



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CAMPUS AGRESTE  
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE DESIGN

VINICIUS LAUREANO BRAZ DA SILVA

**INTEGRAÇÃO ENTRE DESIGNER E ARTESÃO:** uma experiência de intervenção na  
comunidade de produtores de mobiliário em cipó de Riacho das Almas (PE)

CARUARU

2011

**VINICIUS LAUREANO BRAZ DA SILVA**

**INTEGRAÇÃO ENTRE DESIGNER E ARTESÃO:** uma experiência de intervenção na comunidade de produtores de mobiliário em cipó de Riacho das Almas (PE)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design. sob orientação do professor Amílcar Bezerra.

**Área de concentração:** Design Colaborativo.

**Orientador:** Amílcar Bezerra

**Caruaru**

**2011**

Catálogo na fonte:

Bibliotecária - Simone Xavier CRB/4-1242

S586i Silva, Vinicius Laureano Braz da.  
Integração entre designer e artesão: uma experiência de intervenção na comunidade de produtores de mobiliário em cipó de Riacho das almas (PE). / Vinicius Laureano Braz da Silva. - Caruaru: O Autor, 2011.  
58f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Amílcar Bezerra.  
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Design, 2011.  
Inclui referências bibliográficas

1. Gestão. 2. Artesanato. 3. Design. 4. Cultura. I. Bezerra, Amílcar. (Orientador). II. Título

740 CDD (23. ed.) UFPE (CAA 2011-110)

VINICIUS LAUREANO BRAZ DA SILVA

**INTEGRAÇÃO ENTRE DESIGNER E ARTESÃO:** uma experiência de intervenção na comunidade de produtores de mobiliário em cipó de Riacho das Almas (PE)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Aprovada em: 06/07/2011

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Amílcar Almeida Bezerra (Orientador)  
Universidade Federal de Pernambuco, Campus Agreste

---

Prof. Bruno Xavier da Silva Barros (Examinador interno)  
Universidade Federal de Pernambuco, Campus Agreste

---

Profª. Maria Teresa Lopes (Examinadora externa)  
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho à minha mãe, Terezinha por sua paciência e ao meu irmão, Rommel pela sabedoria que me concede até os dias presentes.

## **AGRADECIMENTOS**

Fico muito agradecido a todos que me auxiliaram a chegar onde estou, mas em primeiro lugar devo honrar a Deus, o grande arquiteto do universo, que me dá forças, mesmo quando eu penso em já não ter.

À família que é a base que me sustenta, tendo no topo minha mãe por ter dado todo o apoio de que eu e meu irmão necessitamos em nossas vidas. Meu irmão, por ter acreditado em mim quando todos desistiram. Meu pai que não descansa até me ver formado.

Aos amigos que dão sentido à vida e me fizeram querer chegar mais longe.

A Lourival Costa, professor de imenso valor e de fundamental importância para minha formação como designer.

A Amílcar Bezerra por toda a paciência e sabedoria nos ensinamentos e correção do presente trabalho.

“A natureza dos homens é a mesma, são os seus hábitos que os mantém separados”. (Confúcio)

## **RESUMO**

O presente trabalho de conclusão de curso consiste na pesquisa que aborda a relação entre designers e artesãos, respectivamente o conhecimento aplicado adquirido em cátedra e a experiência do artífice inserida em seus produtos únicos, trabalhando conjuntamente, frisando como o artefato é melhor projetado, quando existe um bom entendimento entre esses dois profissionais e suas diferentes bases de processamento na construção de um objeto, seja ele de uso puramente estético, ou com base em utensílio para uso. Tomará como análise, a experiência no projeto de extensão “Design colaborativo para artesãos produtores de mobiliário em cipó” realizado em Riacho das Almas – PE, debatendo também problemas que fazem parte do dia a dia do artesão e que muitas vezes, dificultam sua inserção no sistema capitalista, qual seja: introdução em um ponto comercial próprio, compartilhado ou de terceiros para vendas ao consumidor. Serão expostas reflexões acerca dos resultados de projetos similares e de pontos de vista de estudiosos na área.

Palavras-chave: gestão; artesanato; design; cultura.

## ABSTRACT

This final project consists of research that addresses the relationship between designers and artisans, focusing on the applied knowledge acquired in the professorship and the artisan's experience embedded in their unique products. Working collaboratively, it emphasizes how the artifact is best designed when there is a good understanding between these two professionals and their different processing bases in the construction of an object, whether for purely aesthetic use or as a tool. It will analyze the experience of the extension project "Collaborative Design for Artisans Producing Vined Furniture," carried out in Riacho das Almas, Pernambuco, and will also discuss issues that are part of artisans' daily lives and that often hinder their integration into the capitalist system, such as: introducing one's own, shared, or third-party retail outlets for consumer sales. Reflections will be presented on the results of similar projects and the perspectives of scholars in the field.

**Keywords:** management; craftsmanship; design; culture.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Corporações mantêm vendas em diversas partes do mundo	15
Figura 2	Família de esquimós	20
Figura 3	Sertanejo	20
Figura 4	Diversidade cultural no território brasileiro	26
Figura 5	Negra de barro, retratando uma cena cotidiana caruaruense, num passado não tão distante	27
Figura 6	Roda BMW	29
Figura 7	Calota de encaixe	29
Figura 8	Linha de montagem do Ford T, exemplo de desenvolvimento na produção seriada	34
Figura 9	Chapéu de palha	39
Figura 10	Quadro de Kandinsky	40
Figura 11	Artesanato de barro, retratando o êxodo rural	41
Figura 12	Lourival F. artesão fundador	48
Figura 13	Zé de Mocinha, artesão da comunidade	48
Figura 14	Cipó é armazenado na forma de rodas	50
Figura 15	Taboca pronta para o uso	50

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>GLOBALIZAÇÃO.....</b>	<b>14</b>
<b>3</b>	<b>CULTURA.....</b>	<b>20</b>
<b>4</b>	<b>CULTURAS POPULARES.....</b>	<b>26</b>
<b>5</b>	<b>DESIGN E ARTESANATO.....</b>	<b>33</b>
5.1	ARTESANATO E CULTURAS POPULARES.....	38
5.2	OS UNIVERSOS DAS CULTURAS POPULARES.....	42
<b>6</b>	<b>ANÁLISE DO PROJETO DE EXTENSÃO “Design Colaborativo Para Artesãos Produtores de Mobiliário em Cipó” À LUZ DOS CONCEITOS ABORDADOS NOS CAPÍTULOS ANTERIORES... </b>	<b>48</b>
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>57</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>58</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho discute como está inserido o produto manufaturado num mercado de visão capitalista e no atual período onde o processo de globalização é mais intenso. Além do artefato, é necessário o estudo da vida do artesão e da comunidade em que ele está inserido, seus processos de criações artesanais, materiais e ferramentas necessários, forma de produção, divulgação e venda do objeto.

No entanto, antes de chegarmos ao estudo de uma comunidade específica, são enfatizados temas necessários a um melhor entendimento do assunto, sendo estes: Globalização, onde devemos entender a relevância e as conseqüências do processo globalizante no mundo do artesanato. Cultura, revelando desde sua origem até os dias atuais, onde ela (ou elas) exerce(m) um nível de dominância entre as sociedades. Culturas populares, como são tão próximas da maior parte da população e ainda assim, muitas vezes, vistas com desprezo. Design, levando o leitor a uma breve explanação do termo design e sua função atualmente e logo após citando o artesanato como um processo que já foi base dos produtos realizados no mundo pré-industrial, até sua situação hoje, ignorado por uns e almejado por outros. Por fim é realizada uma ponte entre designer e artesão e o sucesso que esses profissionais podem alcançar, trabalhando conjuntamente.

De uma forma ampla, esse trabalho é realizado tendo a gestão de design como foco, responsável por reconhecer as deficiências e os pontos fortes do artesanato, seja desde sua criação até à venda. De igual valor, a área de design de produto com foco em artesanato também é necessária no diagnóstico da situação do produto manufaturado atualmente.

É realizada então uma discussão acerca de design, artesanato e cultura, na comunidade do Vitorino. Até onde suas relações podem beneficiar os envolvidos, além da questão financeira, que é um ponto básico a ser tratado. A valorização da história da comunidade, desde o início da criação da primeira peça, com o seu desenvolvimento e outras criações ao longo dos anos, o reconhecimento como elemento simbólico daquela comunidade e a entrada do designer, agregando valor às peças em diálogo com as culturas ali envolvidas.

Mais especificamente, realizamos a identificação de possíveis problemas na integração produtiva entre o conhecimento aplicado do designer e a experiência do

artesão produtor de mobiliário em cipó. Para isso utilizamos um projeto de extensão da área de design, realizado numa comunidade produtora de mobiliário em cipó no município de Riacho das Almas em Pernambuco. Este projeto foi escolhido porque o autor do presente trabalho integrou a equipe como bolsista de graduação durante todo o período do projeto.

Após essa identificação dos problemas que compõem a junção entre designer e artesão, como solucionar e promover uma integração efetiva entre essas duas áreas? Porque o que parece acontecer na maioria dos casos é que as mudanças só acontecem durante o período em que o designer atua na comunidade. Então após a realização de um projeto, os artesãos continuam trabalhando da maneira que faziam antes da intervenção ou utilizando apenas o mínimo do que lhes foi proposto. Afinal, se o designer entra com seu conhecimento aplicado e o artesão com a experiência de trabalho, duas qualidades intrínsecas e que se complementam, mas os produtos não sofrem considerável melhoria com o passar do tempo, existe alguma dificuldade de integração, que não permite essa parceria eficiente.

