

Reflexões sobre design no fomento ao artesanato: uma análise em Pernambuco

Marina Sirito (ESDI/UERJ)

marina.sirito@gmail.com

Zoy Anastassakis (ESDI/UERJ)

zoy1974@gmail.com

Reflexões sobre design no fomento ao artesanato: uma análise em Pernambuco

Resumo: A pesquisa pretende pôr em debate as relações estabelecidas entre design e artesanato em projetos de fomento ao artesanato possibilitados pelo Sebrae, a partir dos resultados de uma pesquisa de campo, realizada em Pernambuco, com objetivo de compreender se os modos a partir dos quais definimos design, interferem nos modos a partir dos quais praticamos design. Nesse artigo serão apresentados resultados parciais de uma pesquisa de campo realizada em 2016, em que serão postos em debate as visões da agência de fomento e dos designers que atuam diretamente em projetos de fomento ao artesanato a fim de elucidar o entendimento sobre design quando associado ao artesanato.

Palavras-chave: design, fomento ao artesanato, prática projetual

Reflections on design in the promotion of craftsmanship: an analysis in Pernambuco

Abstract: *The research aims to debate the relationships established between design and crafts in craft promotion projects made possible by Sebrae, based on the results of field research carried out in Pernambuco, with the aim of understanding whether the ways in which we define design , interfere with the ways in which we practice design. This article will present partial results of a field research carried out in 2016, in which the views of the development agency and designers who work directly in projects promoting crafts will be put into debate in order to elucidate the understanding of design when associated with craftsmanship.*

Keywords: *design, promotion of craftsmanship, project practice*

1. Introdução

Esse artigo apresenta parte de uma pesquisa de mestrado defendida em 2016, na Escola Superior de Desenho Industrial, Esdi/Uerj, no âmbito do Laboratório de Design e Antropologia, LaDA, intitulada “Os contornos de sentido dos termos design e artesanato no Sebrae”. A pesquisa tinha por fim investigar os modos com que os termos design e artesanato vêm sendo acionados pelo Sebrae, buscando compreender como se dão as interferências destes conceitos nas práticas de designers no fomento ao artesanato.

Considerando que são muitos os caminhos os quais os encontros entre design e artesanato, e entre designers e artesãos, acontecem, não pretendemos, neste artigo, encontrar uma única metodologia ou sentenciar proposições acerca de um caminho “ideal” para a realização de projetos de fomento ao artesanato, mas, sim, pôr em debate diferentes asserções relativas aos conceitos de design e suas práticas, apresentando parte da pesquisa de campo desenvolvida em Pernambuco.

Ainda, é importante mencionar que a parte da pesquisa de campo aqui apresentada trata de relatos e conversas feitas principalmente com designers que atuam em projetos de fomento ao artesanato – que, nesses projetos, trabalham com práticas artesanais das mais diversas - e também com gestores do Sebrae. Os resultados dos encontros realizados com os artesãos estão expostos na dissertação supracitada e em outras publicações das autoras. Essa escolha foi feita porque temos como objetivo primário, nesse artigo, entender os meios e métodos postos em prática por designers em projetos de fomento ao artesanato.

2. A pesquisa e seus caminhos

Para pôr em debate as questões que emergem do encontro entre designers e artesãos, nos propusemos a analisar os modos a partir dos quais os termos design e artesanato vêm sendo acionados pelo Sebrae¹, buscando compreender como se dão as interferências destes conceitos nas práticas de designers nos projetos de fomento ao artesanato possibilitados pela agência².

- 1 O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), é hoje o maior facilitador de projetos de fomento ao artesanato no Brasil, sendo responsável pelo fomento de grande parte dos projetos realizados nesse âmbito.
- 2 Para observar os contornos de sentido do termo design nesse contexto, a pesquisa de mestrado desenvolvida pela primeira autora, em orientação da segunda autora, se deu através análises realizadas a partir dos documentos disponíveis no website do Sebrae, nos quais os termos design e artesanato apareciam, e por pesquisa de campo realizada em julho de 2016, em Pernambuco. Porém, apenas parte dos resultados da pesquisa de campo serão apresentados neste artigo. Os resultados obtidos através da análise dos documentos foram divulgados no artigo “Os contornos de sentido dos termos design e artesanato no Sebrae”.

A escolha pela realização da pesquisa de campo em Pernambuco se deu pela atuação significativa de artesãos no Estado, pela atenção e presença do artesanato na cultura pernambucana e pela atuação do Sebrae nos projetos de fomento ao artesanato que, em Pernambuco, acontecem desde a introdução do segmento na agência, com atuação muito expressiva em relação aos outros Estados do país.

A observação participante, como um componente da pesquisa de campo, se torna importante pela possibilidade das pesquisadoras serem afetadas por práticas e pensamentos que emergem no campo, no convívio e nas conversas com suas interlocutoras. Esse afetar-se é uma maneira de se aproximar de "outros" a partir das nossas próprias experiências, em vez de nos limitarmos a coletar e descrever o que observamos em campo. A valorização da participação confere uma outra ênfase etnografia, na qual, para além de narrar o observado, as pesquisadoras se colocam atentas aos encontros e à experimentação em torno das transformações que os encontros ensejam, o que implica em uma jornada de tornarmo-nos outros em meio aos encontros, em campo (FILHO, 2015, p. 156).

