte do material de veiculação da linha TOCA e foi amplamente divulgada.

Figura XXI - Ilustração da artesã Silvana concedendo-me entrevista na beira do rio enquanto lavava roupa.

⁶⁶ Várzea Queimada se mobiliza para receber o AGT. Disponível em <http://www.rosenbaum.com.br/agentetransforma/edicao-2/noticias> (consulta em junho/2015).

Dona Silvana, antes mesmo da fundação da associação, foi quem levou os produtos de Várzea Queimada para feiras de artesanato em Brasília. Foi ela que percebeu a necessidade da fundação de uma associação para que pudessem se articular melhor. E foi numa dessas feiras que ela recebeu a orientação de não se deixar ser captada por políticos locais. Essa postura adotada logo no início da associação acabou definindo seu caráter, que segue até os dias de hoje. O grupo não se deixa captar politicamente, apesar das constantes investidas por políticos locais. O grupo artesanal é um ótimo lugar para se ganhar apoio porque é de fácil contraproposta e possui número considerável de participantes e colaboradores, que, computados junto de seus familiares, representam quantidade extremamente significativa para eleger um vereador em cidades pequenas. As investidas políticas geram uma tensão dentro da associação. Como a liderança é eleita democraticamente pelas associadas, há um movimento ligado a políticos locais para tentar orientar o resultado com campanhas e contracampanhas. Interferindo inclusive nas relações interpessoais entre as associadas, criando um clima interno de desconfiança.

Marcilene foi eleita para ser líder da associação em um momento de tensão política, pouco tempo após a primeira ação de design ocorrer. Como a associação tinha ganhado grande visibilidade local, as investidas para a captação política se acirraram. Marcilene, que não apoiava a política de prestação e contraprestação, acabou tendo sua candidatura à liderança da associação combatida, mas acabou vencendo, e desde então, ela é a dirigente da associação. Embora, na teoria, haja um rodízio de liderança, na prática, é Marcilene que maneja e negocia a matéria prima e cuida de seu armazenamento, negocia os pedidos, distribui as encomendas entre as associadas, emite as notas fiscais e cuida das embalagens e do transporte.

Esses últimos dois pontos são apontados como problemáticos para as artesãs. O transporte das peças artesanais até o consumidor ou lojista é apontado pela associação como um problema ainda não solucionado, assim como o sistema de embalagens. Não

há na região, distribuidoras de caixas de papelão, por isso é muito difícil consegui-las. O SEBRAE enviou um designer para desenvolver embalagens feitas com os materiais disponíveis localmente, incluindo a palha de carnaúba e madeiras, mas devido ao alto custo elas não foram adotadas. Improvisa-se com plásticos e papelões disponíveis, mas reconhecem que não é a maneira ideal de se trabalhar.

Quando questionadas sobre o que desejam para a associação, muitas mulheres citam conseguirem um transporte próprio. O alto custo pago pelo frete pelo consumidor, segundo as artesãs, impede que elas aumentem os preços cobrados nas peças, trabalhando com uma baixa margem de lucro. A associação conseguiu estabelecer parceria com uma pessoa que realiza entregas mensais para lojistas em São Paulo e conseguem também realizar entregas em Salvador e na capital Teresina, mas para as demais localidades nem sempre a entrega é viável. O frete via correios além de caro, acaba também restringindo o tamanho das peças.

Essa restrição dimensional dos produtos fez com que as artesãs adaptassem o tamanho das peças projetadas durante a ação de design. Observando que peças menores eram escoadas mais facilmente, além de serem mais vendidas do que as maiores, as artesãs fizeram as adaptações necessárias. Marcilene, através de participação em feiras, portanto, depois de ter contato com o consumidor final, percebeu que as peças maiores são importantes para atrair a atenção dos clientes, mas que as mais vendidas são as menores. Por isso, elas ainda mantêm peças volumosas, embora adaptadas a tamanhos dentro dos padrões dos correios, ao contrário do proposto pela ação de design elas investem em peças menores. A artesã Rosário me mostrou as miniaturas que produziu dos modelos grandes: ao invés de cestos de 70cm a 1m de altura, Rosário produz os mesmos modelos com cerca 25 a 40cm e deixa exposto na loja da sede da associação.

Figura XXII - Ilustração da loja que as artesãs mantêm no povoado.

A loja recebe visitantes/turistas que a fama do projeto trouxe a elas e abriga não só os produtos do portfólio da ação de design, mas outros que elas mesmas criam. A inventividade delas se apropriou do raciocínio criativo empregado na ação de design e é possível vê-los nos produtos propostos pelas artesãs: a mistura do trançado da palha com a borracha; cestos com a mesma linguagem formal proposta na ação de design, mas agregados de alças ou deformados para assumirem novas funções. Peças de venda mais imediata são produzidas pelas mulheres da associação como bolsas, descanso de panelas, jogo americano, chapéus e etc. As mulheres perceberam que as peças feitas por elas, para uso próprio, são potencialmente criativas como indicado por Marcilene:

Ele (o designer) nunca veio com ideia fixa já pronta. Eles sempre vem fazer uma pesquisa na comunidade, resgatar o já tem na comunidade. (...) Sabe aquele bogoiózinho? Ele tirou a ideia de um que eu já tinha aqui. Eu tinha feito uma luminária, não deu certo, eu cortei e fiz um puxa-saco. Aí ele fez arredondado com a alça maior. Então ele nunca vem e fala: - Vou fazer isso na comunidade! Eles vem e faz esse estudo na própria comunidade. Eles pegam algo que já tem na comunidade, dá um design novo, mas sem fugir das característica e produz, faz o produto.

As mulheres de Várzea Queimada sentem falta de estabilidade de vendas para poderem fazer planos a longo prazo, como, estudar. Marcilene ainda diz que para que as vendas não ocorram sazonalmente, seria necessário que elas oferecessem os produtos a novos lojistas, incluindo lojas menores, de todo o país. Mas diz não possuir ferramentas para viabilizar essa ação. Hoje é uma empresa que representa comercialmente a associação de artesãs de Várzea Queimada que acessa novos clientes, mas sempre com o mesmo perfil de comprador.

Questionada sobre a tomada da função de divulgação e os caminhos rumos à autonomia, Marcilene me contou como enxerga a situação:

Como começar eu não sei, mas eu vou dizer que talvez hoje a gente seja capaz de ir lá fora tentar dar prosseguimento ao que o Marcelo fazia, não tanto quanto ele, por causa dos contatos dele, mas nós já temos reconhecimento, já temos experiência, aos poucos a gente já vai ganhando. Antes a gente só recebia pedido dele, hoje eu já faço meus pedidos daqui, eu recebo, eu negocio, eu passo valor, sabe? Eu negocio, faço a negociação e fecho pedido. Hoje eu sou capaz de fazer isso entendeu? Hoje talvez eu seja capaz de bater em qualquer porta, revista e pedir pra fazer a divulgação disso e daquilo. Antes eu me achava incapaz. Não é nem incapaz, como eu não vivia nesse mundo, eu não sabia por onde começar. Esse mercado novo me deu essa possibilidade hoje, hoje eu sou capaz de ir pra uma feira sozinha porque a primeira feira que eu fui a linguagem era outra (...). Era um vocabulário novo pra mim, e ainda tem muita coisa nova que eu pergunto: o que é isso? Na dúvida tem que perguntar, mas eu já entendo um pouco da linguagem deles, do mercado. (...) aos poucos eu vou ganhando autonomia. (..) Hoje eu me sinto capaz de buscar, não de pedir socorro exatamente.

E em relação a divulgação:

Hoje eu já me sinto capaz de buscar, nunca fiz isso, mas eu acho que sou capaz, se apertar eu consigo. Mesmo porque com o desenvolvimento do trabalho você vai convivendo com pessoas, você vai tendo outro conhecimento, você vai aumentando seus contatos e tem pessoas referências se eu precisar disso (...). Quer dizer, eu passei a raciocinar e buscar caminhos, saber quem é a ponte pra tal coisa, as redes. (...). Essa troca

de experiência, esse intercâmbio, essa convivência com essas pessoas, quer dizer, eu tenho mil contatos de pessoas pra ligar, precisando disso ou daquilo, (...) eu tenho como chegar lá e bater na porta que eu já sei que eles estão dispostos a me ajudar. Talvez eu encontre mais porta aberta lá fora do que aqui. Eu não sei se acontecer que em algum momento da gente ter que caminhar com as próprias pernas, eu sei que fácil não vai ser, mas não vai ser mais um abismo como era antes, mesmo porque depois do projeto, da internet, já facilitou, já tem telefone (...) Então a gente já tem ferramentas o suficiente. (...)

Assim, embora as artesãs não indicarem que a ação de intervenção tenha previsto um momento para a emancipação da comunidade artesã, ela pode acontecer de maneira natural e Marcilene já se sente preparada para administrar esse novo cenário. Apesar de sinalizar cansaço em administrar tudo praticamente sozinha.

Marcilene diz que as mulheres muitas vezes acabam se julgando incapazes de assumir tarefas de grande responsabilidade. O antigo lugar marginalizado em que as artesãs viviam, constantemente desvalorizadas, no tempo em que as vendas eram restritas ao comércio local, ainda exerce poder sobre o imaginário coletivo, imobilizando as mulheres, impedindo-as de reconhecer suas capacidades.

É constante as investidas morais contra as mulheres associadas, desmerecendo o trabalho delas. As chacotas recaem principalmente sobre as meninas do povoado que sabem trançar a palha. Isso acaba impedindo que jovens mulheres se aproximem do trabalho da associação e isso é visto como preocupante, porque para muitas mulheres, o artesanato foi um meio de fixação no território, libertando-as de migrações em busca de trabalhos em situações vulneráveis nos grandes centros. As mulheres ainda sonham que os jovens se capacitem para dar continuidade ao trabalho da associação. Assim, poderia quebrar-se o ciclo crônico que levam os jovens para longe Várzea Queimada.

Depois da tempestade: Conclusões sobre o campo

- 6.1 Reinvenção como resistência
- ■ 6.2 A união contra a vulnerabilidade
- ■ ■ 6.3 Políticas públicas contra o assédio dos coronéis
- ■ ■ ■ 6.4 O machismo mata, diminui e paralisa
- ■ ■ ■ ■ 6.5 Design de impacto social ou design de ativismo? Entre o imediatismo e a sustentabilidade
- ■ ■ ■ ■ 6.6 De qual desenvolvimento precisamos?
- ■ ■ ■ ■ ■ 6.7 Que a autonomia seja a utopia: o design para a emancipação

6.1 Reinvenção como resistência ■

Depois da tempestade: Conclusões sobre o campo

A organização da vida cotidiana nos povoados é dinâmica. A vida a todo momento se rearranja, seja porque um familiar se ausenta em busca de trabalho nos centros urbanos, porque a atividade dos bens naturais interfere no planejamento local: a ausência das chuvas frustra a colheita no campo semeado, o baixo volume de água do rio inviabiliza a tradição pesqueira que provê os moradores; ou ainda porque forças políticas locais desarticulam ações viabilizadoras da estrutura social.

Assim, da mesma maneira que os artefatos artesanais são aprimorados ao longo de gerações para atenderem a demandas locais, eles podem deixar de ser produzidos quando não são mais necessários. Da mesma forma, eles podem ser reconfigurados para atender a novas necessidades.

Isso se deve ao fato de que a cultura é viva e tentar conservá-la artificialmente pode levar a sua comunidade de origem ao colapso social. O temor de que a cultura local seja extinta quando passa a ter contato com influências externas é desfeito quando esse contato é feito de maneira a não negar sua constituição mas sendo ferramenta de resistência. Bonsiepe (2011, p.53) sugere que uma das melhores oportunidades para que uma comunidade se mantenha saudável socialmente é realizada quando ela passa a ter acesso aos conhecimentos e Paulo Freire (2015) aponta que o acesso aos conhecimentos universais flexionados à cultura local leva à um processo de emancipação rumo à autonomia.

Canclini (2013, p.238), ao discutir a inserção de economias tradicionais à cenários modernizantes, aponta que suas consequências dependerão da orientação do encontro. Pode-se provocar um cenário próspero pautado em referências culturais locais mas também pode-se gerar um ambiente de exploração trabalhista, submetendo a comunidade local a uma situação desigual de poderes.

É verdade que o interesse do mercado nos artefatos de feitura tradicional e sua forte presença em seus povoados de origem, pode ser um elemento de desestabilização comunitária, provocando a concorrência entre os artesãos, rompendo com aspectos culturais em prol da produtividade, além de dilacerar o reconhecimento do trabalho como extensão da vida para se submeter às exigências dos consumidores.

Mas, também é verdade que a presença do mercado pode respaldar a manutenção dos saberes tradicionais, provendo os meios necessários para que a comunidade consiga se sustentar social e economicamente a partir de seus próprios conhecimentos, promovendo a fixação das pessoas em seus territórios de origem e fomentando a inventividade a partir de seus próprios saberes.

Em visita ao complexo, composto por atelier, museu e loja, criado em torno do trabalho do artesão Espedito Seleiro, em

Nova Olinda do Ceará, na culturalmente fértil microrregião do Cariri, pude conversar com o mestre e visualizar como o assédio do mercado pode provocar a resistência do artesanato por meio de sua reinvenção.

A região do Cariri além de abrigar sítios arqueológicos, atraindo pesquisadores, também conta com a Universidade Regional do Cariri (1986) e a Universidade Federal do Cariri (2013) que ofertam diversos cursos, inclusive cursos ligados à arte e design. Ademais, é a região que recebe os romeiros devotos Padinho Ciço, que, além de ter sido um líder religioso, estimulava o trabalho artesanal e pregava o dogma “em cada casa um oratório, em cada quintal uma oficina”⁶⁷, o que pode ter estimulado a criação das pequenas oficinas artesanais, de madeira, cerâmica, couro e etc que são encontradas na região.

Especificamente na pequena cidade de nova Olinda é possível encontrar a Fundação Casa Grande - Memorial do Homem do Cariri⁶⁸, que promove o resgate da formação sociocultural da região, herdada da miscigenação da etnia kariri e da colonização, além de promover projetos sociais e artísticos; o Teatro Violeta Arraes que oferece espetáculos para o público geral e também forma gestores culturais e técnicos; e por fim, o Museu do Ciclo do Couro que destaca a figura do seleiro e da cultura sertaneja e porta um memorial que conta a história da família do mestre Espedito Seleiro.

O mestre Espedito Seleiro trabalhou em parceria com estilistas e designers, além de ter vestido artistas do universo musical. Em 2014 o estilista Ronaldo Fraga se inspirou no mestre e em seu território para compor a coleção que apresentou no São Paulo Fashion Week. Em 2015, sr. Espedito produziu uma coleção para a grife de móveis Firma Casa em parceria com os designers brasileiros Irmãos

---

⁶⁷ Em 2012 ocorreu a exposição em memória do padre no Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, no Campo de São Cristóvão- RJ, a exposição de nome Meu Padinho Padre Cícero - Em Cada Casa um Oratório, em Cada Quintal uma Oficina, que revelava a devoção da população local através de objetos produzidos manualmente. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Acesso em novembro de 2017.