Colocamos como objetivo geral desse trabalho, refletir sobre o lugar do designer e do artesão dentro do processo de globalização e integração das culturas populares ao mercado. Significa ter como base da pesquisa a importância do design e do artesanato, a forma como o desenvolvimento de seus produtos são colocados nesse processo globalizante e como os artefatos manufaturados de comunidades socioeconomicamente menos desenvolvidas são vistos e consumidos pelo atual mercado capitalista.

Através dos objetivos específicos, nos aprofundamos no nosso tema, para então chegar ao resultado final desse trabalho. Primeiramente, Identificar características comuns a integrações de designers em comunidades e cooperativas de artesãos. O que acontece na maioria dos casos, em que existem intervenções de design em produtos artesanais? Quais os aspectos positivos e como eles podem se repetir em outras comunidades? E os pontos negativos, será possível eliminar ou transformar, trazendo benefícios à comunidade? Como segundo objetivo, vamos utilizar os conceitos e as experiências anteriores para construir uma análise crítica e construtiva do trabalho realizado no Vitorino. O que dizem os estudiosos renomados nessa área que envolve design, cultura e artesanato? O que pensam a respeito da parceria entre designer e artesão?

O nosso objeto de estudo, é o relatório do projeto de extensão “Design colaborativo para artesãos produtores de mobiliário em cipó”, realizado no distrito do Vitorino, pertencente ao município de Riacho das Almas, Pernambuco. Como aluno bolsista do projeto, o autor desta monografia visualizou a necessidade de um estudo aprofundado para aperfeiçoar as parcerias e contribuir para que funcionem de modo eficiente.

## 2 GLOBALIZAÇÃO

As afirmações a respeito da igualdade do gênero humano, da relatividade das culturas e do direito de cada uma delas de desenvolver a sua forma própria, são inconsistentes se nós não a situamos no interior das condições atuais onde vigoram a universalização e a interdependência. Hoje, é impossível falar de cultura sem levar em consideração o processo de globalização que força o contato entre diferentes povos e cria choques culturais.

Com o desenvolvimento acelerado do capitalismo no mundo, globalização torna-se um termo cada vez mais presente na vida das sociedades como um todo. Segundo o dicionário Michaelis, globalização pode ser definida como “Fenômeno observado na atualidade que consiste na maior integração entre os mercados produtores e consumidores de diversos países” (2010). Tal fenômeno influi diretamente na disseminação das culturas do mundo, pois consegue transmitir em tempo curto o que acontece em qualquer lugar para qualquer lugar. Mas da mesma forma que dissemina, a globalização, também pode ser responsável por modificar ou até mesmo eliminar as tradições de um povo, mesclando culturas ou trazendo peculiaridades de outras sociedades que acabem por levar determinada cultura ao esquecimento.

O excesso de informação, decorrente da globalização, advindo de quase todo o planeta através dos meios de comunicação, obriga a pessoa receptora das notícias a selecionar o que se deve guardar na memória e o que pode ser descartado. A Globalização pode então ser bastante interessante na medida em que podemos escolher partes que julgamos interessantes da identidade de cada grupo social e rejeitar o que não achamos válido. Mas, agindo dessa forma, estamos também permitindo o sepultamento de tradições, que talvez, quem é estrangeiro não veja nenhuma importância, mas para os integrantes de algumas etnias específicas são parte fundamental do todo que os identifica. Logicamente o acúmulo de informação e desenvolvimento de ideias na contemporaneidade, torna mesmo necessário que muito se perca no passado. Sendo assim, esse é um rumo da evolução humana no mundo de hoje, mas é complicado para um grupo social e/ou etnia ver determinado conhecimento se perder com o tempo. Existe aí um embate filosófico entre evolução e tradição, quando o homem começa a pensar se ele está traindo seus ideais ou seguindo o ritmo comum que todo o planeta tende a seguir.

A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais da sociedade moderna e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. (HALL, 2002, p. 7)

Então, a questão da identidade cultural é um assunto que deve ser tratado com cautela, pois está em constante desenvolvimento e, portanto, ainda não tem definição exata, como o próprio Stuart Hall (2002, p. 8) afirma “O conceito (...) identidade é demasiadamente complexo, muito pouco desenvolvido e muito pouco compreendido na ciência social contemporânea para ser definitivamente posto à prova.”

Assim, globalização é um assunto que deve ser tratado apontando seus pontos positivos e negativos, afinal da mesma maneira que contribui, pode destruir o significado de outros povos. Mas como se julga a propagação ou eliminação de determinado objeto, idéia ou mesmo de toda uma cultura?

Como participamos de um modo de vida capitalista, onde as finanças, ou melhor, os proprietários das finanças têm voz forte, o modo de produção industrial se impõe. Geralmente como donos dos meios de produção, que movimentam grandes transações econômicas e empregam um considerável número de trabalhadores, esses homens e suas corporações têm consciência de seu poder e usufruem de tal. Os governos necessitam de dinheiro circulando nas nações capitalistas e empregos para as classes menos favorecidas. O dono de uma corporação “resolve” esses dois problemas. Porém, como mentores de ideias, os grandes empresários pensam sempre em como adquirir mais dinheiro e esse sistema muitas vezes destrói a integridade das pequenas comunidades.

Fig. 1 – Corporações mantém vendas em diversas partes do mundo.



Fonte: <http://perlbal.hi-pi.com/blog-images/352649/mn/1226681856/O-que-e-Globalizacao.jpg>

Esse é um motivo pelo qual muitos grupos tradicionais esquecem seus hábitos, afinal para não serem engolidos pelo sistema, eles devem se adaptar a novos conceitos e para isso terminam por desconsiderar seus conhecimentos passados através de gerações. “Os bens culturais acumulados na história de cada sociedade, não pertencem realmente a todos (ainda que formalmente sejam oferecidos a todos), mas aqueles que dispõem dos meios para apropriar-se deles.” (CANCLINI, 1982, p. 38).

A própria educação que forma uma nação pode separar, desde a infância, ser humano dominado e dominante socialmente. No Brasil, temos um claro exemplo do fato, pois o ensino fundamental e médio que o governo oferece aos seus cidadãos está entre os piores, segundo o IDEB, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica. Já as escolas particulares do país oferecem qualidade consideravelmente melhor, na maioria dos casos. No ensino superior, os planos se invertem, pois as universidades públicas recebem investimento considerável, obtendo melhores índices que as faculdades privadas. A questão é que como o investimento na educação pública não se inicia em sua base, ou seja, o ensino fundamental, os alunos que tiveram educação em escolas pagas obtêm melhores notas no vestibular, prova realizada para ingressar nas instituições de ensino superior públicas. O fato confirma que a tendência é o possível interesse da manutenção desse sistema linear, onde os ricos continuam com melhor qualidade de obtenção de conhecimento e os menos favorecidos se resignem ao fato de que não possuem cacife para alcançar um melhor padrão econômico e encarem o fato de que devem apenas trabalhar para os mais abastados e seguir as suas condutas.

Existe, portanto, uma correspondência entre as possibilidades de apropriação do capital econômico e do capital cultural. Condições sócio-econômicas semelhantes propiciam o acesso a níveis educacionais e a instituições culturais parecidos, e neles são adquiridos estilos de pensamento e de sensibilidade que por sua vez engendram práticas culturais particulares (CANCLINI, 1982, p. 39).

Falamos em identidade, mas afinal o que quer dizer tal palavra em se tratando de globalização e culturas populares? “A necessidade de todo indivíduo de ser socializado, de adaptar-se a algum tipo de estrutura social que permita o seu desenvolvimento pessoal e proporcione segurança afetiva.” (CANCLINI, 1982, p. 36). Identidade é a soma de diversas peculiaridades que o ser humano adquire ao longo de sua vida e dão significado às suas práticas sociais, tornando-o aceitável (ou não) no local onde vive. O processo globalizante pode atingir sociedades em qualquer parte do mundo, ocorrendo muitas vezes um choque de culturas. Em alguns casos, a tendência

caminha para a resolução do embate, revelando se parte considerável da nação que recebeu a cultura vai absorver aquelas ideias ou desconsiderá-las. Em outros casos, como nas teocracias do oriente médio, tais choques parecem longe de uma resolução pacífica.

Geralmente o conhecimento que tende a se impor em escala global é o que interessa ao capitalismo e aos que lucram com ele. Mas se o capitalismo visa o acúmulo de riquezas, devemos entender como os pequenos produtores e artesãos se adaptam a essa realidade. A cultura popular, ou melhor definindo, culturas populares são um ponto fundamental para o entendimento desse nicho no atual sistema.