Nesta abordagem que enfatiza a participação, o trabalho de campo exige que as pesquisadoras se envolvam diretamente com os fenômenos estudados, não meramente para se informar sobre os afetos "dos outros", mas, sobretudo, para se deixar afetar por essas intensidades específicas. Isso acontece ao imergir em certos aspectos da experiência dentro do fenômeno ou situação estudada, e ao se abrir para um espectro de comunicação não intencional, verbal ou não, com a comunidade (FILHO, 2015, p. 155).

3. Que design?

Buscando outros caminhos de articulação teórica e prática do design, nos deparamos com proposições de diversos autores que nos encaminham para a ampliação do conceito de design, a partir de uma revisão epistemológica que pode possibilitar encontros entre design e outras disciplinas, saberes e práticas, que permitam que a atuação do design e de designers vá além da produção de produtos. Barbara Szaniecki e Giuseppe Cocco (SZANIECKI, COCCO, 2021) argumentam que precisamos mudar radicalmente nossa forma de interagir com o mundo, um mundo que se torna cada vez mais um tecido urbano desordenado e infinito. Segundo eles, isso envolve repensar nossas noções de ação e o próprio conceito do que é ser humano, abandonando dualidades tradicionais como sujeito e objeto, cultura e natureza, que colocam os seres humanos como centro e medida de todas as coisas. Nesse sentido, é urgente repensar as bases epistemológicas do design, para alterarmos, de maneira radical, nossos modos de agir no mundo, entendendo que,

os modos a partir do qual conceituamos as coisas, alteram o modo a partir do qual as fazemos. Uma resignificação do termo design passaria por abandonar a ideia de que design se refere sempre a um produto – seja ele gráfico, um serviço ou o projeto de produtos em si – para expandirmos nossas atuações no que tange a imaginação e a prática de outros mundos possíveis.

Raquel Noronha (2018) propõe uma revisão epistemológica no design, destacando a necessidade de transformação cultural e social em resposta às crises contemporâneas. Ela apresenta o projeto “Ciranda de Saberes” (2018), onde diferentes grupos de artesãos foram colocados em contato para troca de saberes, tendo designers enquanto mediadores. Noronha questiona os desafios de praticar co-design, a possibilidade de adotar novas metodologias de pesquisa e as dificuldades de abandonar métodos estabelecidos para abraçar novas perspectivas de mundo.

Ao refletir sobre as experiências de co-design em variados contextos socioculturais, ela alerta para a necessidade de desenvolver novas formas de colaboração, citando a existência de uma hierarquia de saberes que condiciona práticas e discursos no design, o que ela chama de “submissão a uma ordem dominante” (NORONHA, 2018, p. 125, tradução nossa). A partir de uma análise crítica de autores como Gayatri Spivak, Noronha discute o aprisionamento a uma epistemologia dominante que limita a capacidade dos subalternos de ocupar espaços significativos nas narrativas.

Ela argumenta que, mesmo com a intenção de fomentar a participação e a colaboração, os pressupostos subjacentes aos modelos dominantes dificultam a realização da autonomia como um processo localizado e contextualizado. Citando Buchanan, Noronha destaca a necessidade de repensar as bases epistemológicas do design para superar as hierarquias e homogeneizações impostas pela ciência (NORONHA, 2018, p. 127, tradução nossa).

Canclini também propõe uma expansão conceitual, mas no que tange artesanato. Para ele, o termo pode ser entendido como processo e não como apenas resultado de uma determinada prática, à medida em que os objetos artesanais não são objetos com fim em si mesmos, mas sim objetos inseridos nas relações sociais (CANCLINI, 1983, p. 53). Sendo assim, podemos entender o artesanato para além de uma coleção de objetos e a cultura popular para além de um conjunto de tradições, considerando a cultura popular como “um instrumento voltado para a compreensão, reprodução e transformação do sistema social” (CANCLINI, 1983, p. 12).

Podemos entender que quando encaramos, tanto design como artesanato, como objetos com fins em si mesmos, reduzimos suas possibilidades de promover transformações sociais reais, fazendo com que projetos de fomento ao artesanato resultem em produtos comercializáveis que caem em

obsolescência muitas vezes sem alcançar um de seus principais objetivos: a autonomia daqueles que os produzem.

Escobar (2016) propõe o conceito de design autônomo para impulsionar a autonomia comunitária, inovando e criando novas formas de vida a partir das lutas e estratégias comunitárias. Ele vê a autonomia como enraizada e territorial, emergindo da criação de territórios de resistência, descrevendo-a como uma teoria e prática de coexistência e mútua transformação em um “pluriverso”. A autonomia depende da habilidade de comunidades e indivíduos em coordenar esforços em múltiplos níveis, desde o local até uma rede global que promove a cooperação. Ela se manifesta através da auto-organização em redes interculturais, permitindo o desenvolvimento de territorialidades alternativas que articulam território, cultura e identidade para proteger seus estilos de vida e direitos.