⁶⁸ O censo de 2012 do IBGE indicava 14.586 habitantes.

Campana, as peças foram expostas na feira de design de Miami.⁶⁹ O artesão também já assinou para grifes de roupas como Cantão, Farm e Cavallera.

Encontrei o mestre Espedito Seleiro atrás de sua bancada de trabalho, ele costurava uma sandália. Ao redor, havia outras bancadas das quais duas estavam ocupadas por jovens, sobrinhos do mestre. Pendurado nas paredes havia peças de couro cortadas, muitos moldes de corte e diversos retratos do mestre com figuras famosas, além de recortes de revistas. Em cima da bancada as ferramentas de trabalho estavam dispostas: facas, guias, martelo e moldes de sapatos. Num canto, observei uma pilha de peças inteiras de couro colorida.

O mestre, já acostumado com entrevistas, perguntou se eu iria escrever para publicar em alguma revista. Expliquei o teor investigativo da minha pesquisa, que buscava entender como os artesãos lidavam quando passavam a produzir para um mercado além do local e que queria entender como ele lidou com o assédio do mercado. Ele me respondeu que há duas questões envolvidas e que necessitam estar equilibradas: a primeira diz sobre a possibilidade de manter as tradições brasileiras e a segunda diz respeito a conseguir viabilizar economicamente o trabalho dos artesãos, sob uma perspectiva coletiva, familiar.

Espedito Veloso Seleiro aprendeu como tratar o couro com o pai, que além de seleiro, era também vaqueiro. Trabalhava com sua própria criação, mas era chamado para recuperar fazendas que se encontravam em desarranjo e durante a temporada nesses lugares produzia o que chama de arriação do vaqueiro: confeccionava cangaias, celas, gibões, sapatos, chapéus e tudo mais que compunha a indumentária do vaqueiro.

A história que se conta é que o pai do mestre Espedito foi procurado por um cangaceiro do bando de capitão Virgulino, o Lampião, para encomendar sandálias de sola retangular que deixavam pegadas que

---

69 Informação disponível em <https://casaclaudia.abril.com.br/moveis-acessorios/video-espedito-seleiro-o-rei-do-couro-no-brasil/>. Consulta em fevereiro de 2018.

confundiam os soldados durante as fugas. Essa história é sempre acompanhada da biografia do mestre, compondo o imaginário usado na circulação de seus produtos.

Mestre Espedido Seleiro trabalhou com o pai até compor família e continuou produzindo o traje completo para vaqueiros. Com a morte precoce do pai, sendo o artesão o filho mais velho, se responsabilizou pelos proventos de todos os nove irmãos, da mãe, além, de seus seis filhos e esposa. Trouxe a mãe e os irmãos para a cidade de Nova Olinda, onde já possuía uma pequena oficina e todos trabalhavam com o couro. Mas a demanda pelos artefatos de couro para vaqueiros foi se tornando cada vez menor, declinando tanto o volume de encomendas como as vendas nas feiras locais.

Ou eu vou ter que mudar pra vender ou eu vou ter que ir pra roça que nem esse pessoal todinho. A roça você sabe que nós não temos um inverno que a gente possa confiar. Já aconteceu comigo de gastar tudo o que tinha e no fim perdia. Eu vou experimentar! Um dia cheguei da feira com raiva porque não tinha apurado dinheiro, aí eu disse pra minha esposa: Ô, eu não vou parar porque eu gosto da produção, e também é uma tradição que já vem de família, eu tenho que manter isso, mas eu vou mudar! Quando eu chegar agora numa loja ou numa feira com um produto meu, que eu faço aqui, o cara não vai dizer que não compra porque já tem. Ele vai dizer eu não compro porque não tenho dinheiro, porque não tenho confiança, não posso comprar. Mas que é diferente é. Foi o que aconteceu. Aí eu mudei pra fazer as peças coloridas, que a gente já fazia o desenho mas a gente fazia o desenho na cela, do gibão, só na costura, aí eu falei: agora vou caprichar! Aí eu fui procurar matéria prima pra comprar a cor que eu precisava, aí não tinha no mercado, o couro era de uma cor só.

Objetivando a inovação, o artesão iniciou uma investigação formal a partir da matéria disponível no território, aliado aos conhecimentos tradicionais:

Fui procurar a tinta e também não tinha (...). Aí eu me obriguei as primeiras peças que eu mudei, eu enterrei o couro na lama do açude, lá na Emburana, a fazenda onde a gente morava, e depois eu peguei a cinza da catingueira, eu tinha aprendido com meu pai, com meu avô. Aí fiz a dicuada da cinza da catingueira. A dicuada é assim, não sei se você sabe, mas é assim: você pega uma fogueira grande, queima, com a cinza da catingueira e coloca dentro daquelas latonas grandes de querosene desse tamanho assim. Chama gaio de jacaré, ainda hoje parece

que tem algumas- nunca mais eu vi mas parece que ainda existe. Aí a gente enchia de cinza, fazia aquela gororoba, pendurava num galho de pau lá, ou em casa mesmo, furava um buraquinho no fundo, aí caía só aquele líquido da cinza, quando você triscava na língua era comendo tudo assim. Aí a gente enterrava o couro dessa cor aí, cru, aí colocava dentro da dicuada, deixava passar três dia e ficava bem branquinho que nem esse daqui. Ele chupa aquele vermelhão do couro, aí começa a puxar, puxar, puxar... aí quanto mais você puxa, mais ele vai ficando branco. Aí depois você espreme como quem espreme uma roupa, aí sai todo aquele vermelhão e fica bem alvinho, só que fica duro (...) aí você passa o brunidor que é um pedacinho de madeira e ele fica bem lisinho e aí você passa qualquer óleo, nessa época a gente passava óleo de peixe, que gente morava perto de um açudão (...) ficava bem macio pra fazer as costurinhas. E o vermelho eu fiz a experiência na base do urucum, primeiro eu fiz água, aí a bicha ficou toda manchada (...), aí eu testei com álcool e deu certo. Aí pronto, aí eu comecei a fazer as peças. Branco, vermelho, preto e marrom. O marrom eu fiz com a casca do angico, o preto com a lama do açude, o vermelho com o urucum e o branco com a cinza da catingueira.

Sr Espedito começou a distribuir as sandálias coloridas nos mercados locais. Alemberg Quindins, idealizador da Fundação Casa Grande - Memorial do Homem do Cariri e também a socióloga e ativista pela educação e cultura Violeta Arraes que tinha forte atuação na região começaram a circular com as peças do artesão para além dos espaços locais, contribuindo para a divulgação do trabalho do mestre.

A fama do artesão começou a correr o país e as encomendas começaram a chegar. Com o tempo começou a circular também pelo mercado de luxo, quando em parceria com designers e estilistas. Como o Sr. Espedito Seleiro circula autonomamente por diversos mercados, não se dispõe a qualquer exigência mercadológica que lhe solicitam: “Eu gosto de fazer minhas coisas do jeito que eu gosto, se você chega me aconselhando aqui pra eu fazer alguma coisa, um melhoramento, eu aceito o conselho mas é difícil eu combinar”.

Quando as vendas começaram a aumentar, Espedito Seleiro criou uma Associação Familiar onde perpetua os conhecimentos tradicionais e que hoje envolve toda sua família: filhos, netos, noras, sobrinhos e

etc. Por outro lado, os meninos, como são chamados pelo mestre os familiares mais novos, negociam as encomendas pela internet.

A partir da experiência do mestre Espedito Seleiro, é possível observar que o mercado pode ser o suporte para que artesãos consigam sobreviver de seus saberes tradicionais. Mas é importante ressaltar que seus produtos não circulam apenas por um mercado restrito. A rede construída pelo artesão não se resume ao mercado de luxo, e sua oferta não se restringe a peças mediadas por designers.

A rede diversificada estabelecida pelo artesão, a partir da articulação de atores locais na convivência comunitária, permitiu que ele circulasse autonomamente por diversos mercados. Tornando-se independente de atores que se propõe fazer a mediação ou a consagração cultural de seus produtos.

A reinvenção é uma forma que os artesãos utilizam para continuarem existindo por meio de seus saberes tradicionais. As artesãs de Várzea Queimada, ao perceber que o portfólio de produtos projetados em parceria com os designers para o mercado de luxo não seria suficiente para se manterem financeiramente, ocuparam a loja que existe na sede da associação com objetos de venda imediata para visitantes ocasionais: bolsas, pequenos cestos, puxa-sacos, porta pano de prato, descanso de panelas e etc. A artesã líder da associação, Marcilene, contou-me que gostaria de conseguir meios para circular mais facilmente em mercados para além do mercado de luxo, supondo ser um caminho possível para a estabilização financeira.

As bonequeiras de Esperança, embora não tenham mais as bonecas como fonte principal de renda, ainda mantém a produção das bonecas mas suportadas em diferentes funções como lembranças de batizado e casamento e móveis para berço.

A produção de arte popular na Ilha do Ferro é resultado da reinvenção de artesãos que tem seus saberes no trato com a madeira originários da prática de construção de barcos e que devido ao declínio da pesca pela nova dinâmica do rio São Francisco, resistiram em seu territórios através de seus conhecimentos tradicionais.

6.2 A união contra a vulnerabilidade ■ ■

Depois da tempestade: Conclusões sobre o campo

Antes de associadas, as artesãs de Várzea Queimada vendiam cestos e esteiras na feira local. Não há nenhuma artesã com quem conversei que não lamente a humilhação a que eram submetidas naqueles tempos. A esteira era resultado da dedicação de uma semana inteira de trabalho e, as vezes, as artesãs tinham que vende-la pelo preço de duas passagens de ônibus, para pelo menos custear o deslocamento do povoado até o centro da cidade. Os compradores locais desdenhavam do trabalho comparando as peças entre si sempre no sentido de desvalorizar a produção.

A primeira associação chamada de Associação de Mulheres Unidas de Várzea Queimada, permitiu a articulação daquelas mulheres, que deixaram a feira local e passaram a fornecer sua produção para feiras de artesanato nacionais. A artesã Silvana,

que era a líder da associação, conta que recebiam apoio para as viagens nas quais expunham o trabalho feito com a palha de carnaúba e como as vendas eram fartas, o grupo passou a ganhar autonomia das vendas locais.

A associação de bonequeiras de Esperança, articuladas, conseguiam apoio para também participarem das feiras nacionais de artesanato em que relatam, vendiam cerca de mil e quinhentas bonecas. Como associadas, conseguiam transporte, alimentação e hospedagem e durante certo tempo, se articularam com outras associações artesãs da Paraíba e conseguiram a disposição de um ônibus do Governo do Estado para transporte de representantes e de mercadorias para as feiras nacionais, onde ocorriam as vendas mais significantes do ano.

Já os artesãos da Ilha do Ferro se recusam a associarem-se, alegando a falta de objetivos em comum, embora reconheçam que deixam de conquistar melhores condições perante o mercado. Percebi que além de objetivos em comum, a desarticulação também origina-se numa disputa pelos holofotes. O caráter de expressão individual do trabalho exercido provoca em alguns artesãos uma postura ensimesmada e que tende a rebaixar o trabalho de seus colegas. A associação exigiria rearranjos nas relações sociais e certas concessões, o que aparentemente alguns não estão dispostos a fazer.

Assim, a falta da associação gera a concorrência entre os artesãos que disputam cada escasso turista que passa na região. Presenciei uma situação de intriga em que compradores, em visita a um artesão, foram informados que o atelier de outro artesão, vizinho de algumas casas de distância, estava fechado devido a viagem que a família havia feito até a capital Macció. A informação manipulada pode ser ouvida pela vizinhança, gerando constrangimento geral.

Ainda é comum que colecionadores orientem o caráter dos trabalhos a serem executados, como paleta de cores a serem utilizadas, indicação de aspectos formais, tipos de função que o

objeto deverá cumprir e etc. Assim, submete-se o trabalho dos artesãos, sem nenhuma hesitação, aos mandos do mercado.

Entretanto, um exemplo da própria Ilha do Ferro mostra que a inventividade individual pode coexistir com a união. No outro núcleo de artesãos, situado na área de assentamento do MST, as habilidades diferentes se articulam de modo a potencializar as diferenças e abrangerem diferentes tipos de públicos: colecionadores de arte popular, turistas que ali chegam e os frequentadores das duas grandes feiras anuais do MST das quais participam.

Assim, o que se pode observar é que quando os artesãos se unem, há mais poder para negociar com o mercado, protegendo-se contra o assédio que por muitas vezes os deixam vulneráveis a ações que os rebaixam, diminuem e podem até romper com um equilíbrio social local.

6.3 Políticas públicas contra o assédio dos coronéis ■ ■ ■

Depois da tempestade: Conclusões sobre o campo

Observar certos costumes das comunidades, aumenta a compreensão das forças que atuam naqueles territórios. É comum ver casas com lambe-lambes de políticos locais em suas portas e fachadas. O apoio ao candidato fica exposto durante todo o período eleitoral e caso ele seja eleito, mantém-se a imagem do político estampada nas casas. Assim, esperam-se cargos indicados, privilégios no repasse de programas federais e municipais, entre outros benefícios.

A disputa por votos nas eleições municipais é acirrada e em lugares pouco populosos o assédio por votos acontece a nível pessoal. Por isso, a captação de uma associação artesã, junto de seus familiares, pode garantir quase um um terço dos votos necessários para eleger um vereador local.

O assédio sofridos pelas associações artesanais são feitas por abordagens diferentes, as vezes se dá por promessas, às vezes se dá por ameaças e retaliações. Promete-se apoio para viabilizar a participação da associação em feiras regionais de artesanato, acesso a transporte, disponibilidade de aparato técnico como contadores e advogados da prefeitura. Conseguem viabilizar a construção ou a regularização para a sede da associação. Esse apoio pode ser propulsor da expansão da associação, mas gera dependência.

A retaliação se dá quando acontece a alternância de poder. A troca da gestão pública pode estagnar o acesso ao apoio rotineiro e a associação pode não conseguir se manter ativamente da mesma forma. Era o que acontecia frequentemente na Associação de Bonequeiras de Riacho Fundo.

Havia gestões políticas que ofereciam suporte para essa associação, resultando principalmente na ampla participação em feiras por todo o país, garantindo um significativo volume anual de vendas. O suporte da prefeitura local disponibilizou funcionários para quando necessário e foi por isso que as artesãs tiveram acesso a um advogado quando o maior comprador enviou o contrato que as faria perder o poder sobre seu próprio trabalho, orientando-as a não assinarem.

Mas subverte-se a ordem do coronel quando as associações são emancipadas. Não dependem de favores porque são instrumentalizadas seja para agir juridicamente ou ainda como manejar a parte financeira para possuírem reservas para quando for necessário. A orientação para que as associações consigam se manter por si é fundamental para resguardá-las do assédio. Foi o que aconteceu em Várzea Queimada.

O assédio por parte dos políticos locais nessa associação artesã é grande, reforçado pela projeção midiática que a associação possui devido à intervenção de design que sofreu. A líder Marcilene prefere manter a neutralidade, por isso não recebe nenhum tipo de apoio da prefeitura. Mas, por conhecer todos os

trâmites e processos burocráticos para o efetivo funcionamento da associação, se mantém autônoma à politicagens locais.