As culturas populares (termo que achamos mais adequado do que “a cultura popular”) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte dos seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida. (CANCLINI, 1982, p. 42)

Partindo desse quadro, vamos observar nessa pesquisa como as culturas populares se relacionam com essa unificação mundial. Porém antes disso, devemos entender o que são essas culturas. Seriam elas “criação espontânea do povo, a sua memória convertida em mercadoria ou o espetáculo exótico de uma situação de atraso que a indústria vem reduzindo a uma curiosidade turística?” (CANCLINI, 1982, p. 11). Como recebem discriminação de classes sócio-econômicas mais elevadas, as pessoas que vivem as culturas populares procuram se fortalecer entre si, criando e desenvolvendo características comuns entre eles. Essa é uma forma de proteção ao agressivo sistema capitalista do qual eles fazem parte, quer queiram ou não. Assim procuram se expressar (vamos entender expressão como forma de passar uma mensagem, seja ela falada ou não) de maneira que se sentem bem e seguros do que fazem. Utilizemos um exemplo que pode ser realidade no Brasil e em outros países, onde um dançarino de *break*, residente em uma favela, pode não entender de bolsa de valores, mas conhece a realidade de sua comunidade. Como agente participante, ele pode ser solução aos diversos problemas da comunidade, tendo dentro dela poder de informação e ganhando a vida dando aulas de dança ou até em qualquer outro emprego que não necessite de uma formação superior, como moto *boy*. Esse é um exemplo de um cidadão detentor de uma cultura popular, mas que está inserido no capitalismo.

“As culturas populares são construídas em dois espaços: a) nas práticas profissionais, familiares, comunicacionais e de todo tipo através das quais o sistema capitalista organiza a vida de todos os seus membros; b) as práticas e formas de pensamento que os setores populares criam para si próprios,

mediante as quais concebem e expressam a sua realidade, o seu lugar subordinado na produção na circulação e no consumo” (CANCLINI, 1982, p. 43).

Durante muito tempo o termo cultura foi utilizado, considerando àqueles de etnias longínquas e menos avançadas como aculturados. Esse raciocínio é herança dos romanos que tratavam como bárbaros os povos que não pertenciam à sua civilização. Na realidade, o que existia era apenas a diferença de culturas, que fazia Roma manter preconceito com outras nações, ou seja, se não tivessem o modo de viver e pensar romano, eram bárbaros. No caso da cultura, o que houve foi o julgamento de países sócio economicamente mais poderosos para com sociedades menos abastadas, que até permitiam ser subjugadas ao necessitarem desses países mais fortes por motivos de proteção e ou mercadológicos. O que pode ser visto então como um defeito, culturas diferentes que ajudam a tornar inviável a globalização, nada mais é que um pensamento egocêntrico por parte de certas sociedades, pois o ser humano é produto do meio e não deve pagar por seu intelecto, afinal o que ele aprendeu depende do meio em que vive.

John Locke (...) ao escrever *Ensaio acerca do entendimento humano*, procurou demonstrar que a mente humana não é mais do que uma caixa vazia por ocasião do nascimento, dotada apenas da capacidade ilimitada de obter conhecimento, através de um processo que hoje chamamos de endoculturação. (LARAIA, 1982, p. 25/26)

Ainda preocupa a falta de entendimento em muitas sociedades para compreender que a globalização pode trazer benefícios, bastando pensar em formas proveitosas de se inserir nos processos de troca, seja de compra e venda de produtos ou uma troca informacional entre comunidades diferentes. Inevitavelmente a maior parte da população ainda pensa em obter melhores lucros em cima do mais fraco e embora o capitalismo prove que funcione, esse raciocínio não é a única e nem a melhor maneira de fazer funcionar o mundo de forma igualitária. Isso é imposição e tentar impor sua cultura e esmagar outras não faz parte necessariamente desse processo ou pelo menos não deve fazer. Por outro lado, as culturas subalternas reagem, e criam estratégias de resistência a esse esmagamento, gerando tensões que dificultam sua inserção na cultura globalizada.

Como a globalização não pode ser travada, as sociedades devem aprender a tirar o melhor proveito das situações advindas desse processo, para que assim passem a crescer e avançar tecnologicamente. Quanto ao desaparecimento de culturas tradicionais, esses são processos que podem ser evitados pela população detentora de determinada tradição, afinal qualquer cultura pode servir de aprendizado para outra

sociedade, não podendo ser sumariamente discriminada ou eliminada. Mas como tudo na vida é limitado e o homem também não o deixa de ser, existem fatores culturais que inevitavelmente serão alterados e/ou substituídos por novos conceitos. Cabe então cada sociedade julgar o que lhe é mais importante e o que pode ser descartado. Uma prova concreta foi o projeto realizado pelo IPHAN, denominado Tecelagem no Triângulo Mineiro, onde os pesquisadores mapearam a cultura material e imaterial, ou seja, não foi apenas a análise dos tecidos e produtos em si, mas também como eles são feitos e o que representam às tecelãs e porque elas continuam a trabalhar, já que a princípio a técnica não parece ser economicamente viável.

Uma característica da pesquisa, e que se revelou fundamental para a apreensão dessa especificidade, como também para criar uma ponte de diálogo com as tecedeiras, foi o centramento na tecnologia. A descrição minuciosa de todo o processo de fabricação de tecidos, além de propiciar a recuperação desse fazer (...) foi um caminho seguro para se avaliar o potencial e os impasses atuais dessa atividade na região. (LONDRES, 2000, p. 17)

É principalmente na fase de pesquisa da comunidade envolvida o momento em que mais o pesquisador deve estar isento de qualquer preconceito cultural para poder adentrar e ganhar a confiança do grupo estudado. Assim a coleta de informações torna-se viável, respeitando o saber não acadêmico advindo da experiência do artesão e procurando entender como foi originado, o desenvolvimento de produtos e a tecnologia utilizada, tratando o produtor como detentor de conhecimento e realizando um registro cultural factível.

### 3 CULTURA

Uma denominação simples e satisfatória para conceituar a palavra cultura diz que “ela é aquilo que não é obra da natureza, tudo aquilo que foi produzido por um ser humano, não importando o seu grau de complexidade ou desenvolvimento” (CANCLINI, 1982, p. 19). Então, podemos entender que o significado do termo designa o que o ser humano pode formular, seja uma forma de se comunicar com a sociedade passando uma mensagem de quem ele é, até algo palpável como adquirir um objeto que se enquadre entre as suas preferências. E assim as sociedades se fazem e se distinguem umas das outras. Tudo merece destaque na formação de culturas de uma comunidade. Local, temperatura, solo e até a influência de outros povos são exemplos do que se pode ser o diferencial no nascimento de uma cultura. Portanto, um sertanejo que vive em um clima árido, com muita terra e pouca água, aprendeu a viver naquela região e dali extraiu peculiaridades que formam o seu ser, diferentemente de um esquimó que habita uma região com temperaturas negativas em graus Celsius e precisa de soluções bem diversas das do homem do sertão para sobreviver. São extremos, porém tanto o sertanejo quanto o esquimó aprenderam a sobreviver em seu habitat cada qual ao seu modo e são essas diferenças que tornam também distintas as culturas dos diversos grupos sociais existentes. Porém isso não significa que a cultura é determinada pelo meio, pois muitos outros fatores influenciam a formação das culturas e não apenas as condições climáticas e geográficas, como veremos mais adiante.

Fig. 2 – Família de esquimós.



Fonte: [http://4.bp.blogspot.com/\\_dEMvDZ8elJA/SeygfpC\\_SnI/AAAAAAAAACvg/d3XBmtFzuyg/s400/esquim%C3%B3.jpg](http://4.bp.blogspot.com/_dEMvDZ8elJA/SeygfpC_SnI/AAAAAAAAACvg/d3XBmtFzuyg/s400/esquim%C3%B3.jpg)

Fig. 3 – Sertanejo.



Fonte: <http://www.brasilcultura.com.br/wp-content/uploads/2010/05/sertanejo1.jpg>

Além de questões geográficas e de clima, podem existir diferenças culturais entre pessoas que vivem em locais similares, mas que conseguiram respostas diferentes para alcançar sua sobrevivência e disseminação. Então diferentes terrenos e climas não são os únicos motivos para determinar a concepção e desenvolvimento de um modo de vida. Hoje encontramos pessoas coabitando a mesma região e vivendo de modos divergentes. Como exemplo, podemos utilizar no agreste brasileiro, comunidades vizinhas com meios de vida diferentes. Uma se destaca na pecuária extensiva, pois aprendeu a lidar com o gado, fazendo cercados e localizando as rezes que se embrenham nas matas, trazendo-as de volta ao rebanho. A outra comunidade tem como principal fonte de renda a agricultura, arando, plantando as sementes e esperando a época para retirar e se beneficiar dos frutos que se identificam com o solo da região como abacaxi e caju. “as diferenças de comportamento entre os homens não podem ser explicadas através das diversidades somatológicas ou mesológicas.” (LARAIA, 1986, p. 16)

Outro ponto muito discutido e importante é a questão sanguínea, na formação cultural de uma pessoa. Ainda se fazem certas colocações preconceituosas, a partir do local de naturalidade de uma pessoa, como por exemplo, o brasileiro que afirmam ser preguiçoso por natureza ou o japonês ser mais inteligente que as outras raças. Taxar uma pessoa por sua região de nascença, apesar de ser tão comum, ao mesmo tempo é um pensamento retrógrado e está fora de contexto, pois seria afirmar que um bebê nascido na Alemanha e trazido ainda criança para o Marrocos, lá chegando à fase adulta, teria características culturais alemãs. Logicamente ele poderia ter diferenças físicas que remetam à Europa, por uma questão genética e não territorial, como a

tonalidade da pele clara e os cabelos lisos, mas pouco ou nada estaria entre suas propriedades psicossociais. “Os antropólogos estão totalmente convencidos de que as diferenças genéticas não são determinantes das diferenças culturais” (LARAIA, 1986, p. 17).