O pesquisador define design autônomo como um meio para estabelecer uma comunidade sustentável, honrar a ancestralidade, rejeitar modelos econômicos convencionais e cultivar espaços comunitários. Ele enfatiza a necessidade de integrar os princípios de bem viver e os direitos da natureza, promover a diversidade cultural e construir ambientes que fortaleçam as conexões com a terra, apoiando movimentos de resistência tanto de seres humanos quanto de não humanos (ESCOBAR, 2016, p. 213 e 214).

Um outro ponto a se considerar nessa relação é que a mesma deva ser estabelecida, principalmente, através de pelo menos dois sujeitos: designers e artesãos, e que ambos, cada um a partir de seus conhecimentos próprios, podem contribuir para o desenvolvimento destes projetos em igual importância. Sobre esse fato, Ricardo Gomes Lima expôs, em entrevista, que tem percebido, comumente, a relação entre design e práticas artesanais a partir de um “modelo de design no centro ou de design em cima, onde o designer se julga a cabeça que vai pensar o processo de criação do objeto” (LIMA, 2010), ao invés de estabelecer uma relação respeitosa para com o produto e para com o artesão.

Uma proposição que parte da antropologia é dada por Tim Ingold, ao pensar em uma possível transformação da prática antropológica sugerindo “uma antropologia por meio do design” (INGOLD, 2013), na qual, através de uma ação reflexiva, o conhecimento parte do contexto em correspondência com as dinâmicas de crescimento e transformação envolvidas nos fluxos da vida (ibid).

Ao falar de design, Ingold propõe que este corresponda ao mundo, percebendo o que acontece do lado de fora da disciplina, fazendo com que a prática corresponda a tal percepção e, assim, reconheça a criatividade dos habitantes do mundo, quando eles responderem às circunstâncias da vida

dando voz a seus sonhos, vontades e esperanças. O autor apresenta design como um processo de improvisação, que, diferente da inovação, escuta e, através de um posicionamento intervencionista, atua em um determinado contexto. Dessa maneira, Ingold propõe um novo modo de fazer design e antropologia, conjugando-os em torno de um compromisso relacional com as questões que nos cercam, todos habitantes de um mesmo mundo.

Outras propostas surgem no campo do design para tentar responder às questões complexas da vida, buscando uma revisão do conceito de design. Esses reposicionamentos, muitas vezes, pretendem abrir o campo para o encontro com outras disciplinas e para os saberes tácitos, tirando do designer o status de detentor de conhecimento.

Ezio Manzini (2015) apresenta o conceito de design difuso. Para ele, design difuso é exercido por todos enquanto design *expert* é exercido por aqueles que foram treinados para serem designers. Sendo assim, propõe que a redefinição de design passe pela redefinição sobre quem está apto a fazer design.

Raquel Noronha discute o papel dos designers nos projetos de fomento ao artesanato propondo que o mesmo se desloque do “centro dos processos para o meio deles” (NORONHA, 2012:8), para que os designers se “alfabetizem na linguagem do outro” (ibid) e mediem o léxico próprio de cada comunidade, do campo teórico, do design e do mercado.

Essas outras formas de conceituar design sugerem ampliações para as formas de atuarmos em outras esferas, muitas vezes ainda não contempladas pelos projetos de fomento ao artesanato quando estes acionam design. Por isso, nos propomos a investigar as questões que permeiam o encontro entre designers e artesãos, para trazer à tona questões de interesse sobre o papel do design em meio a essas aproximações. Pretendemos, então, expor resultados parciais da pesquisa de campo, com objetivo de elucidar o papel dos designers nos contextos de projetos de artesanato, tendo como ponto de partida as conversas realizadas com designers atuantes desses processos.

4. Uma observação participante em Pernambuco

Embora a pesquisa de campo tenha se dado com diversos atores envolvidos em projetos de fomento ao artesanato, fazemos aqui um recorte que busca pôr em debate o entendimento dessas práticas e seus métodos através de quem presta o auxílio e assessora seus desenvolvimentos. Relacionamos falas de consultores, designers e gestoras do Sebrae, que estão no cotidiano desses projetos, trabalhando juntamente com artesãos, a fim de compreender como se estabelecem as relações entre designers e artesãos; como esses profissionais compreendem suas práticas; avaliam as formas a partir das quais os projetos são realizados; leem os contextos nos quais se inserem para desenvolver

tais projetos e compreendem a figura dos artesãos. Apresentaremos, a seguir, ponderações suscitadas nos encontros estabelecidos com 4 designers consultores de projetos de fomento ao artesanato e 2 gestoras do Sebrae.

4.1 A prática pela perspectiva dos designers

Ao pensar a figura dos artesãos, o integrante do laboratório de design da UFPE, O Imaginário, Tibério Tabosa, pondera que, desde sua formação, se levantava a comparação entre a produção artesanal e a produção industrial. Para ele, ao pensarmos os processos de produção artesanal, temos que considerar, em primeiro lugar, que o que denominamos de artesanato são artefatos produzidos por pessoas que, muitas vezes, vivem em situação de vulnerabilidade, e tem o artesanato como principal fonte de renda. Para Tibério, “O artesão é um artista, é um criativo”. Sendo assim, ela levanta a comparação entre um artesão e um operário: “Não posso trabalhar com um artesão como eu trabalho com um operário de fábrica”, reconhecendo a individualidade de cada um dos participantes dos projetos e suas situações concretas de vida.