A vulnerabilidade se dá, em parte, porque o Programa de Artesanato Brasileiro, diretriz de nível federal que regula a questão, não define medidas efetivas que assegurem o funcionamento de comunidaes artesãs que se dispõem ao mercado. É possível que caso promovesse e garantisse orientações jurídico-financeiro, facilitasse o acesso à eventos do setor em âmbito nacional e promovesse o acesso a diversos atores da rede de relações, incluindo os compradores finais, parte do assédio de governanças locais encontraria pouco respaldo nas necessidades das associações artesãs.

6.4 O machismo mata, diminui e paralisa ■ ■ ■ ■

Depois da tempestade: Conclusões sobre o campo

O que explico aqui já foi dito nos relatos em campo, mas não posso deixar de pontuar como o machismo ocorre de maneira sistemática. Isso porque ele quer manter as mulheres no ambiente doméstico para se apropriar de sua mão de obra servil e de seu corpo como reprodutor de mais mão de obra, e isolá-las para evitar qualquer articulação no sentido de subverter a ordem rumo à emancipação.

A historiadora Silvia Federici (2017), especialista na situação da mulher durante o firmamento no capitalismo nas sociedades modernas, nos mostra como foi para as mulheres o período de caça às bruxas no final da Idade Média e início da Moderna no qual foi forjada a atual configuração de feminilidade e domesticidade imposta a nós, mulheres, para desarranjar nosso poder social. Mulheres eram proibidas de trabalhar nas guildas,

associações de artesãos surgida na baixa idade média (op cit.,p.181-190). Quando trabalhadoras fabris, por muitas vezes deviam entregar o baixo salário ao marido. A expropriação das terras comunais, lugar de domínio feminino, e seu impedimento a desempenhar funções ativas na nova sociedade urbana, delegou o ambiente doméstico e privado para as mulheres.

A autora (2017, p.335) ainda revela que a amizade entre as mulheres foi combatida e desarticulada, forçando as mulheres a delatar umas as outras para os inquisidores. Foi nesse momento que palavra *gossip*, que até então significava amizade, passou a significar fofoca. As mulheres artesãs de Várzea Queimada relatam que mesmo depois de terem seus trabalhos inseridos num circuito de comércio além do local, ainda recebem de outras mulheres os mesmos xingamentos que depreciam os fazeres artesanais de quando possuíam o trabalho marginalizado nas feiras locais.

Essas mulheres, que eram sistematicamente menosprezadas perante todo o povoado por não conseguirem proventos advindos de seus saberes e fazeres do trabalho de uma semana inteira no artesanato, sem sucesso de venda nas feiras locais aos finais de semana, ainda receiam o retorno à marginalização do trabalho nas vendas nessas feiras, o que é explorado por aqueles que não querem as mulheres autônomas. A depreciação pela comunidade em torno do grupo de mulheres artesãs, que em resposta a esse cenário inicialmente se autodenominavam Mulheres Unidas de Várzea Queimada, afasta jovens e mulheres do povoado a juntarem-se ao seio do grupo artesão.

O machismo assassinou a líder da associação de Riacho Fundo porque ela ousou se libertar de um ciclo de violência doméstica. A possibilidade de emancipação proporcionada pelo trabalho que a artesã executava na associação quebrou com a estrutura de subordinação da qual aquela mulher se via cativa. Ao solicitar o divórcio, a ira pela perda do domínio masculino sobre a vida da mulher fez com que esse marido assassinasse a artesã que se emancipava, o ódio não estava restrito somente ao lugar

privado mas a toda nova ordem que se estabelecia, de mulheres que se tornavam donas de si. A ameaça que pairou sobre a volta do criminoso para completar o plano de ceifar a vida de outras artesãs, junto a ameaças que surgiram no próprio ambiente doméstico das outras artesãs, acabou por desarticular o lugar de acolhimento, fortalecimento e apoio conjunto que era a associação, paralisando qualquer tentativa de reação.

Delegam-se às mulheres do povoado de Ilha do Ferro o bordado boa noite do qual a rigidez métrica constituinte da malha diminui o lugar da criação e invenção, resultando num trabalho primoroso mas ausente de protagonismo. Para o estrelismo da arte popular reservam-se os homens, apesar dos acabamentos como as pinturas das peças serem por muitas vezes feitas pelas mulheres e filhas no âmbito familiar, quem assinará as peças será o artesão. Quando a jovem Camille ousa a produzir suas próprias peças e aventurar-se num caminho de investigação estética, é desdenhada por parte da comunidade a fim de conter seu protagonismo.

Por fim não posso deixar de relatar a visita que fiz a uma artesã. Do lado de fora da sua casa, separadas por uma cerca de galhos de árvores, a convidei para a entrevista. A artesã me pediu um momento para solicitar a permissão ao marido que estava nos fundos da casa. A porta foi aberta e fui convidada a adentrar a casa. Na sala estavam suas filhas acuadas num canto e havia três cadeiras, uma para a artesã, uma para mim e na terceira estava sentado o marido. De pernas abertas, apoiava os cotovelos nos joelhos e me olhava de maneira intimidatória, parecia um cão de guarda que rosnava e vociferava a minha presença. A artesã de olhar doce me respondia calmamente, as vezes buscando aprovação do marido. Ao final, pediu mais uma vez a aprovação dele para assinar o termo de consentimento e autorização da entrevista. Saí daquela casa receosa com o que aconteceria depois de minha partida.

Dessa maneira, ações que visem a superação da marginalização no qual o artesanato por muitas vezes se encontra perante o mercado, anteriormente devem se ater a romper com o machismo estrutural que ronda as mulheres artesãs na execução de seus saberes e fazeres, quando sós e quando organizadas em coletivos.

6.5 Design de impacto social ou design de ativismo? Entre o imediatismo e a sustentabilidade ■ ■ ■ ■ ■

Depois da tempestade: Conclusões sobre o campo

Ramia Mazé (2014,p.3), professora e pesquisadora de práticas participativas no design, elucida que política diz respeito ao estabelecimento, a reprodução ou a desconstrução da hegemonia. O design, por estar sempre agindo no mundo de forma a reafirmar ou romper com a ordem estabelecida, está sempre a fazer política.

O design tem se dedicado a se colocar na complexa dinâmica da inovação social e proposto alternativas para problemas da sociedade. Muito mais do que projetar um produto, o design atua também em diversos processos organizacionais de forma colaborativa com outras esferas do conhecimento. Assim, deixa a metodologia convencional, que o coloca como o proponente da cultura material, e passa a ser

articulador entre recursos e diversos atores sociais (MANZINI, 2015).

Ramia Mazé (2004) aponta que a inovação social pode ser pautada por uma lógica familiar e filantrópica, delegada a setores privados, ou os problemas podem ser redistribuídos para a sociedade civil com o amparo do Estado. Cada qual tem seus riscos e necessitam de diferentes tipos de negociação entre Estado, mercado e população civil.

Como visto em Bourdieu (2011, p.168-171), a tomada de posição política/cultural pode romper ou manter a estrutura de dominação presente. E para a Ann Thorpe, designer de estratégias colaborativas, esta é a diferença entre o design de impacto social e o design de ativismo. O design social é aquele que fornece melhores condições de vida para as pessoas, já o design de ativismo pode ser considerado aquele que toma e devolve o poder político e cultural para grupos tradicionalmente invisibilizados, de forma disruptiva. É evidente que atender a demandas imediatas é de extrema importância e crucial para alguns cenários de urgência e não se deve negar oferecer soluções para tais situações, ainda mais para grupos historicamente privados de acesso a elas. No entanto, almejar promover uma mudança no sentido de gerar emancipação e autonomia comunitária é pensar de maneira sustentável.

Sob esta perspectiva, tomando o design como agente político, e sendo ele mediador no processo de mercadorização de artefatos artesanais, podemos pensar dois tipos de postura: a que preza o design social e aquela que propõe ser de ativismo.

Qualquer análise classificatória, em relação aos casos das comunidades artesãs apresentadas neste trabalho teria um caráter pontual. O mais vantajoso é pinçar experiências que apontam em direção ou do design social ou do design de ativismo e debatê-las.

O design quando em face à comunidade artesã, pode se portar a viabilizar processos ou a impor metodologias. O que pode ser concluído é que quando o processo de feitura é proposto a partir da observação da dinâmica, dos conhecimentos e habilidades locais, ela é apropriada pela comunidade e potencializada. Foi dessa maneira que ocorreu em Várzea Queimada, quando Marcilene observou a potencialidade dos utensílios feitos para o cotidiano, quando a adaptação de um puxa-saco de sua casa se tornou a luminária oferecida ao mercado, ou ainda quando Rosário propôs miniaturas das peças produzidas na ação de design para facilitar a compra imediata. Em parte aconteceu na Ilha do Ferro, na experiência de Zé Crente, que já pintava suas peças com tinta a óleo e apropriou-se de técnicas de misturar a tinta formando colorações rajadas. Por outro lado, nem Zé Crente, nem Valmir Lessa ou Petrônio, se apropriaram de novos elementos sugeridos pelos designers. Zé Crente “tomou fora” as ferramentas de marcenaria deixadas pelo designer porque a voltagem era diferente da disponível, vendendo-as no centro da cidade, Valmir Lessa não se interessou em trabalhar com metal, proposto pelo designer, e Petrônio, apesar de admirar o trabalho em cerâmica, reconhece-o como um trabalho alheio ao dele. Da mesma forma as bonequeiras de Esperança não perceberam aplicação imediata após terem tido seus produtos utilizados como componentes de mobiliário assinado.

Da mesma maneira, ao privilegiar fornecer uma metodologia de trabalho respeitando e preservando a dinâmica local, ao invés de oferecer meios postíços, facilita-se a apropriação dos meios para compor novos cenários pela própria comunidade, propiciando a reinvenção local. Deixar o processo de design em aberto, mesmo existindo um produto final, ou ainda propondo produtos potencialmente mutáveis, favorece a comunidade em busca de autonomia.

Ainda sobre a importância de respeitar as dinâmicas locais, vale ressaltar que ela não diz respeito somente a questões técnicas, mas também diz respeito a questões socioculturais. As mulheres artesãs de Várzea Queimada sofriam abusos morais advindos de pessoas do próprio povoado devido ao desmerecimento do trabalho subvalorizado nas feiras livres locais. Por isso as

mulheres que se dedicavam ao trabalho com a trança da palha de carnaúba eram menosprezadas localmente. Mesmo com a ação de design, esse abuso moral continuou. A segunda ação de design foi realizada num período de Corpus Christi, e por isso as mulheres trabalharam no projeto nos dias que religiosamente se guardam por devoção. Isso acabou aumentando o estigma sofrido localmente pelas artesãs, principalmente entre as mais idosas.

A insurgência advinda do design pode vir a partir de seu lugar de privilégio perante a sociedade, como proponente de produtos e processos, e também perante o mercado. Tendo o designer facilidade em acessar os holofotes sociais, cabe a ele direcioná-lo para o lugar certo. Caso mantenha-o apenas em si, mantém-se também uma relação de autoridade perante a comunidade artesã, mas caso o designer enfoque-as, ele pode promover a existência delas por si só, impulsionando a autonomia local.

Quando as bonecas de pano Esperança compuseram as peças de mobiliário de design assinado, a comunidade e seus saberes passaram a ser conhecidos além de seu entorno, propiciando ampliação da sua área de atuação, embora não conseguissem circular autonomamente pelos mesmos mercados. Isso gerou um cenário imediato de prosperidade econômica e social, mas com o passar do tempo, quando a instituição mediadora foi cessando o trabalho com a comunidade e quando o escritório de design parou de compor as peças com as bonecas, as vendas entraram em declínio até a associação encerrar suas atividades. O cenário após quase vinte anos é de vendas esporádicas por parte de algumas artesãs, mas não estável.

Já a proposta de parceria entre artesãos e designers na Ilha do Ferro, com os objetos em madeira, segundo os artesãos, não resultou em desdobramentos imediatos no sentido de expansão do mercado consumidor, que continuou circunscrito aos mesmos colecionadores de arte popular, embora reconheçam que é importante para se tornarem mais conhecidos nos grandes centros urbanos.

O trançado da palha de carnaúba atingiu localidades além de seu próprio território, mas circulando predominantemente no restrito mercado proposto pela ação de design, o que é lamentado pelas artesãs que sentem dificuldades para expandir as vendas e conseguir maior estabilidade financeira para poderem fazer planos a médio e longo prazo. No entanto, cinco anos após a primeira intervenção, a associação se sente mais confortável para fazer negociações e acessar esse mercado de forma relativamente independente do escritório de design e da instituição mediadora.

O contato das comunidades artesãs com os compradores/lojistas tem se dado nos últimos de forma crescente devido à popularização dos meios de comunicação, que dispensam intermediários e permitem a negociação direta. Embora possa ser função do design pensar processos que forneçam ferramentas para as comunidades artesãs acessar eficientemente canais de divulgação e comercialização de seus produtos, o uso de ferramentas tecnológicas para esses fins tem se dado a partir das próprias comunidades artesãs, de certa forma, experimentalmente.

Assim, direcionar os holofotes para as comunidades artesãs é importante, mas não é suficiente para que elas atinjam uma situação autônoma. Para isso, é também necessário que os projetos de intervenção se preocupem em propor processos que se utilizem de ferramentas que visem a emancipação rumo a autonomia das comunidades artesãs.

6.6 De qual desenvolvimento precisamos? ■ ■ ■ ■ ■ ■

Depois da tempestade: Conclusões sobre o campo

As ações de intervenção de design no artesanato comumente se pautam em conceitos desenvolvimentistas: alegam baixo IDH das comunidades, escassez de empregos, dependência de proventos estatais, indicam falta de recursos fundamentais como saneamento básico, asfalto e precariedade nos meios de comunicação. Os discursos por muitas vezes deixam claro a postura que inferioriza culturas que não situam-se nos centros geopolíticos e outros modos de vida, que podem ser solidários, colaborativos e ligados a sabedorias da terra.