Cultura é uma palavra tão simples e complexa que pode alcançar a todos. Mais um ponto onde podemos abranger a diversidade desse termo está na sexualidade. Não existe uma única distinção real válida entre homem e mulher em se tratando de cultura. A diferença de tratamento e função entre os sexos pode variar das mais diferentes formas. Hoje, no Brasil, vivemos um processo em que as mulheres, que no século passado eram “instruídas” a ser submissas, procuram igualdade total aos homens na sociedade, ou seja, querem entre muitas coisas, receber salários similares (o IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas mostra que elas ganham menos que eles), condições de emprego iguais e autoridade na chefia do lar. Em algumas tribos indígenas, as mulheres são responsáveis por carregar água e passar o dia trabalhando sempre carregando seus bebês nas costas, enquanto os homens se dedicam apenas à caça e defesa do território, empunhando lanças ou arcos, portanto artefatos um tanto mais leves e serviços que não exigem todo o dia de trabalho. Em Esparta, como os homens se destinavam desde a infância à guerra, as mulheres tinham importante papel na política.

o comportamento dos indivíduos depende de um aprendizado, de um processo que chamamos de endoculturação. Um menino e uma menina agem diferentemente não em função de seus hormônios, mas em decorrência de uma educação diferenciada.” (LARAIA, 1986, p. 19/20)

O homem, em sua maioria, ainda possui o péssimo hábito de julgar antecipadamente tudo o que não lhe é comum, que não faz parte do seu repertório e de sua identidade, causando ao longo dos tempos discórdia e intriga. As ideias do nazismo, ditadas por Hitler, pregavam entre tantas, a exterminação dos judeus para tornar possível apenas a existência da raça ariana, ou seja, culturas diferentes entraram em guerra sem uma causa verdadeira. Todas as culturas por mais rudimentares que pareçam, são dotadas de estrutura, possuindo no seu interior coerência e sentido. Inclusive as práticas que nos desconcertam ou rejeitamos possuem uma lógica explicação no interior das sociedades que as adotam e são funcionais para sua existência, fazendo parte da formação daqueles indivíduos. “O nudismo é uma prática tolerada em certas praias européias, enquanto nos países islâmicos, de orientação xiita,

as mulheres mal podem mostrar o rosto em público.” (LARAIA, 1986, p. 15). Porém, antes de mais nada,

cada sociedade, possui o direito de desenvolver-se de modo autônomo, inexistindo uma teoria acerca da humanidade que seja dotada de um alcance universal e capaz, portanto de impor-se diante de uma outra reivindicando qualquer tipo de superioridade. (CANCLINI, 1982, p. 23)

A fisionomia também tem destaque entre as inverdades que definem uma cultura e já foi até considerada verdade científica e ministrada em alguns cursos de direito. Teve seu maior difusor em Cesare Lombroso, que tentou identificar, através de certas características da aparência física para relacionar com tendências a comportamentos criminosos. No Brasil também houve uma afirmação similar na época da escravidão, onde os senhores de engenho preferiam negros de canelas finas, pois diziam que os escravos com tornozelos robustos não gostavam de trabalhar. Talvez a correlação entre dois ou mais negros rebeldes, doentes ou seja lá por qual motivo que não quiseram trabalhar tanto quanto lhes era imposto tenham iniciado essa falsa afirmação, afinal não existem provas científicas que confirmem o fato.

A endoculturação ou socialização, também é responsável por criar grandes nomes na história da humanidade. No nosso país temos Pelé como o eterno rei do futebol, que desenvolveu jogadas inéditas para chegar ao gol, como objetivo do esporte. Os Estados Unidos consagraram Michael Jordan no basquete. Chegamos então a uma conclusão, pois se Pelé ou Jordan tivessem se desenvolvido em locais que não tem, respectivamente, o futebol e o basquete como esportes comuns e acessíveis, é provável que eles não teriam realizado os feitos que fizeram. Com certeza poderiam se destacar em algum outro esporte ou atividade, mas essa é uma incógnita que não podemos dar certeza.

Em outras palavras, não basta a natureza criar indivíduos altamente inteligentes (...) mas é necessário que coloque ao alcance desses indivíduos o material que lhes permita exercer a sua criatividade de uma maneira revolucionária (LARAIA, 1986, p. 46)

É uma difícil missão encontrar uma designação fechada e completa do significado de cultura, pois até entre os grandes estudiosos da área, existem pensamentos divergentes. O primeiro ponto, ainda muito vago, é definir em que momento da história o homem passou a se diferenciar dos outros animais e iniciou o processo cultural e de que maneira esse fato ocorreu. Lévi-Strauss, grande antropólogo francês, defende que o homem atingiu um grau superior às outras raças quando

estipulou a primeira regra em um grupo. Leslie White, antropólogo norte-americano contemporâneo, considera tal transformação na evolução humana a partir do momento que o homem conseguiu gerar símbolos. Sabe-se que o *australopiteco*, era capaz de fabricar certos objetos para sua utilização, fica a pergunta se a forma de produção, por mais simples que fosse, era passada para outros integrantes de um mesmo grupo. Cultura então é um termo que está em constante construção a partir do momento que se descobrem fatos concretos para uma definição final do termo, contudo aspectos comuns a importantes pensadores da área definem cultura como:

Culturas são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, de agrupamento social e organização política, crenças e práticas religiosas, e assim por diante (LARAIA, 1986, p. 59)

A forma como o ser humano se comunica hoje é um processo cultural e é através da comunicação que o homem consegue transmitir e acumular culturas, assim se diferenciando dos outros animais. Mas o que dizer então se a pergunta for quanto aos instintos humanos, essa similaridade com as outras raças, a força interior que guia o ser, sem necessidade de quaisquer ensinamentos, para realizar funções vitais para a perpetuação da espécie. O que se sabe é que a cultura tornou impossível reduzir o homem a seus instintos, sendo uma incoerência citar instintos humanos, pois não temos verdadeiramente esse dom hoje e necessitamos de instrução até nos aspectos mais simples para a continuação de uma espécie, nesse caso, a nossa. Começando pelo que parece mais óbvio, instintos sexuais. Ao contrário do que se possa pensar um homem pode não saber o que fazer num momento em que se necessite copular para permear a vida. Se ele for criado num ambiente onde nunca ouviu falar em sexo não saberá como proceder, ao contrário de um cachorro que pode ter sido criado sozinho desde o nascimento, mas consegue identificar uma fêmea no cio e logo após acasalar, mesmo que nunca tenha visto outros cães realizando o ato. O instinto de sobrevivência também pode ser negado entre os homens, pois sabemos de grandes grupos dispostos a morrer por um bem que consideram maior. Caso dos pilotos *kamikase* ou dos homens-bomba, ambos sabiam que estavam destinados à morte, embora fossem saudáveis e que se quisessem, não estariam naquela situação. Nenhum animal tomaria tal atitude. Talvez por proteção do grupo ou defesa de território entraria numa briga com animais mais ferozes, mas diferentemente do homem, ele lutaria tentando sobreviver.

Como falar em instinto materno, quando sabemos que o infanticídio é um fato muito comum entre diversos grupos humanos? Tomemos o exemplo das mulheres Tapirapé, tribo Tupi do Norte do Mato Grosso, que desconheciam quaisquer técnicas anticoncepcionais ou abortivas e eram obrigadas, por crenças religiosas, a matar todos os filhos após o terceiro. Tal atitude era considerada normal e não criava nenhum sentimento de culpa entre as praticantes do infanticídio (LARAIA, 1986, p. 50)

Assim a barreira entre o ser humano e as outras espécies torna-se cada vez maior, pois enquanto o homem continua acumulando saberes através da cultura, os animais não conseguem transmitir conhecimentos aos outros de sua espécie. O que um lobo precisa saber durante toda a sua existência é o mesmo que um lobo necessitava saber centenas de anos atrás. Entre o homem é um acúmulo de informações sem fim. O que se sabia centenas de anos atrás e o que se conhece hoje entre todas as aquisições culturais que ocorreram nas sociedades humanas é um livro sem fim que não pára de ser redigido. Talvez por isso o cérebro do australopiteco tinha 1/3 do tamanho que é hoje o órgão humano. Os processos de aprendizado são infínitos, necessitando de considerável desenvolvimento para serem processados e armazenados.

cada observação realizada por um indivíduo chimpanzé não beneficia a sua espécie, pois nasce e acaba com ele. No caso humano, ocorre exatamente o contrário: toda a experiência de um indivíduo é transmitida aos demais, criando assim um interminável processo de acumulação (LARAIA, 1986, p. 52)

Enfim, cultura é uma palavra que dá significado à humanidade em si e torna único o ser humano, perante os outros animais, por possuir a singular qualidade de criar e adaptar particularidades, posteriormente ensinando às outras pessoas que estejam interessadas em adquirir novas ideias. O desenvolvimento do homem só foi possível através das culturas perpassadas ao longo dos tempos, levando o *homo sapiens* a toda sua singularidade e distinção.

A grande qualidade da espécie humana foi a de romper com suas próprias limitações: um animal frágil, provido de insignificante força física, dominou toda a natureza e se transformou no mais temível dos predadores (...). Tudo isto porque difere dos outros animais por ser o único que possui cultura (LARAIA, 1986, p. 24)

Um fato que comprova o desenvolvimento do homem perante os outros animais é o poder exercido por nós hoje no planeta, onde é clara a nossa supremacia na cadeia alimentar. O processo de aprendizado cultural mostra sua eficiência, quando faz com que um animal frágil como o homem consiga, através do pensamento (vindo de todo um repertório ancestral) consiga adaptar e desenvolver artefatos que o tornem mais rápido, como um carro ou letal através de uma arma de fogo.