Ao falar dos sonhos e habilidades de cada indivíduo nestas ações de fomento ao artesanato, Tibério traz a percepção da singularidade de cada projeto, considerando o contexto de cada projeto que desenvolvem e suas realidades materiais e imateriais e nos traz a ideia de que nada está dado. O que está por emergir nestes projetos vêm do encontro entre aqueles que prestam e recebem assistência: o processo é criado em seu curso, numa relação quase biológica: “porque você entra no organismo, você interfere nele e ele interfere em você”.

Sobre as particularidades e a identidade de cada comunidade que desenvolve artesanato possibilitado pelos projetos de fomento ao artesanato, Graça Bezerra comenta que o Sebrae tem uma preocupação em não perder a identidade do artesanato, “e quando um grupo não tem, a gente tenta fazer com que encontre, dependendo da região que está, encontre alguma iconografia que dê identidade aquele produto que até então era só um trabalho manual, porque sem isso você não identifica de onde vem”.

Graça é coordenadora da Unidade Setores Econômicos - Turismo, Artesanato e Gastronomia no Sebrae, e, ao me apresentar a história da agência com o artesanato, relata que haviam direcionamentos a serem seguidos pelos Sebraes nos Estados, que partiam do Sebrae Nacional. A metodologia proposta pela agência em âmbito nacional era que os projetos fossem baseados em 03 pilares:

O primeiro deles, a informação, onde se mapeava as informações sobre o artesão ou grupo de artesãos, o tipo de produção, o território que ocupa etc. No segundo pilar, estava a capacitação, que Graça relaciona ao

desenvolvimento de produtos: a gestão do produto, a capacitação dos artesãos e a produção desses produtos. A terceira parte passava pela inserção desses produtos no mercado e suas possibilidades de comercialização. Dessa forma, cada Estado desenvolvia seus projetos mediante aprovação do Sebrae Nacional para liberação de recursos.

Graça destaca que a agência conta com a contratação de consultores que vão atuar com os artesãos, sendo a atuação da própria agência efetuada através de ações que também denomina como “capacitação”. Tais capacitações, oferecidas pelo Sebrae, são feitas, na maioria das vezes, através de cursos e palestras de curta duração, que abrangem, principalmente, temas voltados para administração, gestão e liderança. As outras práticas oferecidas nestes projetos de incentivo ao artesanato são realizadas através da contratação de profissionais de áreas de atuação específicas através do Sebraetec. Deste modo, as ações realizadas por meio do design são executadas por entidades cadastradas e contratadas pelo programa.

Ao falar da atuação da agência no segmento, Fátima, também gestora do Sebrae em Pernambuco, difere as ações realizadas em benefício aos artesãos e aos produtos por eles gerados, os quais as gestoras denominam por oficina de design, para as quais designers são contratados pela agência para o desenvolvimento de cursos e oficinas como os de embalagem, por exemplo.

As gestoras dizem que o papel do design começa a ser entendido concomitantemente à criação do Centro Pernambucano de Design (CPD), e à sua atuação na agência - parceria que dura desta época até a realização desta pesquisa de campo. Para Fátima, também gestora do Sebrae, foi a partir da implementação do CPD, e também do início da parceria do Sebrae com o laboratório O Imaginário (UFPE), que se começou a discutir questões metodológicas e as formas de atuar juntamente com as unidades produtivas, momento em que design ganha reconhecimento no Sebrae.

O Centro Pernambucano de Design e O Imaginário são os parceiros mais citados por Graça e Fátima em seus discursos. Todos os casos considerados de sucesso por elas são frutos das parcerias estabelecidas entre estas duas instituições e o Sebrae. Por essa razão, buscamos conhecer esses dois parceiros e suas práticas.

No CPD, o encontro se deu com Luciene Torres, Superintendente da instituição desde sua fundação. Em funcionamento desde 2003, o Centro atuava em todas as áreas do design, desenvolvendo mais ações voltadas para o design social. Para Luciene, no ramo do artesanato o designer pode atuar a partir de duas vertentes, o que denomina por interferência e o que denomina por intervenção, que ela entende como duas metodologias distintas que não se anulam.

Ao falar de interferência, ela destaca o trabalho de Janete Costa³, que ditava as alterações a serem realizadas na peça de artesanato, em que a produção era esteticamente alterada, como se, ao deixar a sua marca no artefato produzido, estivesse garantida a inserção do produto no mercado.

A segunda vertente, a intervenção, é o que o CPD se dispõe a fazer. Luciene diz: “eu trabalho com a realidade local e realidade e habilidade técnica dos artesãos”, “intervenção é muito mais de apropriação deles (artesãos) do que do design”. E explica que a produção gerada nunca é entendida como do Centro e, sim, do grupo que a desenvolve. “Nosso expertise é capacitação, é oficina”, e não a comercialização. “O que a gente faz é fortalecer para trabalhar junto”.

Para o processo de intervenção, o CPD desenvolveu um método de 07 passos a serem seguidos: Diagnóstico, Gestão do Grupo, Gestão do processo produtivo, Gestão do produto, Gestão para mercado, avaliação final dos resultados, divulgação e promoção.