Tanto o economista equatoriano Alberto Acosta (2016, p.44) quanto o professor e antropólogo Arturo Escobar (2007, p.19) citam o discurso da tomada da segunda posse do então presidente dos Estados Unidos Harry Truman, em janeiro de 1949, em que

classifica a maior parte do mundo em “áreas subdesenvolvidas”, dizendo que o “velho imperialismo- exploração em benefício estrangeiro” não havia mais lugar nos planos dos EUA, mas que agora sua missão seria de levar o desenvolvimento para essas nações, desenvolvimento pautado em valores do modelo estadunidense de sociedade:

Nosso propósito teria de ser o de ajudar os povos livres do mundo para que, através de seu próprio esforço, produzam mais alimentos, mais vestimentas, mais materiais para suas casas e mais potência mecânica para aliviar suas cargas. (...) Tem de ser um esforço global para obter a paz, plenitude e liberdade. Com a cooperação das empresas, do capital privado, da agricultura e da mão de obra deste país, este programa pode aumentar a atividade industrial em outras nações e aumentar substancialmente seus padrões de vida.
(Truman, 1964 in ACOSTA, 2016,p. 44)

Assim, o discurso desenvolvimentista se consolida como uma nova estrutura de dominação:

Em nome do “desenvolvimento”, os países centrais ou desenvolvidos- nossos grandes referenciais- lançaram mão de operativos de interferência nos assuntos internos dos países periféricos ou subdesenvolvidos.
(ACOSTA, 2016 p.47)

Além disso, Arturo Escobar (2007, p.20) atenta para uma publicação, uma década antes do discurso de Truman, emitida pelo Departamento de Assuntos Econômicos das Organizações das Nações Unidas em maio de 1951, que objetivava desenhar políticas para “o desenvolvimento econômico dos países subdesenvolvidos”. Este documento deixava explícito que a postura desenvolvimentista tinha como meta combater aspectos culturais tradicionais:

Há um sentido em que o progresso econômico acelerado é impossível sem ajustes dolorosos. As filosofias ancestrais devem ser erradicadas; as velhas instituições sociais precisam desintegrar-se; os laços de casta, credo e raça devem romper-se; e grandes massas de pessoas incapazes de seguir o ritmo do progresso deverão ver frustradas suas expectativas de uma vida mais cômoda. Muitas poucas comunidades estão dispostas a pagar o preço do progresso econômico.
(United Nations, 1951 § 36) ⁷⁰

O plano de supressão de culturas locais em nome do progresso econômico, resultou em cenários violentos que desarticularam possibilidades de construção de regimes alternativos de representação correspondentes com as realidades locais. Essa imobilização corroborou para um cenário de marginalização crônica dos países classificados como subdesenvolvidos. Embora com o passar do tempo, uma variedade de conceitos desenvolvimentistas tenham surgido, como desenvolvimento participativo e desenvolvimento socialista, Escobar reitera que nenhum deles colocou em xeque a necessidade do desenvolvimento, o que demonstra a eficiência da fixação do termo no imaginário social, a tal ponto que as nações começaram a se reconhecer como subdesenvolvidas e se desenvolver passou a ser um problema fundamental, o que facilitou a abertura para que países dominantes interferissem nos assuntos internos dos ditos subdesenvolvidos. Desta forma, o modelo que impunha a hegemonia das nações dominantes, justificadas por esse conceito de progresso que prometia o “reino da abundância”, trouxe :

*miséria e subdesenvolvimento massivos, exploração e opressão sem nome. A crise da dívida, a fome (saheliana), a crescente pobreza, desnutrição e violências são os sintomas mais patéticos do fracasso de cinquenta anos de desenvolvimento.*⁷¹

Numa perspectiva sobre o colonialismo para o indiano Homi Bhabha, o discurso colonial:

É um aparato que coloca em andamento o reconhecimento e a negação das diferenças raciais/culturais/históricas. Sua função estratégica predominante é a criação de um

70 Tradução minha a partir do inglês: “There is a sense in which rapid economic progress is impossible without painful readjustments. Ancient philosophies have to be scrapped; old social institutions have to disintegrate; bonds of caste, creed and race have to be burst; and large numbers of persons who cannot keep up with progress have to have their expectations of a comfortable life frustrated. Very few communities are willing to pay the full price of rapid economic progress”.

71 ESCOBAR, 2007, p. 21. Tradução minha a partir do espanhol: “el discurso y la estrategia del desarrollo produjeron lo contrario: miseria y subdesarrollo masivos, explotación y opresión sin nombre. La crisis de la deuda, la hambruna (saheliana), la creciente pobreza, desnutrición y violencia son apenas los síntomas más patéticos del fracaso de cincuenta años de desarrollo.

espaço para uma “população sujeito”, através da produção de conhecimentos em termos dos quais se exerce a vigilância e se incita a uma forma de prazer/desprazer... O objetivo do discurso colonial é interpretar o colonizado como uma população composta por classes degeneradas sobre a base da origem racial, a fim de justificar a conquista e estabelecer sistemas de administração e instrução... Me refiro a uma forma de governabilidade que, no ato de demarcar uma “nação sujeito, se apropria de suas diversas esferas de atividade, as dirige e as domina.
(BHABHA, 1990,p.75 in ESCOBAR, 2007, p.29)

A seguir, apresento algumas declarações de designers, coordenadores das ações ou ainda por outros atores sociais envolvidos no processo de mercadorização dos artefatos produzidos pelas comunidades artesãs apresentadas nesta pesquisa, divulgadas para o mercado que revelam uma visão de certo aspecto colonizadora. Os grifos são meus:

*É uma comunidade que se pode dizer **que está no século retrasado.** Não tem saneamento básico, falta água, crianças trabalham na roça, mas ao mesmo tempo **tem pessoas incríveis, de talento, tem matéria-prima.** Acho que com visão, com um trabalho de troca de experiências, informações, integração, a **gente consegue levar desenvolvimento para lá.** Esse é o nosso grande desafio. Época, 17/01/2012, Queremos fazer o artesanato brasileiro entrar na casa das pessoas⁷²*

*A última edição do projeto aconteceu em fevereiro, no povoado de Várzea Queimada, pertencente ao município de Jaicó [sic], PI, o que **incentivou a comunidade carente e esquecida a ter uma nova visão de futuro.** Casa Vogue, Abril de 2012, Conexão Brasileira*

*A ideia é contribuir para o **desenvolvimento** de comunidades que vivem em **situação precária** e inserir o artesanato no mercado brasileiro de decoração. **Depois de Milão,** onde as peças serão expostas no Palazzo Giureconsulti, **a coleção será lançada no Brasil.** Do sertão para Milão, O Estado de São Paulo, caderno Casa, p.20, 08 de abril de 2012.*

---

72 Disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Sociedade/noticia/2012/01/marcelo-rosenbaum-queremos-fazer-o-artesanato-brasileiro-entrar-nas-casas-das-pessoas.html>. Consulta em fevereiro de 2018.

A relação de poder estabelecida entre a comunidade artesã e mercado, se revela na medida em que se afirma que o processo de mercadorização dos artefatos artesanais é um meio para que a comunidade deixe de ser “esquecida” e passe, de certa forma, a existir para os circuitos hegemônicos, ainda buscando legitimidade em centros europeus.

O desenvolvimento proposto pelo projeto de intervenção se constrói a partir da matéria prima disponível no território e também dos saberes locais, chamados no texto de “talento”. Então o desenvolvimento pode ser levado para o povoado por possuir recursos a serem ofertados ao mercado.

Ainda é possível ler que a comunidade artesã, depois de ter sido inserida produtivamente no mercado, adquiriu uma “nova visão de futuro”. Embora o texto não informe os aspectos dessa visão, pode-se inferir que ela pode relacionar-se com diretrizes trazidas pelo mercado, já que é “nova”.

Apesar de minha primeira visita ao povoado de Várzea Queimada ter se dado três anos após a primeira ação de design, tempo suficiente para a mudança de cenário, ao contrário do que é declarado no primeiro trecho acima, publicado na revista *Época*, não presenciei nenhuma criança trabalhando na roça, nem ao menos em trabalhos rotineiros domésticos durante minhas estadias nas casas dos moradores e também em visitas para entrevistá-los. Ao contrário, o que presenciei eram crianças brincando no riacho que corta o povoado enquanto entrevistava as mulheres que lavavam roupas ali, crianças e jovens que se reuniam todo final de tarde para jogar vôlei na praça central do povoado, a escola de ensino fundamental que mantinha seus portões abertos para atividades diversas e o ônibus escolar que diariamente circulava pela comunidade para levar os jovens de ensino médio para assistirem as aulas no centro da cidade de Jaicós. As atividades mais próximas ao trabalho que presenciei sendo executadas por jovens de cerca de 15 a 17 anos, foram o debulhar do feijão para consumo próprio, em reuniões nas quais participavam todos os familiares, homens, mulheres, anciãos e esses jovens, sentados em rodas de conversa para o trabalho, e também a prática de trançar a fibra de carnaúba porém de

Figura XXIII - Ilustração de garoto que brinca com uma roda de bicicleta enquanto o ônibus escolar passa para buscar estudantes de outro turno.

forma descompromissada. Vale ainda ressaltar que a associação de artesãs que trabalham com a fibra de carnaúba não aceitam menores de idade para fazer parte do grupo de associadas.

Apesar do discurso usado para fazer referência às comunidades artesãs que receberam as ações de design indicar uma postura colonizadora, que por algumas vezes rebaixa a cultura do outro perante a sua própria cultura ou da cultura dos ditos lugares desenvolvidos, por muitas vezes essa postura é incompatível com as reais ações em campo, que consideram e respeitam outros modos de vida.

Acosta (2016, p.50) alerta para o fato de que a replicação dos modos de vida dos países centrais é impossível a nível global pelo seu caráter predador que implica em devastação social e da natureza, o que levaria ao colapso ambiental, logo humanitário, mais rapidamente. Ainda atenta (ibid, p.59-64) para o problema de basearmos-nos num único indicador para mapearmos as necessidades humanas. Embora o IDH – Índice de Desenvolvimento Humano, forjado nas ideias do economista indiano Amartya Sen, que considera não só a prosperidade econômica, mas também “saúde, educação, igualdade social, preservação da Natureza, igualdade

de gênero etc”, ao ser institucionalizado pelas Nações Unidas, planificou os processos para superar os atrasos, reduzindo seu potencial transformador, o que abriu uma fissura nas décadas de 1980 e 1990 para as forças do mercado que serviu para reforçar as perspectivas hegemônicas do Norte global para o Sul global.

Acosta nos apresenta uma pequena lista de outros indicadores (p.60-62), dentre eles estão o Desenvolvimento em Escala Humana proposto em 1986 pelos chilenos Manfred Max-Neef, Antonio Elizalde e Martin Hopenhayn, que considera nove necessidades básicas humanas: subsistência, proteção, afeto, compreensão, participação, criação, diversão, identidade e liberdade, além das necessidades existenciais que são: ser, ter, fazer e estar; o índice de Capacidades Básicas, da organização Social Watch que propõe uma forma não monetária para dimensionar a pobreza e o bem estar comum, utilizando três parâmetros que é a taxa de mortalidade infantil, saúde materno-infantil e escolaridade, considerando inclusive o nível de alfabetização de adultos; além desses, ainda há índices que consideram explicitamente o nível de felicidade das pessoas, como o índice do Planeta Feliz da organização britânica The Economics Foundation, que se baseia na esperança de vida ao nascer, satisfação com a vida e pegada ecológica, e também o Índice de Felicidade Interna Bruta, utilizado no Butão.

Esses outros indicadores, acima de tudo, revelam a complexidade de fatores que podem estar envolvidos, pautados em diferentes referenciais, para a formação de uma sociedade. A variedade de indicadores revela uma busca por referenciais diversos para orientar a construção das sociedades em pauta. Portanto o que podemos concluir é que, embora haja referenciais básicos comuns para manter a vida social humana, a complexidade dos fatores que os determinam deve ser dinâmica, situando-se de acordo com a sociedade específica, sua cultura, seus hábitos, seus saberes, sua história, entre outros. Assim, o discurso desenvolvimentista vigente, de maneira colonizadora, tende a desconsiderar outros modos de viver e acaba por reduzir aspectos locais em prol de seus princípios.

Alberto Acosta foi um dos idealizadores da Revolução Cidadã no Equador e um dos responsáveis pelo plano de governo que colocou os Direitos da Natureza na constituição do país, mas que rompeu com o governo quando este se apropriou dos conceitos do Bem Viver para se construir mais uma forma de desenvolvimento e não como uma alternativa a ele. Então Acosta (2016) discorre sobre o Bem Viver, ou Buen Vivir no original, como um caminho a ser perseguido, alternativa para superar o comum conceito de desenvolvimento, propondo uma sociedade construída coletivamente nos “caldeirões de longos processos históricos, culturais e sociais”, especialmente no mundo indígena dos países andinos e amazônicos, ressaltando que estas são civilizações vivas que enfrentam a modernidade colonial, introduzindo valores pautados na reciprocidade e na solidariedade para “construir relações de produção, de intercâmbio e de cooperação que propiciem suficiência”. O bem viver, portanto, é a superação do atual estado de apropriação predatória com que nos relacionamos com o entorno, mas não é um convite a retroceder temporalmente e encontrar-se com um mundo primitivo fantasioso e utópico, ele é construído ativamente por cidadãos, de maneira coletiva e democraticamente no seio comunitário.

Sob uma perspectiva de construir alternativas para a sociedade, não pautadas em conceitos desenvolvimentistas economicistas, portanto, pensando em maneiras não predatórias de viver, podemos ainda buscar nos conhecimentos vernaculares, já que são compreensões específicas encontradas a partir de necessidades locais e que utilizam da matéria prima disponível. Assim:

“Vernacular”, nestes contextos, já não indicam um tradicionalismo rígido, mas sim um espaço de possibilidades que poderia articular-se a projetos criativos que integram formas vernáculas, lugares, paisagens concretas, restauração ecológica e tecnologias ambientais e digitais para fazer frente a problemas graves de sustento, ao mesmo tempo que revigoram as comunidades. (...). As formas vernáculas de projeto também podem ser particularmente relevantes quando participam em projetos de desenho destinados a fortalecer a autonomia comunitária e a resiliência.

(ESCOBAR, 2016, p.56)

Romper com o discurso desenvolvimentista imposto, exige que os saberes vernaculares sejam desmarginalizados. A mentalidade colonizada apenas considera um artefato quando ele potencialmente tem valor de troca, quando oferece potencial especulativo. No sentido de inferiorizar o artesanato tradicional brasileiro, ou latinoamericano, comumente ele é comparado ao artesanato tradicional que se desenvolveu na Europa. Ainda mais sob a ótica do design que já no programa de fundação da Bauhaus em 1919, que considerava os saberes artesanais no âmbito de formação acadêmica articulando-os com a indústria e em outras experiências como a VKhUTEMAS na Rússia em 1920.

O artesanato latinoamericano tem um caráter vernacular porque se desenvolveu num contexto sócio econômico e histórico específico. O trançar da palha da carnaúba gerou o cesto para suportar a colheita; as bonecas de pano foram feitas com retalhos de tecido disponíveis, resultado de uma situação flagrante de seu contexto socioeconômico; e o saber do trato com a madeira para a construção de pequenas embarcações que atravessaram o Velho Chico, permitiu a confecção de baquetas e tamancos de madeiras mortas trazidas pelo rio. Esses saberes vernaculares findam-se em suas funções e é necessário o deslocamento de seus significados para que adquiram algum valor perante o mercado.