#### 4 CULTURAS POPULARES

Com um conceito mais esclarecido de cultura como um todo, vamos adentrar numa ramificação desse assunto, chegando às culturas populares. São peculiaridades desenvolvidas por grupos que vivem à margem da sociedade capitalista. Esses segmentos existem e ainda recebem certa discriminação, por parte das pessoas de nível sócio-econômico superior. Contudo, como as classes menos favorecidas têm importância fundamental na economia, seus trejeitos culturais também possuem conteúdo riquíssimo. Muito do que é cultural popularmente por não receber relevância de outras classes, pode perder seu valor e ser esquecido. Obviamente é natural alguns hábitos perderem seu significado com o passar do tempo, mas quero dizer que, particularmente, as culturas populares estão mais suscetíveis a essa perda. Entretanto, os significados presentes nessas culturas podem ter inestimável valor, inclusive como material simbólico a ser reaproveitado pelo capitalismo caso haja um conhecimento suficiente dessa cultura para reconhecer-lhe o valor. “A redefinição do que é hoje a cultura popular requer uma estratégia de investigação que seja capaz de abranger tanto a produção quanto a circulação e o consumo” (CANCLINI, 1982, p. 12).

Fig. 4 – Diversidade cultural no território brasileiro.



Fonte: <http://www.brasilcultura.com.br/wp-content/uploads/2010/02/culturas-populares-brasil-cultural.jpg>

Culturas populares são um conjunto de particularidades que fazem parte de um povo. Em sua maioria, tradições e ensinamentos repassados por gerações, que podem ser conservadas em sua originalidade ou adaptadas com o passar do tempo. Como o objetivo desse trabalho é analisar o contexto de artesãos que têm como fonte de renda, principal ou secundária, o comércio de produtos manufaturados, trataremos aqui não da cultura imaterial como danças e afins, mas do palpável, que é transformado em objeto

de comercialização. O estudo dessas culturas deve ser realizado abrangendo todos os passos de um processo produtivo como produção, a circulação e os significados que recebem de pessoas que não fazem parte daquela cultura. Artefatos tradicionais que têm, em sua maioria, o seu verdadeiro significado alterado pelo consumo urbano, afirma Canclini (1982).

Fig. 5 – Negra de barro, retratando uma cena cotidiana caruaruense, num passado não tão distante.



Fonte: [http://3.bp.blogspot.com/\\_T0TNGPcb4Kw/TEcya6F2BbI/AAAAAAAAAJsE/9\\_qKFDig3b0/s640/boneca%2Bmoringa%2Bcom%2Bpote%2Bmedia%2Bdo%2Bartesanato%2Bde%2Bcaruaru%2Bpe\\_\\_14EDDC\\_3.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_T0TNGPcb4Kw/TEcya6F2BbI/AAAAAAAAAJsE/9_qKFDig3b0/s640/boneca%2Bmoringa%2Bcom%2Bpote%2Bmedia%2Bdo%2Bartesanato%2Bde%2Bcaruaru%2Bpe__14EDDC_3.jpg)

Um erro em comum ocorre, quando as pessoas acreditam que culturas populares só podem nascer de grupos afastados do caos citadino, como tribos indígenas e outras comunidades isoladas. É importante destacar que a cultura popular, como o próprio nome informa, deve atingir aos interesses da maior parte da população, que na maioria dos países, são deficitários economicamente ou não fazem parte de classes socioeconômicas mais abastadas. Então, uma cultura que atinja a determinado nicho popular é uma cultura popular. Logicamente, quanto mais peculiar é determinada cultura, mais chama a atenção daqueles que a desconhecem, como ritos de passagem de fase indígenas ou colares feitos por descendentes de escravos residentes em quilombos. Acontece que existe também esse tipo de identidade nas urbes, através por exemplo da capoeira, que tem o berimbau como um produto específico para esse estilo que unifica dança e luta. Outro exemplo pode se encontrar em catadores de lixo que selecionam material que foi jogado fora por terceiros e constrói pequenas esculturas.

Para que uma obra ou um objeto sejam populares não importa tanto o seu lugar de nascimento (uma comunidade indígena ou uma escola de música)

(...) mas a utilização que os setores populares fazem deles. (CANCLINI, 1982, p. 138)

Outro ponto a ser discutido nesse trabalho é o que se chama atualmente de arte *kitsch*. Produtos, industrializados ou manufaturados, produzidos em larga escala com um preço mais acessível às camadas populares. Nesse âmbito podem se encontrar os mais diversos artefatos, desde flores artificiais até cópias de grandes obras, como por exemplo *La Gioconda* ou a *Monalisa*, como é mais conhecido o quadro pintado por *Da Vinci*. Essa espécie de produtos surgiu para atender a camada mais humilde da população, que não tem verba para comprar, utilizando os mesmo exemplos, obras de artistas consagrados ou flores naturais mais caras que as plásticas e que exigem manutenção e troca periódica. As classes mais ricas sempre procuraram ostentar seu luxo através da ornamentação, pessoal e de suas habitações. A partir do momento que se percebe que outras classes socioeconômicas têm esse desejo, porém não tem dinheiro suficiente, eis a solução alternativa, para atender esse público, através de materiais simples, que não onerem o custo final do produto e a produção em série, retirando o teor de singularidade dos artefatos, porém tornando os mesmos ainda mais em conta.

O kitsch não se localiza precisamente nos objetos; é o estilo pelo qual o mercado se relaciona com o popular. A paródia não reside nas peças (os usuários populares e os da pequena-burguesia as colocam em suas casas seriamente convencidos da sua beleza); a paródia ou o grotesco surge como efeito de um tipo particular de recepção, é colocado pelas classes dominantes para criar uma distância do que elas mesmas engendraram (sic) (CANCLINI, 1982, p. 137)

A discussão acima abre perspectivas para se explicar o porquê dessa necessidade humana de se diferenciar no sistema capitalista, mesmo quando as formas de pensar, no caso de querer trazer beleza à sua pessoa e moradia, são similares. O homem nasce apto a receber todas as culturas existentes e até as que ainda não foram geradas, mas o meio em que ele vai se desenvolver ditará a sua identidade através das culturas absorvidas por ele. No caso do kitsch, essa é uma forma que as classes menos abastadas possuem de trazer à sua volta, artefatos que a representem, muitas vezes parecendo com produtos adquiridos por pessoas de maior poder aquisitivo, perdendo em quesitos como acabamento e originalidade e é aí que existe a distinção de classes. Então podemos chegar ao resultado que os desejos são similares (passar identidade e beleza) independente de questões financeiras. “a criança está apta ao nascer a ser socializada em qualquer cultura existente. Esta amplitude de possibilidades, entretanto,

será limitada pelo contexto real e específico onde de fato ela crescer” (LARAIA, 1986, p. 62). As limitações de classe não impedem que as aspirações de distinção e beleza estejam presentes também no cotidiano das classes populares, mesmo diante de seus escassos recursos para dar forma material a esses desejos.

Fig. 6 – Roda BMW



Fonte: [http://www.gimrodas.com.br/upload/imagem\\_ecommerce\\_produto\\_generico\\_preview/2105/74411.jpg](http://www.gimrodas.com.br/upload/imagem_ecommerce_produto_generico_preview/2105/74411.jpg)

Fig. 7 – Calota de encaixe.



Fonte: [http://images01.olx.com.br/ui/11/11/49/1303418826\\_79320249\\_1-Fotos-de--Calota-Do-Palio-Weekendstrada-aro-14-Nova-.jpg](http://images01.olx.com.br/ui/11/11/49/1303418826_79320249_1-Fotos-de--Calota-Do-Palio-Weekendstrada-aro-14-Nova-.jpg)

Um produto que carrega significado cultural, necessita de certos cuidados para não se tornar algo comum, então manter essa singularidade que o distingue dos demais é de interesse de todos que enxergam seu significado incomum. É importante perceber que a cultura, através da sua representação ou reelaboração simbólica nas estruturas materiais, diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e estruturação do sentido. Significa que um produto carregado de valor cultural, traz agregado uma série de considerações necessárias ao artefato, que interessam aos diversos meios para a manutenção do mesmo, enquanto objeto cultural.

Assim Canclini define a relevância de um tema tão abstrato e ao mesmo tempo tão concreto.

“Toda produção de significado (filosofia, arte, a própria ciência) é passível de ser explicada em termos de relação com as suas determinações sociais (...) A cultura não apenas representa a sociedade; cumpre também, dentro das necessidades de produção do sentido, a função de reelaborar as estruturas sociais e imaginar outras novas. (CANCLINI, 1982, p. 29)

Assim como as culturas podem ser esquecidas, um artefato realizado visando o consumo em determinada cultura também pode deixar de ser produzido por não atingir mais às vendas esperadas. É de interesse, principalmente, dos detentores à qual o objeto e a cultura pertencem, não apenas preservar, mas manter o significado do produto dentro de outras sociedades, já que elas são o público-alvo. A partir do momento que outras comunidades não reconhecem o valor cultural do artefato, não o considerarão original e, portanto, digno de reconhecimento. Esta regra vale tanto para produtos industrializados de alto valor simbólico quanto para produtos artesanais. Quando, no caso do artesanato, acontece esse fato, sem estudos de marketing, a solução vista pelas culturas populares é a diminuição do preço do produto, mas essa tática, mesmo que consiga salvar um objeto da extinção comercial, o faz descer a um patamar de item secundário de baixo valor financeiro e cultural.