Sobre os contatos entre designers e artesãos, a superintendente comenta que sobre a dificuldade de se estabelecer relações de confiança em que artesãos, donos de seus processos por décadas, recebem instruções muitas vezes de pessoas mais novas e que, não necessariamente, se dedicam ao mesmo ofício dos artesãos. Para ela, há uma necessidade de se quebrar as resistências dos artesãos para com os designers. Ela expõe que, dentro da metodologia desenvolvida pelo CPD, o mínimo de tempo de duração do desenvolvimento de projetos é de 04 meses e a equipe deve ser composta por, no mínimo, 06 profissionais, sendo designers gráficos e de produto, e pessoas com conhecimento técnico sobre determinada prática ou matéria prima, tendo passado ou não pelo ensino formal.

Parte do trabalho envolve ouvir atentamente cada participante dos coletivos de produtores, recolhendo suas histórias. Ela busca entender as aspirações e habilidades de cada indivíduo de cada grupo para orientar melhor o projeto com base em suas expertises. Essa escuta ativa também promove a confiança necessária para que os grupos transformem seus métodos e processos de produção.

A partir de um diagnóstico inicial, o grupo trabalha desde a seleção de materiais sustentáveis até o design final do produto, priorizando matérias-primas locais e, quando necessário, substituem-nas por materiais mais abundantes.

3 Janete Costa é arquiteta pernambucana (Garanhuns, Pernambuco, 1932 - Olinda, Pernambuco, 2008), designer de interiores, colecionadora e curadora de artesanato. Para mais acesse: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa510092/janete-costa>

Durante o desenvolvimento, buscam expandir seu repertório de produtos, mantendo alguns anteriores e introduzindo novos, incentivando a criação autoral. Luciene destaca que, ao perceberem os benefícios dessas novas práticas, os artesãos gradualmente adotam mudanças que aumentam o valor agregado, a competitividade e a inovação dos produtos, reduzindo custos.

Após a reestruturação do produto, o Centro procede com a gestão de mercado, desenvolvendo identidade visual, marca, papelaria, *folders*, catálogos, embalagens e presença digital, como *sites* e redes sociais. Luciene acredita que essas estratégias preparam os artesãos para competir no mercado.

A designer entende que o principal objetivo dos facilitadores nos projetos de artesanato é promover a autonomia dos artesãos. Com base em sua experiência, ela observa que nem todos os artesãos prosperam. Ela sugere uma perspectiva diferente: a maioria desses artesãos tem acesso limitado à educação e enfrenta sérias dificuldades financeiras. No entanto, ela valoriza o aprendizado que os designers obtêm ao trabalhar com eles, destacando a riqueza de suas filosofias de vida e valores éticos. Contudo, ressalta que a insegurança impede muitos de alcançar a autonomia desejada, fazendo com que apenas alguns se destaquem e sigam carreira independente.

No Imaginário, Tibério Tabosa, facilitador de acesso aos mercados e Erimar José Dias e Cordeiro, designer de produto do laboratório, foram os interlocutores. O Imaginário é um laboratório de design da UFPE que desenvolve trabalhos de incentivo ao artesanato há mais de uma década. Como dito anteriormente, O Imaginário é um dos parceiros centrais do Sebrae nos projetos de fomento ao artesanato.

Tibério apresenta a metodologia do laboratório como participativa, em que o sujeito é o artesão. Explica que o papel que exerce é de facilitador, e que a ação que desempenham é coletiva. Para ele, é fundamental que se estabeleçam acordos coletivos e que se reconheçam as lideranças. “Essa questão da construção do sonho, do projeto, da visão e das lideranças é fundamental nesse negócio”. Sem um líder, o projeto não se sustenta.

Ele destaca, também, a importância dos significados no artesanato na produção dos produtos, entendendo que cada grupo e indivíduo carregam seus significados particulares, e é preciso ter atenção na sobreposição desses significados nos jogos de poder. Tibério nos conta que a tendência é tentar padronizar as coisas, porém para eles “a cultura é essa briga de significados. Nós temos o nosso, eles têm o deles, a gente vai ter que trabalhar para encontrar como fazer isso junto”. Ressalta, também, que o laboratório não tem um entendimento ortodoxo da cultura, pois entendem que a cultura se transforma, que nunca esteve estática.

Tibério explica que, por meio deste conceito de cultura, sempre em movimento, atuam em campo para a realização das intervenções: então, na hora em que a gente vai fazer uma intervenção, uma ação, a gente faz junto com o artesão, e a gente preserva o que é fundamental dele. Desse modo, se atentam à matéria-prima que os artesãos mobilizam, seus territórios e meios de atuação, as relações que estabelecem, as instâncias políticas e de negócio. Para ele, é preciso usar a habilidade dos artesãos e de sua história para se fazer um produto contemporâneo.

Ao falar sobre a metodologia, ele levanta a importância de não buscar identificar os problemas, mas, sim, reconhecer as potencialidades de cada grupo produtor, de forma integrada. É através da identificação das potencialidades, buscando desenvolver ambientes autossustentáveis – considerando todos os pilares da sustentabilidade – que o laboratório desenvolve os projetos dos quais participa.