A marginalização do artesanato nascido do vernacular é constantemente forjada em argumentos técnico-produtivos:

*(...) O artesanato brasileiro tem um universo estético muito rico mas é pobre do ponto de vista da construção formal do objeto. Não acredito que seja possível transformar nosso artesanato bruto em design porque design precisa de códigos de construção que tecnicamente nosso artesanato não alcança, o que as pessoas geralmente produzem são objetos decorativos mas design e arte decorativa são coisas diferentes. Fizemos um trabalho de investigação estética.*⁷³

A própria arquiteta italiana radicada no Brasil e pesquisadora da cultura popular brasileira, Lina Bo Bardi, embora reconhecendo o caráter vernacular das construções artesanais, se nega a

73 Rodrigo Almeida em entrevista concedida dia 07 de dezembro de 2017 por email, sobre o trabalho junto à artesãos realizado no povoado da Ilha do Ferro.

nomeá-las de artesanato evidenciando que as soluções eram para usos imediatos, destinados ao cotidiano privado: “O que existe é um pré-artesanato doméstico esparsos, **artesanato nunca**”⁷⁴(grifo no original).

Esse ato de renegar o valor técnico-produtivo que há nos saberes vernaculares, oriundos de seu território de origem, invisibilizando-os, corrobora para marginaliza-los no âmbito da cultura material, e conseqüentemente, inferioriza seus atores produtivos, contribuindo para o cenário crônico de desigualdade social. Marcilene, artesã líder da associação artesanal de Várzea Queimada, nos explica como a marginalização acontece na prática:

Eu não sei se já te falei, mas ninguém se considerava artesã aqui, que o que se fazia aqui era artesanato. A gente fazia as tranças, não tinha reconhecimento do trabalho. Você nem conseguia de fato dizer o que realmente você era. Além de dona de casa você é o que? Dona de casa. Na verdade você era artesã. Você já produzia um trabalho manual, feito a mão. Mas devido a essa desvalorização você nunca ia imaginar ser uma artesã (...).

Para reconhecer que o vernacular, incluindo o artesanato, é pleno de significados, é necessário admitir que há uma predisposição cultural pautada no conceito desenvolvimentista. O conceito de objetividade relativa, do antropólogo Roy Wagner (2010), indica que pertencemos a determinada cultura o que nos leva a perceber a cultura do outro a partir de nossa própria. O que nem sempre acontece é a admissão de que todas as culturas são equivalentes, o que pode levar a imposição de valores pautados em referenciais estranhos à cultura em debate, diminuindo seus significados, reduzindo e marginalizando-a. Por isso é importante a noção do relativo, que interpreta o outro admitindo primeiramente que o entendimento se realiza a partir de valores de sua própria cultura para que, num segundo momento, comece a se compreender a outra cultura sem reduzi-la e admitindo-na em suas totalidades.

Assim, se for rompido o conceito desenvolvimentista do discurso vigente, é possível que haja o reconhecimento do valor do vernacular, incluindo o artesanato, para a formação de uma sociedade menos predatória e favorável à construção das emancipações locais.

6.7 Que a autonomia seja a utopia: o design para a emancipação ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

Depois da tempestade: Conclusões sobre o campo

Como visto, o cenário de violência e supressão às culturas locais resultantes de ações colonizadoras, por muitas vezes pode levar à falta de reconhecimento identitário, imobilizando uma possível articulação de um regime de representação para a promoção da emancipação comunitária. Através do reconhecimento identitário é possível que as culturas locais potencializem seus recursos a favor próprio: seus saberes vernaculares, suas tradições, suas ferramentas e seu território. O educador Paulo Freire (2015) propõe o reconhecimento da identidade cultural, socialmente construída na prática comunitária, como parte dos processos emancipatórios do ser, rumo à autonomia.

Ao relatar suas reflexões sobre suas práticas pedagógicas, Freire atenta para importância de se estimular a capacidade criadora. Através

dela é que se encontrarão respostas para questões surgidas a partir de processos curiosos, inicialmente ingênuos, mas que são potencialmente indagadores. Assim, partindo do senso comum, amparados na observação de mundo, se fornecida as ferramentas metodológicas críticas, rigorosamente científicas, para a busca das respostas, elas poderão ser encontradas a partir do próprio território, quebrando um ciclo de dependência.

Portanto, a autonomia do ser é obtida quando a busca por soluções passa a encontrar correspondências em seu próprio tempo e território e em sua própria linguagem e identidade, amparadas criticamente.

Esse caminho para a emancipação do ser rumo à autonomia é compartilhado por Arturo Escobar (2016) para o campo do design. Para o autor, a experiência do design autônomo é pautada na reafirmação identitária, no direito ao território, no direito às condições para a busca pela própria autonomia e ao direito à construção de uma visão própria de futuro.

Escobar (2016, p.210) assume cinco pressupostos para o design autônomo: 1) Toda comunidade pratica o design de si mesma, resultando nas suas relações sociais, suas práticas cotidianas, suas formas de conhecimento, sua relação com o meio ambiente, entre outros. 2) Cada atividade de design deve começar com a premissa que toda pessoa ou coletivo é praticante de seu próprio saber e a partir daí, examinar como essas pessoas entendem sua própria realidade 3) O que a comunidade projeta é, acima de tudo, um sistema de investigação e aprendizagem sobre si mesma e os designers podem colaborar como co-investigadores. 4) O processo de design deve enunciar problemas e também possibilidades permitindo ao designer e ao coletivo estabelecer objetivos e decidir por alternativas de ação. 5) Este processo pode propor um modelo que gera um problema de preocupação comunal, coletiva, resultando em uma série de tarefas, práticas organizacionais e critérios para contribuir para a tarefa de investigação do design.

O comunal é uma preocupação de Escobar para a construção do debate sobre o design autônomo. A abordagem do comunal, através da perspectiva do Bem Viver, diz respeito a conceber cenários pautados na reciprocidade e solidariedade que visam estabelecer relações de produção, de intercâmbio e de cooperação entre as pessoas e as comunidades, de forma não hierárquica, a fim de propiciar suficiência. Por isso um design que se propõe rumar à autonomia, deve incluir, em seus processos, as pautas de colaboração, sobretudo sobre nas práticas organizacionais.

Por isso, se o que se objetiva nas ações de intervenção no artesanato tradicional é gerar um horizonte de possibilidades para a emancipação rumo à autonomia, deve se exigir que as trocas sejam simétricas, não impositivas, não postíças, não hierárquicas etc. O comprometimento entre os atores que compõe a estrutura organizacional (comunidade artesã, instituições mediadoras, design e mercado) deve ser estabelecido de modo recíproco, solidário e colaborativo, muito além de quesitos financeiros, mas sobretudo no sentido ético. No entanto, sob a alegação de que os problemas socioeconômicos das comunidades artesanais são emergenciais, por muitas vezes são propostas a elas projetos impostos, sem aderência às suas próprias identidades e territórios, na contramão do que Paulo Freire indica como o caminho para a construção da autonomia.

Processos de colaboração no design tem sido discutidos sob o termo codesign e ele refere-se a processos em que todos os atores são ativos na busca por um objetivo comum⁷⁵. Sob a perspectiva da teoria ator-rede, que considera não apenas

---

75 O centro para a pesquisa em codesign sediado na Royal Danish Academy of Fine Arts o define sendo uma abreviação do termo design colaborativo. "Codesign é uma investigação crítica de novas possibilidades, onde diversos parceiros estão ativamente envolvidos em diálogos materiais sobre constituições de futuros atraentes sob diferentes pontos de vista. Codesign é transdisciplinar e destinado a problemas complexos onde nenhuma disciplina sozinha pode fornecer as respostas. Codesign é construído a partir das tradições do design centrado no usuário, design participativo, design crítico e etnografia. No original: " Codesign is short for collaborative design. Codesign is a critical investigation of new possibilities, where diverse partners are actively involved in material dialogues about what constitutes attractive futures from different points of view. Codesign is transdisciplinary in addressing complex problems where no single discipline can be said to hold the answer. Codesign builds on traditions of user-centered design, participatory design, critical design and ethnography." Disponível em: <https://codesignresearch.com/about/> . Consulta em janeiro de 2018.

pessoas, mas também o que chama de atores não-humanos, na composição das conexões estabelecidas, podemos considerar que elementos socioculturais devem ser considerados como ativos na constituição do cenário projetual.

O sociólogo da ciência, Bruno Latour, é um dos estudiosos que contribuem para a teoria do ator-rede. O autor (2012) enfatiza que o papel ativo que os objetos possuem na composição das relações sociais foi tradicionalmente ignorado pelas ciências sociais, mas ressalta a importância de considerá-los desta forma para que as conexões firmadas na rede de relações sejam compreendidas integralmente.

Dessa forma, no âmbito projetual, ao se ignorar o papel ativo que os atores não-humanos exercem na constituição das redes de colaboração, pode se estabelecer uma situação assimétrica de forças. Por isso, deve se considerar que compõe a rede das comunidades artesãs, além de seus aspectos culturais, ligados aos seus territórios, também seus modos de se situarem no mundo contemporâneo, incluindo seus acessos a meios tecnológicos: as formas de comunicação e expressão virtual.

Mas o que foi possível observar nas ações de mercadorização do artesanato tradicional relatadas neste trabalho, guardadas as devidas peculiaridades⁷⁶, é que elas podem se pautar num discurso colaborativo, mas a escolha de quais atores não-humanos serão ativados é feita de maneira seletiva de acordo com interesses específicos. Podemos ver que o território e a técnica tradicional das comunidades artesãs são considerados no processo de design, em oposição às ferramentas de comunicação (principalmente a internet e seus canais). Portanto, ativa-se os atores que de alguma forma comporão a precificação do produto artesanal perante o mercado, mas suprime-se outros que poderão encaminhar a comunidade artesã a circularem e acessarem atores que estão distantes, de maneira autônoma.

---

76 Ressalvo que, por exemplo, na época da ação na comunidade de bonequeiras em Esperança não havia acesso à internet, que se popularizou nos últimos anos.

Para Escobar (2017, p.54) as organizações colaborativas podem ocorrer na intersecção de comunidades locais as redes digitais, possibilitando novas práticas. Ainda segundo o autor (ibid,p.56), para viabilizar o co-design é necessário que se estabeleça a ativação de vários elementos incluindo a criação de plataformas, redes locais e ferramentas orientadas à comunidade.

Os canais virtuais são conhecidos e suas ferramentas são dominadas por agentes nas comunidades artesãs. Alguns jovens da comunidade de Várzea Queimada receberam instruções de um projeto de extensão da disciplina Comunicação Comunitária e Pequenos Meios 2016.2, coordenado pela professora Ruth Costa da UESPI, com o objetivo de estabelecerem um canal de comunicação e difusão da comunidade através de redes sociais e blogs, os quais permanecem ativos desde sua criação. Embora a divulgação dos produtos artesanais de Várzea Queimada seja feita principalmente pelos atores proponentes da ação, a negociação com lojista e consumidores finais, as vezes, se dá diretamente entre compradores e comunidade por meios virtuais. Tanto no povoado da Ilha do Ferro quanto em Esperança, os produtos artesanais são divulgados pela própria comunidade pelas redes sociais, de maneira informal e de caráter espontâneo, sendo que a negociação também se dá por esses meios.

Portanto, fica evidente que não há impedimentos para se considerar atores, no caso ferramentas, que permitam que as comunidades não dependam unicamente de outros atores para fazerem a divulgação e a comercialização de seus produtos. É claro que a divulgação feita pelos agentes que possuem o poder de legitimação cultural é aquela que vai abrir um lugar no mercado para a comunidade artesã, mas propor um funcionamento que mantenha a dependência de agentes externos é perpetuar assimetrias. Para que aconteça a emancipação é necessário que se devolva à comunidade o poder sobre seus próprios artefatos e suas potencialidades, incluindo sua divulgação e a comercialização.

Como já indicado, o design de ativismo é aquele que visa romper com o cenário de dependência crônica devolvendo o poder político e cultural para grupos tradicionalmente invisibilizados

e, como visto em Freire(2015), propiciar emancipação é abrir caminhos para a autonomia. Dessa forma, ao se fornecer metodologias para que a comunidade artesã se aproprie de sua própria cultura (seus saberes, seu território e etc), considerando que ela é projetista de si mesma, ao se ativar ferramentas que permitam que ela se conecte com atores que compunham sua rede mas antes inacessíveis (compradores finais, lojistas, fornecedores, agentes culturais e etc), para que se estabeleça uma rede de colaboração, promove-se a emancipação comunitária frente ao cenário de dependência, promovendo a sua autonomia.

Quando a bonança virá?

Considerações finais

Quando a bonaça vira? ■

Considerações Finais

Aqui cabe uma confissão: sai a campo com a peixeira afiada. A maneira como o mercado de luxo transformava os saberes tradicionais e a imagem de comunidades artesãs em mercadoria, aguçava minha incredulidade na eficiência de projetos de intervenção que se dispunham a promover o processo de deslocamento, transformando artefatos em produtos. As honrarias prestadas aos agentes que faziam a mediação entre as comunidades artesãs e o mercado e a grandiosidade com que as ações de intervenção eram projetadas nos veículos de informação, sempre feitas pelos próprios agentes mediadores ou pelo mercado, desprezando a opinião dos maiores envolvidos, incentivaram-me a ir conversar com os artesãos.

Para muito além de conversas, sempre fui recebida de tal maneira que pude acessar aspectos que extrapolavam o discurso verbal. Circular entre as comunidades artesãs permitiu que eu observasse os impactos das ações de intervenção no âmbito cotidiano, nos núcleos familiares, nas organizações

coletivas; pude entender como as intervenções diziam intimamente acerca de urgências e projeções de futuro.

A chuva forte começou a cair quando o Programa de Artesanato Brasileiro tomou aspectos alinhados à produtividade econômica, submetendo as características sociais constituintes do artesanato a importâncias menores.

A partir daí se dá toda a complexidade da questão porque a chuva cai de maneira diferente em cada território. Isso devido a posturas próprias adotadas por cada agente mediador- instituições e designers, com objetivos muito diversos.

Mas ao contrário do que o discurso do mercado as vezes faz parecer ser, quando há o encontro entre todos os atores envolvidos no processo de deslocamento - o mercado de luxo, as instituições mediadoras, os designers e a comunidade artesã, o que ocorre é um intenso fluxo de trocas: capital simbólico, honra, prestígio, riquezas, abertura de mercados, projeção no mercado, ampliação do espaço de circulação na rede de atores e outros. Essas trocas são justas?

Alguns dirão que é suficiente que as ações de intervenção proporcionem a circulação do fruto do trabalho das comunidades artesãs em novos mercados, já que possibilita que a comunidade se mantenha inserida no capitalismo por meio de seus saberes tradicionais, a partir de seu território e junto dos seus, provendo o sustento mínimo e revertendo um cenário tradicional de migração para centros urbanos para desempenharem funções nas quais não encontram correspondências pessoais.

Mas ainda assim, enquanto os outros atores navegam por águas de reafirmações simbólicas, os artesãos se mantêm mergulhados no emergencial. Para atender a demandas sociais, não subverte-se a ordem por meio da tomada de poder pelos artesãos de seus próprios saberes, fazeres e território. Como visto, a situação emergencial é usada na narrativa da precificação do bem artesanal, além do próprio discurso

desenvolvimentista pautado em referenciais centristas que é frequentemente utilizado para justificar as ações de intervenção no artesanato tradicional.