Nenhum objeto tem o seu caráter popular garantido para sempre porque foi produzido pelo povo ou porque este o consome com avidez; o sentido e o valor populares vão sendo conquistados nas relações sociais. É o uso e não a origem, a posição e a capacidade de suscitar práticas ou representações populares, que confere essa identidade. (CANCLINI, 1982, p. 135)

Assim como os objetos podem perder seu real significado, o homem está sujeito constantemente a modificações, inclusive que podem lhe transformar radicalmente. Uma pessoa que deva parar de beber por recomendação médica pode deixar de frequentar os bares que sempre frequentava, tornando também menores os encontros com os grupos que vão àqueles locais, ou seja, o homem que modifica seus círculos sociais, está conscientemente ou não, procurando outras culturas que se encaixem ao seu novo estilo de vida. “O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem” (HALL, 1990, p. 11).

Uma indústria multinacional de visão capitalista, como a grande maioria das corporações mundiais, sabe como tornar seu produto mais vendável. Ela não chega

simplesmente distribuindo para o comércio seus artefatos, pois sabe que corre um risco de não conseguir sucesso na venda. Para evitar perdas financeiras, é realizado um estudo para se conhecer a cultura do local onde o artefato em desenvolvimento será vendido. Assim, o produto será definido de forma que o usuário daquela região se identifique e compre o objeto, ainda que o mesmo seja um importado ou algo até desnecessário àquela localidade, como por exemplo a venda de aquecedores no nordeste brasileiro. O que é um absurdo climático, mas vemos grandes marcas vendendo ar-condicionados com a função aquecedor, tornando o produto mais caro, porém ele consegue apelar ao usuário à ótima serventia que o produto pode obter numa noite fria. Ou seja, é provável que esse seja mais um produto que é fabricado para ter diversos públicos-alvo como compradores, então seu interior é fabricado de uma única forma e sua carcaça pode mudar, para visualmente trazer uma visão de identidade aos compradores do produto, afinal essa é a essência do capitalismo, vender. E para vender, ele precisa se adaptar à cultura do público-alvo.

Em torno de suas culturas, as sociedades preservam o passado de suas comunidades, lembrando suas raízes e valores em grupo e pessoais, tornando mais eficientes no presente as possíveis técnicas as quais têm perícia desde outras gerações, mesmo que até então nunca tenham necessitado utilizar. Assimilando outras culturas, os grupos sociais tendem a se desenvolver por meio da troca de experiências, aprendendo tecnologias e habilidades das quais não tinham conhecimento. E assim, preservando, assimilando e adaptando as culturas o ser humano se permite acessar o conhecimento de tantas outras culturas utilizando as qualidades de cada uma para melhor viver conforme suas necessidades, agregando ao seu meio uma qualidade de vida mais eficiente.

Não existe a cultura em geral, tampouco pode-se caracterizar a cultura popular por uma essência ou por um grupo de traços intrínsecos, mas apenas pela oposição diante da cultura dominante, como o resultado da desigualdade e do conflito (CANCLINI, 1982, p. 18).

A complexidade do termo “cultura” abrange ainda o nível sócio-econômico do cidadão. A forma de se vestir ou de se transportar (automóvel público ou particular) são práticas a princípio necessárias, mas que acabam por informar o nível sócio-econômico de uma pessoa, como o tecido utilizado e sua forma de produção na roupa ou a marca do carro e seus acessórios. E se não são todos que podem possuir uma boa roupa ou carro, pelo menos a grande maioria almeja por isso, para transmitir

aos outros a mensagem de poder aquisitivo elevado. E essa é uma faceta que o artesanato possui na contemporaneidade. O produto artesanal passa a ter significações diferentes, dependendo do lugar aonde é levado. De um lado, a cultura popular atribui um significado ao objeto, tratando-o a princípio como artefato realizado se pensando em sua usabilidade e posteriormente, alcançando o papel de objeto representativo da comunidade, passa a ser produzido como artesanato.

o atual desenvolvimento do capitalismo monopolista que integra sob o seu controle as sociedades que domina, compondo um sistema compacto no qual o conflito sócio-econômico e cultural precede as políticas de dominação e de resistência (...) ao qual os produtos culturais possam estar submetidos (CANCLINI, 1982, p. 49).

De outra forma, a cultura dominante enxerga o produto como o diferencial num mundo de produção seriada, um artefato manufaturado de teor singular, pois um nunca é igual ao próximo ou ao anterior, dotado de uma estética muitas vezes rústica, que contrasta perfeitamente num ambiente de formas retilíneas e pré-moldadas. Um objeto que por mais simples que seja, pode adquirir e demonstrar status (inclusive monetário) ao seu proprietário. Afinal, essa transformação de valores, funcional para simbólico, é definido pelo atual sistema em que vivemos e da mesma forma que abrange os dois lados da moeda num produto, o faz com o produtor e o comprador de determinado artefato.

## 5 DESIGN E ARTESANATO

O design foi conhecido durante muito tempo como uma ciência que sempre existiu na humanidade e foi desenvolvida e reconhecida para solucionar de maneira eficiente a produção de objetos nas linhas de montagem, geralmente através da produção em série, com máquinas que permitem uma ideologia comercial capitalista, visando sempre ao lucro sem limites. Atualmente, a ramificação do termo design nas mais diversas áreas permite e exige uma série de outras definições que definem tal palavra. Levando aos primórdios de sua significação, segundo Donizeti (2006) a origem imediata da palavra está na língua inglesa, trazendo a ideia de arranjo, estrutura, enquanto a origem mais remota está no latim *designare*, remetendo a designar. Pois bem, design é basicamente projeto.

Outra definição genérica acerca do termo design aponta como, através de problemas os profissionais desenvolvem ideias para se chegar a uma proposta final que resolva eficientemente o que antes não era possível total ou parcialmente. “O design é um processo. Ele começa com a definição de um propósito e avança através de uma série de questões e respostas no sentido de uma solução” (FONTOURA, *apud* Bernsen, 1995, p. 11)

O planeta há muito tempo é alvo de extração de suas matérias renováveis de maneira exacerbada, sendo inviável até então uma recuperação natural dessas riquezas, tais como fauna e flora. As matérias não-renováveis, como o petróleo, que deveriam ser secundárias no cotidiano mundial, são utilizadas em grande escala, de maneira que se hoje acabassem, causariam um colapso na economia de todas as nações e no modo de vida da população como um todo. Reconhecido esse grande problema, estamos passando por um processo de desaceleração da destruição para um dia conseguir-se viver de maneira sustentável. Nesse assunto, Fontoura (2002) de forma curta e linguagem simples define que o principal objetivo do designer é, ou deveria ser, sempre a melhoria da qualidade de vida do ser humano, partindo do que existe e, num processo contínuo, tentando tornar seus objetos de trabalho sempre melhores.

Também é importante colocar que o processo de design muitas vezes é realizado sem se saber que está sendo feito. Ou seja, tentar solucionar problemas cotidianos está intrínseco à vontade do ser humano em otimizar os processos pelos quais ele passa em sua vida.

O termo design se refere a um potencial ao qual cada um tem acesso e que se manifesta na invenção de novas práticas da vida cotidiana. Cada um pode chegar a ser designer no seu campo de ação. (...) Um analista de sistema que concebe um procedimento para reduzir o desvio de malas no tráfego aéreo faz design Um geneticista que desenvolve um novo tipo de maçã, resistente a influências externas, faz design. Design é uma atividade fundamental, com ramificações capilares em todas as atividades humanas. (BONSIEPE, 1997, p. 15-16)

Existe uma grande discussão, quanto ao surgimento da profissão de designer, mas a maioria dos profissionais reconhece na revolução industrial a classificação e inserção do design nas fábricas. O desenvolvimento de máquinas que produziam um artefato de maneira muito mais rápida que a manufatura foi um sucesso, contudo o que poderia ser bem feito rapidamente, também poderia ser realizado de forma errada. Um erro na produção seriada significa, não só a perda de um produto, mas de centenas ou milhares, até que alguém corrija o que existe de errado. Daí vem a preocupação com um bom projeto. Um produto devia ser muito bem pensado, durante todo o processo, desde a criação até a distribuição para o mercado, minimizando assim a possibilidade de falhas projetuais. Os objetos com apelo funcional de fora da abrangência desse campo, geralmente não são considerados um bom produto, mas sim objetos com baixo valor significativo, produtos realizados por um grupo “menor”, representante de uma esfera considerada marginalizada na sociedade contemporânea.

Fig. 8 – Linha de montagem do Ford T, exemplo de desenvolvimento na produção seriada.