Tibério explica que o projeto de artesanato só é possível quando se observa o todo, sendo imprescindível atentar para a cadeia inteira. Para ele, é fundamental dar atenção à questão de acesso ao mercado, em que se agrega valor e singularidade aos produtos. Ele destaca, também, a importância de se pensar no desenvolvimento dos produtos a partir de uma lógica produtiva não linear, entendendo o desenvolvimento destes projetos como complexos.

Outro conceito muito presente no desenvolvimento dos projetos orientados por eles é a ideia de redes distribuídas. Tibério explica que é necessário descentralizar o desenvolvimento dos projetos de um único sujeito, estabelecendo parcerias em vários níveis, e se colocando como parceiro nesses processos. Explica que, no começo, as parcerias são construídas através do próprio laboratório, mas que, no desenvolver dos projetos, os próprios artesãos começam a estabelecer suas próprias parcerias, muitas vezes não imaginadas pelos consultores: “As pessoas começam a ter um desenvolvimento de cidadania e política social”.

O consultor também levanta a discussão sobre os indicadores de transformação social utilizados por grande parte das pessoas, cita que é comum que os indicadores sejam balizados quantitativamente, tanto pelo volume comercializado quanto pelo aumento do lucro na venda das peças, mas destaca a transformação pessoal como um fator muito relevante para a transformação social.

Tibério conta que, na atuação junto aos artesãos, é muito importante buscar a autonomia através da autoconfiança e do otimismo. Ao falar de autoestima, o consultor também destaca a importância do artesão confiar no próprio trabalho, ao tomar consciência do que produz, e ao reconhecer

suas diferenças, sua história de sustentação, faz com que o produtor se fortaleça, gerando autonomia e autoridade.

Ao ponderar sobre o trabalho do Imaginário, ele salienta que não há uma metodologia padrão para o desenvolvimento de tais projetos, que é preciso trabalhar no e com os contextos nos quais se inserem. Salienta que é fundamental para o sucesso dos projetos o estabelecimento de um ambiente de confiança, em que os laços sociais de produção sejam fortalecidos. Para ele, é a geração coletiva de um sonho.

É importante ressaltar que o desenvolvimento dos projetos de fomento ao artesanato realizados através de consultorias do Imaginário, não se restringem a parcerias estabelecidas com o Sebrae. Muitos destes projetos por eles desenvolvidos têm anos de duração e contam com o incentivo do Sebrae em partes pontuais de seus desenvolvimentos. O Imaginário busca parceria com outras instituições de fomento e está presente nas discussões levantadas em torno dos encontros entre design e artesanato nas maiores ações do Estado.

Também nos encontramos com Ticiano Arraes, designer que trabalha como consultor de design em projetos de fomento ao artesanato desde que era aluno de graduação em design na UFPE. Ele fez parte do laboratório O Imaginário no início da atuação do laboratório, participando dos primeiros projetos de incentivo ao artesanato por eles desenvolvidos, ajudando a construir suas bases metodológicas, que foram reformuladas e transformadas com o tempo. Depois que deixou de ser integrante do Imaginário, passou a ser consultor, vinculando-se a projetos viabilizados pelo Sebrae e pelo CPD.

Ao comentar sobre a sua atuação junto aos artesãos, não define uma metodologia, considera que cada projeto é um projeto, e, para ele, o que define as particularidades de cada um são os recursos disponíveis, a experiência de cada pessoa e o tempo de duração. Em suas consultorias, declara que sempre partiu da identificação dos territórios e da disponibilidade de recursos, tanto humanos quanto materiais, e, a partir destes dados, age no intuito de “provocar” os produtores.

Relata que, no princípio, o limite da intervenção gerava muita preocupação e que participavam dos projetos uma antropóloga e uma socióloga, que alertavam para os limites da intervenção. Para ele, no desenvolver dos projetos foi ficando clara a necessidade de respeitar os limites do lugar, da tradição e dos indivíduos. E acrescenta que, por mais que a intervenção não parta dos designers, é requisitada pelo próprio mercado, onde os consumidores direcionam as criações dos produtores.

Ticiano percebe a atenção outorgada à produção do artesão como romantismo: “oh, não vou ser tão romântico - passei a chamar isso de romantismo

- nessa intervenção porque as coisas estão acontecendo, tem uma velocidade, uma dinâmica”.

Para o consultor, é fundamental que os artesãos estejam conscientes de seus processos, então ele busca estabelecer o diálogo com objetivo de questioná-los sobre suas vontades e os caminhos que querem, e podem, trilhar. Para ele, os designers em meio aos projetos de fomento ao artesanato acabam assumindo papéis que não são deles: “Em geral, o designer tá fazendo tudo sozinho”. Diz atuar em instâncias do projeto “que não era só o lado do design”.

Na construção dos produtos, ele entende o diálogo como uma ferramenta essencial. Relata que o ato de experimentar é muito importante, assim, sempre busca propor alterações que julga necessárias a partir do artefato pronto. Para ele, o processo deve ser construído a partir de diálogo e experimentação.

Quando falamos de autonomia, ele levanta a questão da capacitação. Acredita que faltam instrumentos para que os artesãos se tornem realmente autônomos nos processos dos quais são sujeitos, para ele seria necessário propor “um ferramental, que colocasse eles mais propositivos, mais ativos dentro do processo. As comunidades são totalmente passivas, totalmente”.