Embora o discurso colonizador desenvolvimentista seja usado com frequência perante o mercado, nem sempre esse mesmo discurso encontra correspondência na construção dos projetos de intervenção, com ações que consideram outros modos de viver. O que demonstra que essa postura colonizadora é exigida pelo mercado. Não basta que os produtos artesanais se apresentem ao mercado de luxo com os fatores legitimadores (raridade, conhecimentos específicos e aprimorados por gerações, imaginário territorial fértil para a construção de narrativas que são inclusas na precificação, além da legitimação do detentor da produção da cultura material da nossa sociedade que é o designer), também é esperado pelo mercado que o artefato artesanal carregue uma espécie de aura filantrópica, como se suas comunidades produtoras esperassem a mão invisível intervencionista dos poderes centrais.

Ao longo do texto eu utilizei a palavra apropriação no sentido de tornar os artefatos próprios para circularem no mercado de luxo. Agora utilizo o outro sentido contido nessa palavra: o de tomar para si. O que se viu é que o mercado de luxo, através de seus agentes mediadores, monopolizam a venda dos objetos artesanais quando passam a portar os significados embutidos pelo design. A ausência, durante as ações de intervenção, de medidas que promovam a autonomia dos artesãos no sentido de acessarem os atores envolvidos na rede de relações, incluindo os consumidores finais, reforça um cenário de submissão.

Assim, o mercado de luxo atua de maneira econômica, social e culturalmente, desarticulando qualquer questionamento ao seu poder e autoridade, num complexo circuito estruturado de atores a quem delega suas funções tornando-se quase anônimo, restando para si apenas a glória. Sob o manto harmonizador no qual o design social é uma de suas facetas, encobre a violência mantenedora de seus privilégios como detentor do poder de legitimação. Mas ainda assim, não quero que pensem que o mercado de luxo é uma entidade que situa-se para além dos céus. Ele está sempre à disposição para ser personificado. Assim, por

vezes, os outros atores são apenas agentes, por outras, são o próprio mercado de luxo.

Mas a tormenta alimenta o olho d'água. As intempéries que atingem os territórios das comunidades artesãs as tornam resilientes, e mais uma vez, como fazem historicamente, reinventam-se para resistir e unem-se para enfrentar as hostilidades. No embate com novas arenas de confronto, a resistência parte do íntimo de cada comunidade.

Essa pesquisa desvelou as relações e as trocas, inclusive as camufladas pelo manto harmonizador, envolvidas no processo de mercadorização de artefatos artesanais. Uma nova postura dos agentes mediadores e a revisão das políticas públicas sobre o artesanato tradicional são urgentes para que essas comunidades artesãs sejam menos expostas aos mandos e desmandos dos coronéis locais e universais. Livres então, consigam retomar o poder sobre seus saberes e fazeres, emancipando-se rumo à autonomia.

Por fim, para os colegas designers, eu retomo o texto de Bonsiepe com que abri essa pesquisa, “projetar significa expor-se e viver com paradoxos e contradições”, mas que tenhamos a mente ciente a quem devemos servir, se à justiça ou ao espetáculo.

Em tempos de urgências ambientais e sociais, em que buscamos por modos sustentáveis de reestruturar a sociedade, com esse texto, clamo à sociedade civil e ao poder público a olharem para o artesanato tradicional, vernacular, como um guardião de outros modos de viver, menos predatórios e mais sustentáveis. Modos de vida que estão guardados com essa gente que tem em seu território a fonte dos saberes que mantém o equilíbrio comunitário, essa gente que tem o Tempo como senhor, regente da vida.

Referências Bibliográficas

ACOSTA, Alberto. *O bem viver: uma oportunidade para imaginar outros mundos*. Tradução de Tadeu Breda. São Paulo: Autonomia literária, Elefante, 2016.

ALMEIDA, Ana Julia Melo. *A relação entre design de moda e comunidades artesanais no Brasil: o projeto Moda e Artesanato do museu A Casa. Dobras*. V.10, nº22, 2017

_____. *Design e Artesanato: A experiência das bordadeiras de Passira com a moda nacional*. Dissertação (Mestrado em Ciências) Programa de pós graduação em têxtil e moda – Universidade de São Paulo, 2013.

ANASTASSAKIS, Zoy. *Triunfos e Impasses: Lina Bo Bardi, Aloísio Magalhães e a institucionalização do design no Brasil*. Tese de doutorado em Antropologia social. Rio de Janeiro: UERJ/ Museu Nacional, 2011.

ANDRADE, Ana Maria Queiroz de; RODRIGUES, Josivan; CAVALCANTI, Virgínia Pereira e ARRAES, Ticiano. *Imagário Pernambucano: design, cultura, inclusão social e desenvolvimento sustentável*, Recife, 2006.

APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Eduff, 2008.

ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Tradução Roberto Raposo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007

BARDI, Lina Bo. *Tempos de grossura: o design do impasse*. São Paulo: Instituto Lina Bo e P.M. Bardi, 1994.

BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2008.

BECKERT, Jens. *Capitalist Dynamics: Fictional Expectations and the openness of the future*. MPIfG Discussion Paper, 2014

BOLTANSKI, Luc; ESQUERRE, Arnaud. *The economic life of things: Commodities, Collectibles, Assets*. New Left review, n 98, march-april 2016.

BONSIEPE, Gui. *Design, cultura e sociedade*. São Paulo: Blücher, 2011.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2013.

CANCLINI, Néstor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense: 1983.

———. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Tradução Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. São Paulo: Edusp, 2013.

CATANI, Afrânio M.; NOGUEIRA, Maria A.; HEY, Ana P.; MEDEIROS, Cristina de (orgs). *Vocabulário Bourdieu*. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

DANT, Tim. *Material culture in the social world: values, activities, lifestyles*. Buckingham, Open University Press, 1999, p.40-59.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DENIS, Rafael Cardoso, *Design, cultura material e o fetichismo dos objetos*. Revista Arcos, volume I. Rio de Janeiro, UERJ, 1998.

Dicionário Houaiss da língua portuguesa/ Antônio Houaiss e Mauro de Salles Villar, elaborado pelo Instituto Antônio Houaiss de Lexografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

ESCOBAR, Arturo. *Diseño para las transiciones*. Etnografías Contemporáneas, año 3, nº4, p.32-63, 2017.

———. *La invención del Tercer Mundo*. Construcción y deconstrucción del desarrollo. Caracas: El perro y la rana, 2007.

———. *Autonomía y diseño : La realización de lo comunal*. Popayán: Universidad del Cauca. Sello Editorial, 2016.

———. *El “postdesarrollo” como concepto y práctica social*. In: Daniel Mato (coord.), Políticas de economía, ambiente y sociedad en tiempos de globalización. Caras: Facultad de Ciencias Economicas y Sociales, Universidad Central de Venezuela, pp.17-31.

FEDERICI, Silvia. *Caliban e a bruxa: mulheres corpo e acumulação primitiva*. Tradução Coletivo Sycorax. São Paulo: Elefante, 2017.

FERREIRA, Luiza de Cavalcante Azeredo. *E a cultura? O Centro Nacional de Referência Cultural e a Identidade do Brasil (1975-1979)*. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Niterói, 2015.

FLIGSTEIN, Neil; DAUTER, Luke. *A sociologia dos*

mercados. Cad. CRH, Salvador, v. 25, n. 66, p. 481-504, Dezembro de. 2012.

FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado*: por uma filosofia do design e da comunicação. CARDOSO, Rafael (org.). Tradução Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRY, Tony. *Reconstruções*: Ecologia, Design, Filosofia. Tradução Gilson César Cardoso de Souza. São Paulo: Edusp, 2009.

GRANOVETTER, Mark. *Ação econômica e estrutura social*: o problema da imersão. RAE electron., São Paulo, v. 6, n. 1, Junho, 2007.

GRINOVER, Mariana; RUBINO, Silvana (org.). *Lina por escrito*: textos escolhidos de Lina Bo Bardi 1943-1991. São Paulo: Cosac Naify, 2009

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

HARVEY, David. *A produção capitalista do espaço*. Tradução Carlos Szlak. São Paulo: Annablume, 2005.

HOLANDA, Sérgio Buarque. *Raízes do Brasil*. São Paulo: Companhia das letras, 2005.

INGOLD, Tim. *Trazendo as coisas de volta à vida*: Emaranhados criativos num mundo de materiais. Horizontes antropológicos. Porto Alegre, ano 18, n.37, jan/jun 2012.

KELLER, Paulo. *Artesanato em debate*: Paulo Keller entrevista Ricardo Gomes Lima. Revista PÓS Ciências sociais UFMA. V.8, n 15 (2011).

KOPYTOFF, Igor. *A biografia cultural das coisas*. A mercantilização como processo. In: Arjun Appadurai (ed.) *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Eduff, 2008, cap. 2.

KRUCKEN, Lia. *Design e território*: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LATOUR, Bruno. *A Cautious Prometheus? A Few Steps Toward a Philosophy of Design* (With Special Attention to Peter Sloterdijk). In: Hackne, F., Glynne, J. and Minto, V. (Eds.). *Proceedings of the 2008 Annual International Conference of the Design History Society*. Falmouth, 3-6 September 2009,

e-books, Universal Publishers, p. 2-10. 2008.

----- . *Reagregando o social: Uma introdução `a teoria ator-rede*. Tradução de Gilson César Cardoso de Sousa. Salvador/Bauru: EDUFBA-EDUSC, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. Tradução Mario Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.

-----; ROUX, Elyette. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das letras, 2005.

-----; SERROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Cia das Letras, 2015.

MAGALHÃES, Aloísio. *E triunfo? A questão dos bens culturais no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.

----- . *O que o desenho industrial pode fazer pelo país?* In: Revista Arcos, Rio de Janeiro, v.1, 1988, PP 8-13.

MANZINI, Ezio. *Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation*. Cambridge MA: MIT Press, 2015.

MARX, Karl. *O Capital: Crítica da Economia Política* – livro I. Tradução Reginaldo Sant`Anna. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.

MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Ubu, 2017

MAZÉ, Ramia. *Our common future: Political questions for design social innovation*. Proceedings of the Design Research Society Conference, 2014.

MORAES, Dijon de. *Análise do design brasileiro*. Entre a mimese e a mestiçagem. São Paulo: Blucher, 2006.

NICOLETTI, Viviane Mattos; SANTOS, Maria Cecilia Loschiavo dos; *Artefatos deslocados: entre a necessidade e o espetáculo*, p. 3869-3878 . In: Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 9, n. 2]. São Paulo: Blucher, 2016.

OUTHWAITE, William; BOTTOMORE Tom. Dicionário do pensamento social do século XX. Consultoria de Ernest Gellner, Robert Nisbet, Alain Touraine ; editoria da versão brasileira [de] Renato Lessa, Wanderley Guilherme dos Santos ; [tradução de] Álvaro Cabral, Eduardo Francisco Alves. Rio de

Janeiro: Zahar, 1996.

ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PAPANEK, Victor. *The Green imperative: Natural design for the real world*. New York: Thames and Hudson, 1995, p.223-235.

Portaria SCS/MDIC nº29, de 5 de outubro de 2010.

Projeto Rosenbaum®_A gente transforma. *A gente transforma. Várzea Queimada: Espírito, Matéria e Inspiração*, 2016.

RIBEIRO, Darcy. *O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. São Paulo: Companhia das letras, 2005

ROUX, Elyette. *Tempo do Luxo, tempo das marcas*. In: LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das letras, 2005.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos (coord.). *Design Resíduo e Dignidade*. São Paulo: Olhares, 2014.

----- . *Móvel moderno no Brasil*. São Paulo: Olhares, 2015.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço*. Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2006.

SEBRAE. MASCÊNE, Durcelice Cândida (org). *Termo de referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato*. Brasília: SEBRAE, 2004

----- . *Termo de referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato*. Brasília: SEBRAE, 2010

SENNETT, Richard. *O artífice*. Tradução Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2015.

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. *Pode o subalterno falar?* Tradução Sandra Almeida, Marcos Feitosa e André Pereira. Belo Horizonte: UFMG, 2010

STEINER, Philippe. *Altruísmo, dons e trocas simbólicas: abordagens sociológicas da troca*, São Paulo:Unesp, 2016.

----- . *A dívida organizacional: dívida a distância e circuitos de troca*, Tempo Social. vol. 29, n. 1, janeiro-abril, 2017.

THORPE, Anne. *Defining design as activism*. Journal of Architectural Education, 2011.

United Nations. Measures for the economic development of underdeveloped countries, 1951.

WALKER, Stuart. *The spirit of design: Objects, Environment and Meaning*. London: Earthscan-Routledge, 2011.

WAGNER, Roy. *A invenção da cultura*. Tradução Marcela Coelho deSouza e Alexandre Morales. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

Decreto Federal nº 80.098, de 8 de agosto de 1977;

Decreto Federal nº 83.290, de 13 de março de 1979;

Decreto Federal DE 21 de março de 1991;

Decreto Federal nº 1.508, de 31 de maio de 1995

Decreto Federal nº 6.040, de 7 de fevereiro de 2007.e

Decreto Federal nº 8.001, de 10 de maio de 2013

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Aberaldo Santos Costa Lima, em 05 de maio de 2017, na cidade de Pão de Açúcar nas Alagoas, com trinta minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Ana Maria Queiroz de Andrade, em 01 de maio de 2015, na cidade do Recife em Pernambuco com uma hora e dez minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Antonia de Araújo Barros, em 20 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com dezoito minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Antônia Joseli de Jesus Barbosa, em 21 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com onze minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Agustania Barbosa Alves, em 20 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com quarenta e cinco minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Auzeni Maria de Souza, em 20 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com dezenove minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Camille Souza Dias, em 05 de maio de 2017, na cidade de Pão de Açúcar nas Alagoas, dez minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Cecilia Joana Barbosa Alves, em 19 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com dez minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Cleciano Sandes da Silva, em 06 de maio de 2017, na cidade de Pão de Açúcar nas Alagoas, com oito minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Cristina Teodora de Jesus, em 20 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com trinta e quatro minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Domingos Rodrigues Santos, em 05 de maio de 2017, na cidade de Pão de Açúcar nas Alagoas, com doze minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Edilene Maria Barbosa, em 21 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com dezessete minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Emiliana Josefa de Carvalho Lima, em 19 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com trinta e dois minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Espedito Velozo de Carvalho, em 17 de abril de 2017, na cidade de Nova Olinda no Ceará, com vinte e seis minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Gisely Barbosa Rodrigues, em 25 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com nove minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Helena da Costa, em 19 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com trinta e dois minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Ines Carvalho Costa, em 19 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com uma hora e seis minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Ivonete Ferreira da Costa, em 14 de abril de 2017, na cidade de Esperança na Paraíba, com uma hora e vinte e cinco minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Jaiana Francisca de Carvalho, em 20 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com sete minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com José Alvaci Dias de Melo, em 05 de maio de 2017, na cidade de Pão de Açúcar nas Alagoas, com vinte e seis minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Jose Petronio Faria dos Anjos, em 06 de maio de 2017, na cidade de Pão de

Açúcar nas Alagoas, com vinte e dois minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Josefa Luiza Barbosa, em 19 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com vinte e cinco minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Macao Goes por email, em 25 de outubro de 2017.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Maria Cristina Sousa, em 20 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com quatorze minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Marcilene Lusía Barbosa, em 23 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com cinquenta e um minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Maria das Mercês Barbosa, em 20 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com vinte e três minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Maria de Fatima Silva, em 20 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com vinte e quatro minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Maria do Rosario da Costa, em 19 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com uma hora e quarenta minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Maria do Socorro da Conceição, em 14 de abril de 2017, na cidade de Esperança na Paraíba, com vinte e cinco minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Maria Joana, em 21 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com vinte e oito minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Maria Josefa de Carvalho, em 19 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com vinte e quatro minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Maria Selma da Silva, em 15 de abril de 2017, na cidade de Esperança na Paraíba, com doze minutos de duração. Entrevista realizada com Martinho José Barbosa, em 21 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com quarenta minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Maria Sueli da Silva Luiz, em 14 de abril de 2017, na cidade de Esperança na Paraíba, com dezoito minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Marilene do Nascimento Silva, em 15 de abril de 2017, na cidade de Esperança na Paraíba, com vinte e nove minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Matias de Souza Fontes Neto, em 05 de maio de 2017, na cidade de Pão de Açúcar nas Alagoas, com doze minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Maria Rosalina da Costa Barbosa, em 21 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com doze minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Nubia Cristina da Costa Alirio, em 14 de abril de 2017, na cidade de Esperança na Paraíba, com uma hora e vinte e trinta minutos de duração dividida em duas partes e dia 15 de abril de 2017 com quinze minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Olavo Alirio da Costa, em 14 de abril de 2017, na cidade de Esperança na Paraíba, com uma hora e vinte e cinco minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Risomar Francisca, em 21 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, doze minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Rodrigo Ambrosio por email, em 7 de julho de 2017

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Rodrigo Almeida por email, em 12 de julho de 2017.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Silvana Luiza Barbosa, em 25 de abril de 2017, na cidade de Jaicós no Piauí, com trinta minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Simão Sandes da Silva, em 06 de maio de 2017, na cidade de Pão de Açúcar nas Alagoas, com nove minutos de duração.