Fonte: <http://media.autozine.com.br/0808/23-modelo-t/modelo-t-02.jpg>

O designer realiza seus projetos então, na maioria dos casos para corporações que trabalham com uma produção seriada, especialmente de forma mecanizada em grande escala, seguindo roteiro e métodos pré-estabelecidos. Na era contemporânea, após a revolução industrial, surgiram novos processos e materiais, com isso, houve uma

evolução das idéias de construção de artefatos. Para que esses objetos atendessem a nova demanda cultural, ávida por produtos industrializados, possuidores de especificidades divergentes da manufatura, se tornara necessária uma produção controlada e precisa, com planejamento e ordem. Assim, o experimentalismo do artesão, resultante da tentativa e erro, dá lugar à precisão matemática e conhecimento aplicado do designer.

frente ao desenvolvimento da sociedade industrial e da noção reducionista da boa forma, os artefatos produzidos fora da lógica industrial passaram a ser vistos como menores. Os resultados do trabalho artesanal, que antes eram de ótima qualidade, gradativamente serão tidos como inferiores. Hoje, o produto artesanal é, muitas vezes, visto como exemplo de objeto imperfeito ou mal usinado (CIPINIUK, 1996, p. 36)

Atualmente, o designer pode se inserir nos mais diversificados setores para compor um grupo de profissionais e auxiliar em determinado processo da elaboração de um artefato. Eis que torna-se válido unir o conhecimento aplicado do profissional de design e a experiência de trabalho do artesão, compondo então grupos com pensamentos diferentes, porém que podem se unir para utilização dos melhores aspectos de cada um, na realização de um produto com excelência. Afinal, o artesanato hoje, traz toda uma simbologia de que é desprovido o produto industrial. A produção de qualidade advinda da manufatura torna-se invejada num sistema de vida onde as pessoas com poder aquisitivo querem ser possuidoras de um objeto único no mundo, que foi trabalhado com todo o cuidado, visando à perfeição, por pessoas e não por máquinas. Além da singularidade de ter sido feito à mão, o produto realizado por um artesão, traz significado iconográfico por pertencer à determinada cultura que só existe naquele local. Essa simbologia que o artesanato carrega pode transmitir um estilo de vida do seu comprador (mesmo que seja numa conotação diferente daquela que o objeto tinha no contexto original) trazendo assim a impressão ao detentor do artefato, de grande conhecedor das culturas do mundo, um viajante dono de boas finanças e que tem a mente repleta de conhecimentos para reconhecer o valor das mais diversas culturas.

Para algumas comunidades, o artesanato segue uma tradição familiar e histórica da criação e desenvolvimento de seus produtos, para outras é uma atividade prazerosa que traz benefícios econômicos e existem poucas que conseguem reunir esses dois aspectos trazendo tradição e história ao comprador e satisfação e renda justa ao produtor. Atualmente, essa atividade é vista por governos e organizações de apoio ao

desenvolvimento socioeconômico, como uma alternativa para a geração de emprego e renda, tentando assim solucionar o problema socioeconômico nas camadas mais pobres. Nesse caso, até mesmo pessoas que nunca se envolveram verdadeiramente com o artesanato, tentam se engajar nos projetos com a esperança de conseguir aprender algum tipo de manufatura que possibilite uma renda, principal ou secundária.

o artesanato pode ser mobilizado pelo governo e organismos internacionais como uma alternativa ao desemprego porque é um sistema de mão-de-obra intensiva e não pode deixar de sê-lo, a risco de se converter em produção industrial (LOURIDO, 2002, p. 11)

Chegado o momento do designer trabalhar com o artesão, entramos numa grande discussão. Como intervir sem descaracterizar? Até então, não existe uma resposta uniforme entre os profissionais de design e outros estudiosos na área de artesanato, pois os puristas acreditam que qualquer intervenção modifica o modo da comunidade produtora enxergar o seu artesanato e isso alteraria aquela determinada cultura. Aqui, defendemos o lado que reconhece que uma intervenção efetiva de design realmente pode alterar alguns sistemas no modo de pensar e fazer um artefato, afinal é por isso que se chama intervenção. Acontece que o sistema capitalista é competitivo e, como tal, resistente a produtos mal feitos ou com uma apresentação visual que não agrade aos compradores. É esse tipo de bonificação que o designer vai levar ao artesão, pois pode mostrar, desde a melhor organização do espaço de trabalho, a ergonomia no posto de trabalho, criação de uma identidade visual que melhor represente o grupo de produtores, até o ensino de técnicas para a criação de famílias de produtos. No final, o importante é continuar respeitando, valorizando e reforçando as tradições regionais, as peculiaridades que definem a comunidade e seus produtos, as habilidades e conhecimentos dos artesãos e as relações existentes no interior dos grupos enfocados.

“A primeira coisa a considerar quando se pretende trabalhar com artesanato é que (...) existe um limite que não deve ser transposto, sob o risco de tornar nociva a intervenção pretendida por mais bem intencionada que ela seja” (BARROSO, 1999, p. 24).

O ideal é haver um consenso entre designer e artesão, para que os dois saibam até onde a intervenção pode acontecer, com voz final dada ao artesão. Se a comunidade acha que determinada alteração vai comprometer a identidade local ou simbólica de determinado produto, deve informar o fato, para que se possa procurar outra solução ou por fim, deixar aquele processo permanecer inalterado. Da mesma forma, como melhor conhecedor do conhecimento aplicado, o designer deve ter consciência de sua importância numa intervenção, para o bem ou para o mal, pois muitas alterações

podem trazer um artefato que sairia muito bem numa produção em série, mas que não se adequaria à manufatura, prejudicando então a comunidade. Os grupos que dominam o artesanato é que devem decidir se determinadas culturas devem modificar, morrer ou permanecer.

## 5.1 ARTESANATO E CULTURAS POPULARES

Todos os aspectos são importantes e necessários no estudo de uma comunidade e de sua relação com determinado artefato nela produzido. O processo de criação, materiais utilizados, passo a passo na produção, até a venda do produto ao seu consumidor final. O processo de criação traz parte da história da comunidade, onde se descobre porque determinado produto foi criado, que necessidade ele resolveria às pessoas da região. Um grupo social que tem como fonte de renda a venda de côcos, pois os coqueiros são uma árvore abundante na sua localidade, podem necessitar de uma proteção à cabeça, pois além de trabalharem expostos ao sol a possível queda de um côco seria amortecida com um chapéu. Essa é uma possibilidade de justificativa implícita para o surgimento de um objeto. Os materiais utilizados também devem, a princípio, ser de fácil acesso à comunidade, assim sendo, o processo de produção se torna viável aos grupos sócio-economicamente desfavorecidos. Continuando o exemplo da comunidade que tem como renda principal a venda de côcos. Gerada a ideia do chapéu, um material que o grupo poderia utilizar são as folhas do coqueiro. Assim só iriam custar a eles o tempo de retirada das árvores e a separação das folhas, ou seja, mão de obra que os próprios homens do grupo podem realizar, até mesmo enquanto sobem para retirar os frutos do coqueiro. O processo de produção continua envolvendo a comunidade, pois as pessoas que nela habitam, podem desenvolver ou adaptar técnicas de outros processos para o produto que querem construir. No grupo social ao qual os extratores de côco fazem parte, algumas das mulheres podem saber realizar tramas, talvez aprenderam com suas mães a fazer tranças em cabelos ou a fazer crochê, o importante é que agora podem adaptar aquela trama às folhas do coqueiro tornando possível a realização do chapéu. Na praia, vendendo os côcos e provido do chapéu de palha, um turista pergunta se além do fruto o homem pode vender seu chapéu, pois achou um tanto interessante e possuidor de beleza rara. Após uma breve negociação, é feito o negócio. É criada então a ideia de comercialização do produto artesanal e as mulheres da comunidade passam a tramar chapéus para venda. Quem sabe se depois elas desenvolvam outros produtos, como tapetes ou leques. Esse foi o exemplo de uma comunidade e a criação de um artefato enquanto necessidade e sua posterior transformação em objeto de valor único para outras sociedades. “O estudo das sociedades arcaicas, bem como o das sociedades capitalistas, demonstrou que o

econômico e o cultural compõem uma totalidade indissolúvel” (CANCLINI, 1982, p. 31).

Fig. 9 – Chapéu de palha.



Fonte: [http://3.bp.blogspot.com/5\\_xrt9qfwaY/TaS0hCLBz\\_I/AAAAAAAAABgk/mIDhi0FA9M/s1600/chapeu-de-palha.jpg](http://3.bp.blogspot.com/5_xrt9qfwaY/TaS0hCLBz_I/AAAAAAAAABgk/mIDhi0FA9M/s1600/chapeu-de-palha.jpg)

Outros aspectos não devem passar despercebidos, como o fato dos produtores pertencerem geralmente às classes menos favorecidas, já que muitas vezes o artefato nasce se pensando apenas em sua funcionalidade, para solucionar de maneira eficaz alguma questão pessoal ou da comunidade, só depois passando a adquirir valor artesanal. Então é fato que como esses determinados grupos não possuem vasto poder aquisitivo, as pessoas de comunidades menos abastadas, tentam resolver o problema realizando um objeto ao invés de comprá-lo, como o exemplo do chapéu. Podem existir os mais diversos artefatos à venda, que resolvem o problema da comunidade, mas se não convém financeiramente comprá-lo, alguém naquele grupo acaba por tentar produzir com as próprias mãos necessitando apenas sua mão de obra e material de fácil acesso.

Arte materialmente falando, é o que é feito para ser contemplado, podendo ser produzida das mais diversas maneiras. A designação artesanato é uma ramificação de arte, pois significa um produto, mesmo que funcional, comercializado com fins artísticos, privado de tecnologia de ponta, manufaturado, tornando-o único. Em alguns casos os artesãos que emergem social e financeiramente preferem esquecer o nome artesão e serem conhecidos como artistas plásticos. Nesse caso a pessoa já passa a pensar e se inserir mais no modo de vida capitalista, pois a designação “artista” ou “artista plástico” engloba outro público alvo de poder aquisitivo também elevado, que adquire artefatos muitas vezes apenas pelo conceito que o produtor coloca, como

pinturas abstratas que podem não significar nada ao comprador, mas que acreditam no sentimento que quem pintou quis passar. No fim de tudo o artesão já é um artista popular, a partir do momento que um produto feito por ele, é comprado apenas para ser admirado como um símbolo, mesmo que exista uma função prática.