Refletindo sobre a prática de inserir design em projetos de fomento ao artesanato, o designer observa que transferir tecnologia e métodos de design para as comunidades não é um processo simples ou imediato. Ele questiona se esse tipo de intervenção realmente resultará em benefícios duradouros para as comunidades produtoras, pois, após anos de atuação, nota que estas permanecem passivas, com designers e financiadores colhendo mais benefícios. Ele destaca que raramente os artesãos se sentem donos do processo ou assumem papéis de liderança, levantando dúvidas sobre o alcance dos objetivos sociais e econômicos desses projetos, que visam o desenvolvimento territorial e a autonomia dos envolvidos.

4.2. A prática indica o entendimento sobre design

A maneira com a qual o contato entre os artesãos e profissionais de outras áreas se dá é sempre definida pelos agentes externos aos contextos do artesanato, podendo ocorrer de maneiras muito distintas. São múltiplas as maneiras por meio das quais outras áreas são acionadas para assessorarem as unidades produtivas. Não seria diferente com o design, que é mobilizado de diversas maneiras, dependendo dos atores envolvidos num determinado projeto. Percebemos, durante a pesquisa de campo, que o design, quando posto em prática, pode ocupar diversas funções. Quando seu uso parte do Sebrae não é o mesmo quando posto em prática por outros agentes - que, também, quando têm suas práticas comparadas, não acionam esta prática da mesma maneira.

Porém, no discurso das gestoras da agência, fica claro que, no Sebrae, design é pontualmente acionado no fomento ao artesanato, sobretudo no que tange ao desenvolvimento de produtos: as capacitações realizadas por meio do design são denominadas oficinas de design, e tem por função atuar com o desenvolvimento dos produtos de determinada unidade produtiva. Ainda que a relação entre designers e artesãos seja mediada por objetos artesanais, trata-se de projetos em que se envolvem, na prática, pelo menos dois sujeitos - designers e artesãos, como propõe Ricardo Lima (2014), que colocam em jogo suas culturas, visões de mundo, saberes e sonhos.

Em contraponto ao discurso das gestoras do Sebrae e das atividades mediadas pela própria agência, quando analisamos o que os designers apresentam como suas próprias práticas – muitas delas fomentadas pelo próprio Sebrae - vemos outras alternativas para o uso dos conhecimentos próprios ao campo do design. Os atores com os quais tivemos contato, embora operem centralmente no desenvolvimento de produtos juntamente com os artesãos, consideram a construção da autonomia e o desenvolvimento dos sujeitos, em maior ou menor grau, como objetivos centrais dos projetos que desenvolvem. Estas práticas parecem ampliar as possibilidades dos usos do design no fomento ao artesanato.

Em Recife, percebe-se que o desenvolvimento dos projetos de incentivo ao artesanato prevê, em todos os casos, mudanças que pretendem gerar um reposicionamento das unidades produtivas, tendo o design como ferramenta chave para este reposicionamento. Porém, o entendimento do que viria a ser design e as formas a partir das quais a área é acionada pelo Sebrae, varia de acordo com o sujeito que o emprega: o designer. Cada profissional que põe a atividade de design em prática, aplica seus próprios métodos, provocando, no contato com os artesãos, os mais diversos resultados. São muitos os parâmetros que determinam como se estabelecem essas relações.

No contato direto com os agentes dos projetos de fomento ao artesanato, possivelmente, os principais atores da relação que se estabelece entre design e artesanato em Pernambuco, percebe-se que são muitos os caminhos levados a cabo para a promoção do encontro entre design e artesanato no Estado. Cada um destes agentes apontou para uma perspectiva diversa sobre os projetos de fomento ao artesanato, e uma compreensão também distinta sobre design quando relacionado a estes projetos. Porém, mais diferente do que o que entendem por design é a maneira com a qual atuam enquanto designers nesses contextos. Durante a pesquisa de campo vimos 04 tipos diversos de interação:

A primeira acontece de maneira mais genérica e é proposta pela agência, no que ela denomina de capacitação, em que se apresenta conteúdos

genéricos que pretendem trabalhar sobre alguns pontos que consideram melhorar a relação do produtor com o mercado.

Uma segunda, relatada por Luciene, busca reconhecer as habilidades e potenciais da unidade produtiva para, a partir disso, através dos expertises do CPD, buscar reestruturar, inovando, a produção artesanal de determinado grupo, propondo um encaminhamento, uma solução. Ao apresentar uma metodologia extensa, intervém através de 07 passos de projeto que já são pré-estabelecidos. Sendo assim, embora trabalhe com a particularidade de cada unidade produtiva, a metodologia de desenvolvimento dos projetos realizados por eles é a mesma sempre.

A terceira e, provavelmente, a menos “romântica”, é o que nos apresenta Ticiano, que entende a singularidade de cada projeto, e por meio dos recursos disponíveis - das variantes tempo, recursos materiais e habilidades dos produtores, propõe o desenvolvimento dos projetos através de provocações que faz aos produtores, para que desenvolvam, juntos, novos produtos ou atualizem os já existentes.