Entrevista realizada por Viviane Nicoletti com Valmir Lessa Lima, em 05 de maio de 2017, na cidade de Pão de Açúcar nas Alagoas, com trinta e quatro minutos de duração.

Anexos

Anexo I

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE) E DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E DEPOIMENTOS

Eu _____, portador(a) do documento _____, estou sendo convidado(a) a participar de um estudo por ora intitulado “A apropriação do saber fazer artesanal e da imagem do artesão pelo mercado de luxo”, título a ser revisto, mas mantendo-se seus objetivos, os quais conheço e entendo. A minha participação será no sentido de ajudar a pesquisadora a relatar a dinâmica da comunidade artesã e de seus integrantes, revelando minhas percepções sobre projetos que fazem ou fizeram a mediação entre os artefatos artesanais e o mercado.

Depois de conhecer e entender os objetivos e os procedimentos metodológicos, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, AUTORIZO, através do presente termo, a pesquisadora Viviane Mattos Nicoletti da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, a realizar as fotos que se façam necessárias e/ou a colher meu depoimento sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes.

Ao mesmo tempo, libero a utilização destas fotos e vídeos (seus respectivos negativos) e/ou depoimentos para fins científicos, expositivos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor da pesquisadora da pesquisa, acima especificada, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei N.º 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto Nº 3.298/1999, alterado pelo Decreto Nº 5.296/2004).

_____, __ de _____ de 20

_____
Viviane M. Nicoletti

_____
Sujeito da Pesquisa
Documento:

_____
Responsável Legal
Documento:

Anexo II

ENTREVISTA NA ÍNTEGRA REALIZADA COM RODRIGO AMBRÓSIO POR E-MAIL DIA 05/06/2017

Email enviado pela pesquisadora dia 28 de Abril de 2017:

Boa noite Rodrigo! Estive hoje com Maria Amália e Dalton e eles me passaram seu contato.

Sou Viviane, mestranda pela Fau USP, orientanda de Maria Cecília Loschiavo. Tenho estudado sobre as relações de trocas entre os atores sociais envolvidos no processo de mercadorização de artefatos artesanais, especificamente quando artefatos artesanais passam a circular mercados de luxo.

Os objetivos da pesquisa são: fomentar o debate sobre a inserção da prática do design no artesanato tradicional, investigar os impactos de um novo mercado em comunidades artesãs e elencar as trocas entre os atores sociais.

Seria de enorme importância para a pesquisa caso você se dispuser em conceder-me uma entrevista sobre o projeto realizado em Pão de Açúcar.

Cheguei ontem em Maceió e fico certamente até dia 01/05 mas posso estender por mais alguns dias caso for melhor para a realização da entrevista.

Grata!

Viviane Nicoletti

Email enviado por Rodrigo Ambrósio dia 3 de maio de 2017:

Viviane, bom dia!

Estou em SP até o dia 6/5, podemos realizar a entrevista por e-mail?

Parabéns pela pesquisa, abraço;

Rodrigo Ambrosio

Email enviado pela pesquisadora dia 12 de maio de 2017:

Boa tarde Rodrigo!

Obrigada por conceder essa entrevista para minha pesquisa. Abaixo estão as questões.

1) Normalmente ações de design no artesanato se dão através de instituições mediadoras (Sebrae, artesol e etc.), diferente do que se deu na Ilha do Ferro. Neste caso, de quem foi a iniciativa e quais eram os objetivos iniciais?

2) Poderia relatar como foi sua experiência junto a Valmir? Quais foram as repercussões do projeto para você?

3) Poderia pontuar, de maneira geral, as trocas ocorridas entre

designers e artesãos? Não somente no plano objetivo, mas também considerando aspectos simbólicos?

4) Como você percebe os artesãos circulando por mercados desconhecidos? Você consegue apontar as principais dificuldades?

5) Para você, como o design pode contribuir, no sentido de divulgação e comercialização, para a autonomia dos artesãos?

6) Você permite que eu utilize seu depoimento para fins científicos, expositivo e de estudos (artigos, slides, livros e etc) em meu favor sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes?

7) Poderia me enviar o email do Rodrigo de Almeida para que eu o entreviste também?

Obrigada!

Email enviado por Rodrigo Ambrósio dia 06 de junho de 2017:

Viviane, boa tarde;

Seguem respostas em vermelho;

1) Normalmente ações de design no artesanato se dão através de instituições mediadoras (Sebrae, artesol e etc.), diferente do que se deu na Ilha do Ferro. Neste caso, de quem foi a iniciativa e quais eram os objetivos iniciais?

A iniciativa foi minha. A partir daí convidei os integrantes do nosso grupo Design Armorial. Além de mim, fazem parte do grupo; Rodrigo Almeida, Sérgio Matos e Zanini de Zanine. Apenas o Almeida pôde participar dessa imersão, então convidamos Dalton Costa e Maria Amélia Vieira, conhecedores locais, para completar o projeto junto aos artistas da Ilha do Ferro; Valmir, Zé Crente, Petrônio e Jasson. O objetivo foi criar novos códigos imagéticos a partir da fusão dos universos criativos.

2) Poderia relatar como foi sua experiência junto a Valmir? Quais foram as repercussões do projeto para você?

O Valmir foi “criado” escutando as boas histórias de seu sogro, Mestre Fernando Rodrigues, precursor do pensamento criativo da Ilha. Os dias que passei ao lado dele foram inspiradores pessoalmente e profissionalmente. Fica nítido ali o entendimento de que uma peça deve ter funções físicas e psicológicas imbuídas em si. Pensamento ancestral perene em nossos artefatos, mas que precisa ser lembrado e lembrado na era das especializações, especificações e “especificidades”. Acredito que a maioria das pessoas, até onde a ação repercutiu, entendeu o ideal de se criar novos e respeitosos diálogos.

3) Poderia pontuar, de maneira geral, as trocas ocorridas entre designers e artesãos? Não somente no plano objetivo, mas também considerando aspectos simbólicos?

Processos criativos, memória afetiva, técnicas... São muitos os

pontos, nada retilíneos, que existe nessas relações. Existe também, mesmo que momentânea, uma cumplicidade que fomenta nova amizades. Uma troca de saberes locais, globais, coisas que muitas vezes só muda o nome, mas guarda em a essência das relações instintivas e humanas.

4) Como você percebe os artesãos circulando por mercados desconhecidos? Você consegue apontar as principais dificuldades?

Estão se expandindo assim como todos que têm acesso à informação e à comunicação. Acredito que o entendimento de como se dá a comercialização ainda é a principal dificuldade, bem como os valores imateriais transformados em capital.

5) Para você, como o design pode contribuir, no sentido de divulgação e comercialização, para a autonomia dos artesãos?

O design tem como premissa a função física dos objetos. A arte, a função psicológica. O artesanato é um processo. A junção de ambos chama a atenção para as várias funções inerentes ao artefacto, incluindo os valores ancestrais e de desenvolvimento social. Com isso há um crescimento de auto-estima e entendimento de ofício, contribuindo naturalmente para autonomia de todos os envolvidos.

6) Você permite que eu utilize seu depoimento para fins científicos, expositivo e de estudos (artigos, slides, livros e etc) em meu favor sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes?

Sim.

7) Poderia me enviar o email do Rodrigo de Almeida para que eu o entreviste também?

[omitido]

Abraço;

Rodrigo Ambrosio

Anexo III

ENTREVISTA NA ÍNTEGRA REALIZADA COM RODRIGO ALMEIDA POR E-MAIL DIA 12/07/2017

Email enviado pela pesquisadora dia 12 de julho de 2017:

Boa noite Rodrigo!

Sou Viviane, mestranda pela Fau USP, orientanda de Maria Cecília Loschiavo. Tenho estudado sobre as relações de trocas entre os atores sociais envolvidos no processo de mercadorização de artefatos artesanais, especificamente quando artefatos artesanais passam a circular mercados de luxo.

Os objetivos da pesquisa são: fomentar o debate sobre a inserção da prática do design no artesanato tradicional, investigar os impactos de um novo mercado em comunidades artesãs e elencar as trocas entre os atores sociais.

Estive com Maria Amália e Dalton e o Rodrigo Ambrósio, que meu passou seu contato, me concedeu entrevista por email.

Seria de enorme importância para a pesquisa caso você se dispuser em conceder-me uma entrevista sobre o projeto realizado em Pão de Açúcar.

O questionário é:

1) Normalmente ações de design no artesanato se dão através de instituições mediadoras (Sebrae, artesol e etc.), diferente do que se deu na Ilha do Ferro. Neste caso, de quem foi a iniciativa e quais eram os objetivos iniciais?

2) Poderia relatar como foi sua experiência junto a Valmir? Quais foram as repercussões do projeto para você?

3) Poderia pontuar, de maneira geral, as trocas ocorridas entre designers e artesãos? Não somente no plano objetivo, mas também considerando aspectos simbólicos?

4) Como você percebe os artesãos circulando por mercados desconhecidos? Você consegue apontar as principais dificuldades?

5) Para você, como o design pode contribuir, no sentido de divulgação e comercialização, para a autonomia dos artesãos?

6) Você permite que eu utilize seu depoimento para fins científicos, expositivo e de estudos (artigos, slides, livros e etc) em meu favor sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes?

Grata!

Email enviado por Rodrigo Almeida dia 12 de julho de 2017:

1) Normalmente ações de design no artesanato se dão através de instituições mediadoras (Sebrae, artesol e etc.), diferente do que se deu na Ilha do Ferro. Neste caso, de quem foi a iniciativa e quais eram os objetivos iniciais?

O objetivo era trabalhar com artistas populares e não exatamente

artesanos o que é bem diferente. O artesanato brasileiro tem um universo estético muito rico mas é pobre do ponto de vista da construção formal do objeto. Não acredito que seja possível transformar nosso artesanato bruto em design porque design precisa de códigos de construção que tecnicamente nosso artesanato não alcança, o que as pessoas geralmente produzem são objetos decorativos mas design e arte decorativa são coisas diferentes. Fizemos um trabalho de investigação estética.

2) Poderia relatar como foi sua experiência junto ao Zé Crente? Quais foram as repercussões do projeto para você?

Trabalhar com um artista é sempre rico e com o Zé Crente não foi diferente, fiz uma imersão no universo da Ilha do Ferro e do próprio Zé Crente, falar sobre esses aspectos são de grande intangibilidade o importante é que o resultado formal foi realmente feito a quatro mãos. É importante também deixar claro que o lucro das obras vendidas são 50% meu e 50% do Zé Crente, é um trabalho de parceria profissional e não de um prestador de serviço, sou contra de qualquer tipo de paternalismo social.

3) Poderia pontuar, de maneira geral, as trocas ocorridas entre designers e artesãos? Não somente no plano objetivo, mas também considerando aspectos simbólicos?

Os principais aspectos são os simbólicos, esse tipo de trabalho pra mim é como colecionar códigos. Não procuro um resultado imediato e por isso prefiro trabalhar com artistas do que artesãos. Os objetos criados foram peças únicas, muito perto da fronteira com a arte e isso foi intencional porque percebi que o trabalho do Zé Crente escapava as questões relativas ao objeto, são objetos carregados de uma poética surrealista que me interessou, o Zé Crente conta histórias através do seu trabalho.

4) Como você percebe os artesãos circulando por mercados desconhecidos? Você consegue apontar as principais dificuldades?

Acho sempre um terreno duvidoso, as “coisas” devem ser valorizadas pelo que de fato são mas as pessoas confundem tudo em um universo de status e de valorização mercadológica.

Consigo apontar o Veio com um artista que flerta com o contemporâneo ou com o que chamamos de arte do ponto de vista urbano e racional. Já para artesãos que trabalham com arte decorativa alguns fazem trabalhos de grande impacto visual mas falta desenvolvimento técnico para que possam avançar.

5) Para você, como o design pode contribuir, no sentido de divulgação e comercialização, para a autonomia dos artesãos?

Não pode, acho isso um blefe.

O design se aproxima do artesanato por questões estéticas, precisamos que nosso artesanato avance tecnicamente para depois introduzir o design.

6) Você permite que eu utilize seu depoimento para fins científicos, expositivo e de estudos (artigos, slides, livros e etc) em meu favor sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes?

sim permito.

Obrigado, Rodrigo Almeida

Anexo IV

ENTREVISTA NA ÍNTEGRA REALIZADA COM MACAU GOES POR E-MAIL DIA 22/10/2017

Email enviado pela pesquisadora dia 19 de outubro de 2017:

Boa noite Macao!

Sou Viviane, mestranda pela Fau USP, orientanda de Maria Cecília Loschiavo. Tenho estudado sobre as relações de trocas entre os atores sociais envolvidos no processo de mercadorização de artefatos artesanais, especificamente quando artefatos artesanais passam a circular mercados de luxo.

Os objetivos da pesquisa são: fomentar o debate sobre a inserção da prática do design no artesanato tradicional, investigar os impactos de um novo mercado em comunidades artesãs e elencar as trocas entre os atores sociais.

Estive com estive com as mulheres do povoado de Riacho Fundo em Esperança-PB, e elas me falaram muito sobre sua participação na ação da Artesol.