A quarta, proposta pelo imaginário, entende que o sujeito do projeto seja o artesão, e, junto com ele, constroi o desenvolvimento do projeto, tendo a negociação como fator central das atividades que realiza. Um ponto relevante do trabalho do Imaginário é que os projetos são continuados por anos e a atuação do laboratório é constante e planejada. No Imaginário, design é entendido num sentido mais amplo e, segundo Tibério, pode atuar em outras instâncias dos projetos de fomento ao artesanato, através do encontro do design com outras disciplinas, fazendo com que a atuação seja multidisciplinar e ampla. Tibério ainda define, em tom de brincadeira, design como a profissão mais completa do mundo, e o designer como profissional capaz de tudo. Porém, embora compreenda o conceito de design num sentido mais amplo, entende que a ação do Imaginário com design é uma parte pequena do que desenvolvem nas comunidades nas quais atuam.

5. Considerações finais

Observando essas tantas maneiras de relacionar design e artesanato através dos possíveis contatos estabelecidos entre designers e artesãos, podemos questionar se há, portanto, um caminho ideal para o encontro entre estes profissionais no fomento ao artesanato, e, ainda, se há como mensurar o êxito desses projetos - são muitos os modos de traçar os objetivos, e, por consequência, são muitas as formas de perceber se tais objetivos foram alcançados, principalmente por se tratar de projetos que vão além da construção material de objetos, esbarrando muitas vezes nas tradições, histórias

e também nos sonhos e desejos daqueles que os desenvolvem, que lidam com o desenvolvimento humano, com autonomia e desenvolvimento social.

Vimos que, embora os projetos se desenvolvam de maneiras diversas, essencialmente se dirigem ao desenvolvimento de produtos, restringindo a prática do design a esse fim. A partir da revisão bibliográfica apresentada na seção “que design” deste artigo, nos deparamos com proposições teóricas que nos encaminham para outros entendimentos de design e, portanto, a outras formas de fazer design, ampliando a atuação do designer no encontro com outras disciplinas, saberes e práticas, desvinculando o design dos aspectos formais e funcionais de um produto e o designer do lugar de detentor de conhecimento. As proposições teóricas apresentadas nos encaminham para outras formas mais abertas de promovermos os encontros que estabelecemos com outras pessoas e seus fazeres, que podem contribuir para o objetivo primário do desenvolvimento de projetos de fomento ao artesanato que é a promoção da autonomia dos artesãos e produtores.

Ao nos depararmos com a atuação de diversos designers e gestores durante a pesquisa de campo, ficou claro que é possível, e entendemos, também necessário, que promovamos esses encontros entre saberes e pessoas de forma mais aberta, buscando ampliar, através da prática, os “limites epistemológicos que determinam posições sociais específicas, nas quais há pouco espaço de trânsito” (NORONHA, 2018, p.125, tradução nossa). Se levássemos a cabo as aberturas dos termos design e artesanato, aumentando seus limites epistemológicos, como interferiríamos nas práticas de projetos de fomento ao artesanato, a fim de estabelecer, de fato, outras relações com as pessoas nesses contextos, ou em processos de projetos com fins sociais em geral?

Referências

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

ESCOBAR, Arturo. **Autonomía y diseño: la realización de lo comunal**. Editorial Universidad del Cauca, 2019.

LIMA, Ricardo Gomes. **Entrevista com Ricardo Gomes Lima** – Maio/2010. Disponível em: <http://www.acasa.org.br/biblioteca_texto.php?id=265>. Acessado em 22 de setembro de 2014.

INGOLD, Tim. **Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture**. Abingdon: Routledge, 2013.

MANZINI, Enzo. **Design, When Everybody Designs**. An Introduction to Design For Social Innovation. Londres, Cambridge: The MIT Press, 2015.

NORONHA, Raquel. **Do centro ao meio: um novo lugar para o designer**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 10, 2012, São Luís. Anais ... São Luís: EDUFMA, v. 1. p. 5271-5282. Disponível em: <<http://www.peddesign2012.ufma.br/anais/Anais/anais10PeD2012.part1.pdf>>. Acesso em: 31 ago. 2013.

NORONHA, Raquel. **The collaborative turn: Challenges and limits on the construction of a common plan and on autonomia in design**. Strategic Design Research Journal, 11(2): 125-135 Unisinos – doi: 10.4013/sdrj.2018.112.08. 2018.

RIOS Filho, Paulo. **Um compor-emaranhado: composição, teoria e análise ao longo de linhas**. Paulo Rios Filho. _ Salvador, 2015.

SIRITO, Marina V. C.; ANASTASSAKIS, Zoy; “**Os contornos de sentido dos termos design e artesanato no Sebrae**”, p. 4406-4420 . In: Anais do 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design (2018). São Paulo: Blucher, 2019.

SZANIECKI, Barbara; COCCO, Giuseppe; **O making da metrópole: Rios, ritmos e algoritmos**. Rio de Janeiro: Rio Books: 2021.

Como referenciar

SIRITO, Marina; ANASTASSAKIS, Zoy. Reflexões sobre design no fomento ao artesanato: uma análise em Pernambuco. **Arcos Design**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, pp. 583-601, jul./2024. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign>.

DOI: <https://www.doi.org/10.12957/arcosdesign.2024.84372>



A revista **Arcos Design** está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição – Não Comercial – Compartilha Igual 4.0 Não Adaptada.

Recebido em 15/05/2024 | Aceito em 27/06/2024