Por isso, seria de enorme importância para a pesquisa caso você se dispuser em conceder-me uma entrevista sobre essa ação.

Muitíssimo obrigada!

O questionário é:

- 1) Como a Artesol descobriu as bonecas feitas em Riacho Fundo e descobriu suas potencialidades? Como foi a aproximação?
- 2) Quais eram os objetivos principais da Artesol?
- 3) Poderia detalhar como foi a ação?
- 4) Qual o suporte além do âmbito da comunidade que a Artesol ofereceu?
- 5) Em sua opinião, quais foram os impactos dessa ação para a comunidade?
- 6) Como foi feito o contato com os Irmãos Campana?
- 7) Poderia pontuar, de maneira geral, as trocas ocorridas entre mercado e artesãos? Não somente no plano objetivo, mas também considerando aspectos simbólicos?
- 8) Como você percebe os artesãos circulando por mercados desconhecidos? Você consegue apontar as principais dificuldades?
- 9) Para você, como instituições mediadoras, como era a Artesol, pode contribuir, no sentido de divulgação e comercialização, para a autonomia dos artesãos?
- 10) Você permite que eu utilize seu depoimento para fins científicos, expositivo e de estudos (artigos, slides, livros e etc) em meu favor sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes?

Email enviado por Macao Goes dia 22 de outubro de 2017:

Como a Artesol descobriu as bonecas feitas em Riacho Fundo e descobriu suas potencialidades? Como foi a aproximação?

Para chegar a Riacho Fundo é preciso primeiro falar de mim. Sou uma especialista em brinquedos populares, estive no México, na UNAM em 1980 (Universidade Autônoma do México) com bolsa de estudos para estudar e conhecer alguns centros produtores de brinquedos artesanais. Fui dona da Coleção Macao Goes – brinquedos populares, coleção essa composta de 1600 brinquedos, a maioria do Brasil. A coleção foi reconhecida pela UNESCO, Brasil, como um bem de valor cultural e teve um currículo de mais de 20 exposições inclusive na Espanha. Essa coleção foi adquirida há quatro anos pelo Centro de Arte e Cultura Dragão do Mar , em Fortaleza e permanece com o nome original Coleção Macao Goes – brinquedos populares.

Em 2013 publiquei o livro Que boneca é essa- corte e recorte de mestras brasileiras, com fotos de Graça Seligman, patrocinado pelo ITS – Instituto Terceiro Setor , de Brasília.

Nesses anos todos faço contato com as mulheres bonequeiras de Esperança e quase que anualmente visito o grupo porque vou muito de férias a João Pessoa.

Em 1998 estando de férias na Paraíba comprei umas bonecas lindas numa loja do Centro de Artesanato e descobri que eram de Esperança, sítio do Riacho Fundo. Em 1998 participei de reunião com a Professora Ruth Cardoso, na Comunidade Solidária, junto com mais onze consultores para a criação do Artesanato Solidário.

Viajei então a Paraíba para fazer um diagnóstico com as mulheres de Riacho Fundo, o que foi de início muito difícil, pois à época somente Socorro da Conceição fazia as bonecas (aquelas que eu comprei) ajudada por uma irmã doente e um irmão alcólatra. Esse universo estava nas mãos de uma intermediária Dorinha, moradora de um sítio próximo de Esperança. Dorinha pegava as bonecas , dava uma cesta básica e levava para vender no Pará, onde tinha familiares e em lojas de artesanato em João Pessoa. Foram muitas viagens e visitas para convencer Socorro para reunir algumas mulheres do Sítio, para ela repassar o fazer artesanal. Todas tinham medo de Dorinha e não acreditavam que podiam fazer bonecas e vender. A auto estima de todas mulheres era muito baixa. Socorro dizia “ tenho cadência para fazer bonecas desde os sete anos”. Ela tinha muita insegurança para repassar o fazer, é analfabeta e dizia que não podia ser professora. Foram longas conversas, eu permanecia três dias nas primeiras viagens tentando conquistar a confiança de Socorro e ser aceita na comunidade de Riacho Fundo. Tinham medo que fosse outra “Dorinha”.

Paralelo ao grupo de Riacho Fundo, criei também em Itabaiana, Paraíba, um grupo de artesãos que produziam caminhões de madeiras, junto com o mestre Joeudes de Souza. Esses dois grupos faziam parte do Projeto Brinquedos do Agreste Paraibano.

2) Quais eram os objetivos principais da Artesol?

A maioria dos projetos da fase inicial do ArteSol tinham como objetivo o binômio - melhoria da vida de pequenas comunidades rurais e o repasse do fazer artesanal dos mestres. Era uma troca de saberes e uma doação do mestre, muitas vezes desconhecido na comunidade, para

aprendizes. Nas pequenas comunidades o fazer artesanal muitas vezes oriundo de tradição familiar passava despercebido, ficava sem registro, apesar da cultura e riqueza dessa manifestação.

Outros objetivos : fortalecimento da auto estima de homens e mulheres da comunidade; formação de grupos de trabalho e criação da Associação das Artesãs de Riacho Fundo; abertura de canais de venda através de exposições, lojas, eventos dentro e fora do estado.

Depoimento da artesã Maria Rodrigues, 69 anos – “ o trabalho da boneca é muito importante pois juntou muita gente e todas estão ganhando dinheiro”. E Aparecida 32 anos – “ a boneca Esperança é especial porque é feita com as mãos da gente”.

3) Poderia detalhar como foi a ação?

Muitos dos municípios estavam vivendo um período de forte seca e não havia como sobreviver da agricultura em pequenos minifúndios. O projeto iniciou-se em abril de 1999 com o diagnóstico e foi concluído em dezembro de 2002. No início do projeto era somente a mestra Socorro, no final 42 homens e mulheres com uma renda variando de R\$100,00 a R\$150,00 mensal (salário mínimo da época). Alguns meses durante o período do projeto algumas receberam R\$400,00 como no mês de abril que foram vendidas 1960 bonecas e agosto 1800 bonecas . Tudo registrado em meu caderno de campo.

Minha atuação era a de facilitadora para acompanhar o grupo, intermediar conflitos, propor e discutir com o grupo as diversas oficinas do projeto, fazer a avaliação, identificar parceiros para o projeto, realizar os pagamentos dos diversos consultores para as oficinas. O ArteSol disponha de um pequeno recurso para cada projeto. No início minhas visitas eram de três dias junto ao grupo, no momento que firmamos a parceria com o SEBRAE eu permanecia uma semana. Esta parceria foi em feita para deslocamentos diversos da consultora, algumas vezes para artesãos, pagamento de algumas oficinas, apoio para criação de eventos em João Pessoa, como o I Seminário e feira de Brinquedos Populares que até hoje acontece, estando na 17ª edição, agregando muitos artesãos do estado que fazem brinquedos artesanais.

O primeiro passo foi conseguir afastar a intermediária, para que as mulheres do Sítio aderissem ao projeto. Fiz parceria com a escola local e produzimos um pequeno livreto com as crianças contando a história da mestra e da boneca. A escola ficava a duzentos metros da casa de Socorro e nem as professoras conheciam os artesãos. Ação essa que valorizou muito as artesãs e numa roda de conversa foi escolhido o nome da boneca – Esperança. “ O nome da boneca é Esperança porque esperança é só coisa boa. Com o dinheiro que ganho com as bonecas consertei o telhado da casa e construí um local para reunir as mulheres para fazer bonecas. “ mestra Socorro da Conceição , 60 anos.

Fiz parceria com a Prefeitura de Esperança em busca de palestras sobre saúde para as mulheres e de um futuro local para a sede da Associação. No projeto não havia esse recurso nem era permitido a compra de imóvel. O recurso era para compra de matéria prima – tecidos, linhas, enfeites, botões e para pagamento de consultores para

as oficinas. Conseguimos também um cartão telefônico, para orelhão com a foto da boneca Esperança.

Fiz uma importante parceria com o SEBRAE Paraíba que participou intensamente do projeto, inclusive destinando uma técnica para acompanhar o projeto no momento que eu não estava na comunidade. Ressaltando que não poderia haver qualquer interferência deles no conceito e metodologia do projeto..

4) Qual o suporte além do âmbito da comunidade que a Artesol ofereceu?

.. As oficinas realizadas foram; de melhoria da auto estima, oficina de costura e melhoria de pontos, melhoria do produto e acabamento, composição do preço do produto, formas de organização do trabalho associativo, comercialização do produto, participação em feiras. Na escola oficina de aproximação do desenho infantil com professoras e alunos. Muitas delas foram ampliadas devido apoio de parceiros.

Criação de um catálogo de produtos, diversos eventos e exposições com venda. Um encontro em Recife no Museu do Homem do Nordeste, onde as artesãs participaram dando depoimentos, mostrando e vendendo as bonecas. Abertura de canais de venda em Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro e João Pessoa. Muitos desses locais eram museus, centros de arte, lojas de arte popular e lojas de brinquedos como em Brasília.

Criação de uma pequena mala de papel (imitação das malas populares vendidas nos mercados de Campina Grande, Paraíba) para embalagem que acompanhava um pequeno livreto e uma boneca pequena.

Exposição e oficina de bonecas , com três artesãs, no Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular , SAP – Sala do Artista Popular nº 87, no ano 2000, com apoio do SEBRAE onde as artesãs permaneceram quatro dias.

Construção da Casa da Boneca Esperança, se de da Associação doada pela Prefeitura de Esperança.

Inscrição do Projeto na Fundação Banco do Brasil de Tecnologia Social, edição 2005. O grupo recebeu o premio como uma tecnologia social efetiva: soluciona o problema a que se propôs resolver, tem resultados comprovados e é reaplicável.

A boneca Esperança foi se consolidando como uma marca que muitos queriam usar e copiar.

Gravação de filme com Elba Ramalho, artista Paraíba de nome nacional, para divulgar as artesãs e a boneca, com patrocínio do SEBRAE.

5) Em sua opinião, quais foram os impactos dessa ação para a comunidade?

O grande impacto na comunidade de Riacho Fundo, foi o reconhecimento da mestra e das bonequeiras, o respeito ao fazer artesanal e principalmente a melhoria da renda. Após um ano de Projeto do ArteSol a variação de renda das mulheres foi de R\$80,00 a R\$400,00 /mês.

A aplicação da renda recebida pelas artesãs, colhida em depoimentos foi para : adquirir móveis para casa, construção de casa, comprar roupas para as crianças, comprar alimentos, pagamento de contas atrasadas e algumas por na caderneta de poupança. A artesã Núbia comprou uma casa, onde reside com o marido Olavo que ajudava fazer bonecas e os filhos. Foi presidente da Associação duas vezes, é sobrinha de Socorro e antes de entrar no grupo foi empregada doméstica e Olavo seu marido trabalhava “de alugado, recebendo R\$5,00 por semana, para limpar roça.

Sueli de 26 anos dizia “ acho bom fazer boneca porque ganho dinheiro. Antes de estar no grupo de artesãs só ficava em casa cuidando do filho. Hoje ganho de R\$100,00 a R\$200,00 por mês. (depoimento colhido no ano 2000).

Pra mim até hoje é muito emocionante lembrar desse trabalho e da doação de Socorro em repassar o seu fazer para benefício de toda uma comunidade. Porque devido a seca havia carência e fome em muitas casas de diversas mulheres que participaram do projeto.

6) Como foi feito o contato com os designers?

O contato com os designers foi feito diretamente com a coordenação do ArteSol em São Paulo e não participei. Sei por informação da artesã Núbia que era presidente da Associação que eles fizeram encomendas grandes para produzir as cadeiras. A professora Ruth, gravou um lindo depoimento sentada em uma das cadeiras feitas com as bonecas e teve muita repercussão. Passado um tempo Núbia me ligou pra dizer que eles queriam que o grupo assinasse um documento para produzir só para eles, o que foi recusado pelo grupo. Eles deixaram de comprar por um tempo e depois voltaram a encomendar.

7) Poderia pontuar, de maneira geral, as trocas ocorridas entre mercado e artesãos? Não somente no plano objetivo, mas também considerando aspectos simbólicos?

No aspecto simbólico o mais importante para mim foi despertar no mestre o valor do seu saber, a conquista da comunidade onde homens começaram fazer bonecas como três sobrinhos de Socorro, sendo um casado que só fazia noivas.

A transformação de toda uma comunidade que sobreviveu por mais de três anos após o término de minha atuação em campo, produzindo, participando de eventos e sobrevivendo a outra grande seca. A marca da boneca Esperança foi muito forte para todos.

A certeza que uma metodologia correta e a vontade da comunidade transformam todo o grupo. Foi um resgate da solidariedade e da tradição artesanal. Compartilhando saberes houve uma intensa transformação na vida da comunidade.

8) Como você percebe os artesãos circulando por mercados desconhecidos? Você consegue apontar as principais dificuldades?

Se o artesão não tem a certeza do valor do seu trabalho, se ele não tem o preço justo ele não consegue enfrentar outros mercados. Nesse

momento vem a dependência de alguma instituição do estado que apóia o artesanato local e ele fica transferindo esse papel ao outro. O artesão com bom produto, preço justo, embalagem pode sim ser ele mesmo o agente comercializador de seu trabalho. O que muito se observa é que a dependência de intermediários foi tamanha nesse setor que na maioria das vezes ele diz “ eu sei fazer, não sei vender”. Também há que se pensar no mercado muitas vezes saturado de peças de baixa qualidade, o que leva o lojista não querer mais artesanato. Os grandes mercados de artesanato do nordeste hoje vendem muito lembrancinhas e nas lojas não tem artesão vendendo nem peças de qualidade. Ressalva para os Centros de Artesanato em Recife, que vende muita arte popular e peças diversificadas com preço justo. Esse centro foi criado pelo governo estadual. Outro local é o CRAB no Rio de Janeiro, criado pelo SEBRAE que vende produtos de muitos estados brasileiros com qualidade, referência da comunidade produtora e embalagem.

9) Para você, como instituições mediadoras, como era a Artesol, pode contribuir, no sentido de divulgação e comercialização, para a autonomia dos artesãos?

Para a autonomia de artesão e grupos o que considero fundamental é a formação da associação, promoção de oficina de preço justo, catálogo de produtos e preço, e capacitar o artesão via oficinas para a abertura de novos canais de comercialização.

O artesão não pode ficar dependendo só de eventos, feiras, a produção deve ser constante e ele deve ter autonomia para criar a sua cartela de clientes. Projetos feitos pelo Artesol na década de 2000 foram totalmente inovadores, atualmente não há nenhum órgão ou instituição que faça isso.

O sucesso do ArteSol no período inicial criado pela professora Ruth Cardoso e toda equipe de consultores da época, foi inovador como todos os outros programas da Comunidade Solidária. Uma mudança na maneira de valorizar o artesanato de raiz, inovação na aplicação de uma metodologia aplicada em campo, a permanência do consultor por 18 meses na comunidade, a promoção do artesanato em grandes centros com qualidade, etiqueta de origem do grupo e preço justo que valorizava o artesão.

10) Você permite que eu utilize seu depoimento para fins científicos, expositivo e de estudos (artigos, slides, livros e etc) em meu favor sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes?

Com certeza concordo.