Interessante como artesanato e arte possuem peculiaridades que lhe aproximam do design, mas também possuem características divergentes. Porém em alguns casos, o artesão prefere ser designado como artista, devemos então procurar entender essa lógica. O artesanato requer técnica em sua realização e a arte não necessariamente, querendo dizer que o primeiro se aproxima do design pela técnica que deve ser aplicada. A arte é uma atividade que não requer que o artista desenvolva pessoalmente a peça, ele necessita apenas da ideia e outra pessoa pode desenvolver, diferentemente do artesanato, então nesse ponto ela se aproxima do designer, que tem como função projetar um produto e não necessariamente participar na linha de montagem. O artesão se apóia - mesmo que intuitivamente - num conjunto de técnicas na produção, enquanto o artista pode ser totalmente subjetivo, inclusive nas etapas de construção de um objeto. Nesse ponto o artesanato tem similaridade com o design.

Fig. 10 – Quadro de Kandinsky.



Fonte: [http://www.mm3arte.kit.net/ismos/abstrato\\_kandinsky7.jpg](http://www.mm3arte.kit.net/ismos/abstrato_kandinsky7.jpg)

Então com as suas diferenças, o que ganha o artesão passando a ser conhecido como artista? O capitalismo pede exclusividade em seus produtos e embora o artesanato possua este valor, as camadas mais abastadas da população buscam na simbologia do artefato uma ideia ou sentimento que seu construtor quis passar. É aí que se explica a nomeação, pois segundo Neves, (2007) o artista desde sempre é reconhecido por procurar passar emoções através dos objetos que realiza, então o produto artesanal que passe a ser reconhecido como arte recebe mais status e valor econômico.

Fig. 11 – Artesanato de barro, retratando o êxodo rural.



Fonte: <http://www.lenilson.com.br/wp-content/uploads/2010/05/VITALINO.jpg>

## 5.2 OS UNIVERSOS DAS CULTURAS POPULARES

Também é plausível buscar entender como sobrevivem e proliferam estes universos fictícios que são as culturas populares, protegidas e difundidas por suas comunidades, num mundo que reiteradamente se submete à racionalidade da eficiência. De certa forma, é importante ao sistema capitalista sustentar e deixar permanecer determinadas tradições, como festas religiosas em determinadas cidades, sabendo que ali as culturas locais, materiais ou não, são apresentadas aos turistas que podem obter o que há de artesanato e levar para suas casas, como prova de que conheceram uma sociedade com peculiaridades diferentes das suas. Também é importante aos produtores, pois evita que eles migrem para a cidade grande em busca de compradores de seus artefatos, evitando a perda de mão de obra nos campos.

Às vezes se permite que algumas festas tradicionais subsistam, mas o seu caráter de celebração comunal é diluído no interior da organização mercantil do lazer turístico; uma certa sobrevivência de peças de artesanato é admitida, e inclusive promovida, com o objetivo de proporcionar uma renda complementar para as famílias camponesas e assim reduzir o seu êxodo para as cidades, ou seja, para “solucionar” o desemprego e a injustiça do capitalismo... (CANCLINI, 1982, p. 27)

Assim como o seu feitor, na produção cultural, é relevante ressaltar e analisar o processo produtivo como um todo, materiais necessários à produção de determinado produto e o conhecimento das técnicas necessárias à realização do mesmo. E para se realizar essa ligação eficientemente, de forma que as informações passadas sejam fidedignas, entre o pesquisador e a comunidade abordada, é importante tratar o artesão da maneira que ele merece, como verdadeiro detentor de uma técnica única, onde somente ele pode transmitir cada detalhe para que se compreenda todo o processo de um produto, desde a criação, até às vendas, como foi citado anteriormente nesse trabalho, a intervenção denominada Tecelagem no Triângulo Mineiro realizada por Londres (2000).

Sabemos que, geralmente, a produção de cultura surge por necessidades intrínsecas ao seu realizador ou à sua comunidade num todo. O primeiro ponto então é entender que na pior das hipóteses, para o sistema capitalista, o artesanato é necessário, pois é base financeira ou fonte de recurso secundária nas diversas comunidades, onde existe produção artesanal. Além disso, o artesanato atende a uma expectativa inviável na produção seriada, a singularidade de cada artefato. Um nunca é igual ao outro, agregando valor de exclusividade ao objeto, uma característica desejada no sistema

capitalista onde as pessoas querem ter propriedade de algo que ninguém mais possui, se sentindo então especiais por obter determinado produto. Claro, o artefato realizado em série, na maioria dos casos, é dotado também de propriedades que o tornam muito bom, como passar por um sistema de qualidade e sua produção ser muito mais rápida que na manufatura, tornando-se acessível rapidamente ao consumidor. Então podemos perceber que tanto o produto artesanal como o industrial podem atingir todos os tipos de público e não entram em concorrência direta, pois ainda que atendam à mesma necessidade funcional, são possuidores de adjetivos que o tornam diferentes por seus compradores. “O sentimento de pertinência que cada ser humano experimenta não está, portanto ligado apenas as suas origens e heranças, mas também as suas sucessivas e deliberadas escolhas e aquisições” (BARROSO, 1999, p. 6).

E assim se consegue tornar viável a sobrevivência de classes economicamente desfavorecidas, através da colocação no mercado da materialização de aspectos característicos da cultura de um grupo em um objeto. A procura e apropriação, através de produtos, por culturas diversas faz o turista, público-alvo do artesanato, comprar esse tipo de material de teor iconográfico. No entanto, os artesãos que não conhecem meios para se inserir no mercado capitalista, cada vez mais seletivo e agressivo, tendem a cair no esquecimento ou vender seus artefatos a preços cada vez menores, fazendo o caminho inverso ao que deveriam seguir. Do reconhecimento socioeconômico e cultural de seu trabalho para a marginalização.

Um artesão é antes de mais nada, um fabricante de artefatos, e portanto sujeito as regras do mercado. O artesanato, enquanto produto com valor de troca, obedece as (sic) leis universais da oferta e da procura. E o mercado é implacável, rejeitando aquilo que não corresponde as suas expectativas de consumo, ficando para o caso das exceções alguém que compre um produto apenas por piedade ou por compaixão (BARROSO, 1999, p. 5)

Como foi falado anteriormente, o artesão se adapta ao capitalismo para não ficar à margem do mercado. Fato é que o capitalismo também se adapta às culturas populares. As classes de menos poder socioeconômico movimentam entre si um capital modesto. No entanto, essa circulação financeira nessa esfera da população, que representa a maior parte da sociedade, ou seja, pequenos valores em grandes contingentes populacionais significam uma movimentação de dinheiro considerável. Então esses números inversamente proporcionais justificam a necessidade de um sistema que lhes impulse a comprar, mesmo que as aquisições sejam equivalentes ao ganho salarial dessas pessoas. Além da circulação entre si, em regiões menos

abastadas, através do comércio local, os moradores dessas regiões são muitas vezes, mão-de-obra numerosa dentro de grandes corporações que movimentam lucros consideráveis. Enfim, o capitalismo pode ser visualizado num esquema piramidal, onde os trabalhadores braçais pertencem à base dessa pirâmide, mas sendo assim, são parte integrante de todo e para todo o sistema. Canclini (1982) expõe essa questão, quando aborda o caso *tarasco* (um dos principais grupos étnicos no México) em sua obra *As culturas populares no capitalismo*. Conta que durante a festividade de Cristo Rei, é anunciado que irá começar um concurso de antigas canções *tarascas*. Durante as músicas, apenas os homens levantam gravadores para registrar o áudio. Eles respondem que compraram os artefatos até nos Estados Unidos, enquanto trabalharam como braçais e querem levar as músicas quando viajarem novamente, ou seja, mais uma vez constatamos sociedades sócio economicamente simples se apropriando de bens que não lhes eram comuns, os gravadores, onde os homens registram parte de sua cultura e levam em suas viagens atrás de serviço pesado, que é um dos poucos que sua baixa escolaridade permite.

Em tempos culturalmente mutantes e com um sistema capitalista agressivo, que exige certa adaptação na realização e apresentação do artesanato para venda, adaptação essa que pode modificar consideravelmente a visão de seus produtores, torna-se um tanto complexo encontrar um objeto que preserve toda sua originalidade. É aí que o poder cultural desempenha seu papel diferencial no capitalismo e na relação entre comprador e artesão. As sociedades se reconhecem por suas peculiaridades em comum e por isso são sociedades. As culturas definem um grupo assim como um grupo constrói suas próprias culturas. Com o impulso da globalização, outras culturas vão sendo adquiridas e as que são tradicionais de certos grupos tendem a se modificar, através de seus próprios integrantes com o passar do tempo e outras acabam ficando no esquecimento. Esse é um processo normal nas diversas sociedades, embora muitas vezes se exija demais do artesão, pedindo excelência projetual, criação de novos modelos de tempos em tempos e purismo cultural, mas difícil é se adaptar assim ao mercado e manter isolada determinada cultura.

se os artesãos devem criar **modelos originais**; se devem ter **senso de inovação artística** e, ainda devem **aumentar sua percepção do mercado mundial**, ou seja, se devem se adaptar ao gosto do consumidor, se devem se articular com designers, fica como uma incógnita o que resta do **patrimônio cultural** deles (LOURIDO, 2002, p. 6/7)

E através desses pontos em comum, que rodeiam o artesanato e as culturas populares é que existe a chave do sistema capitalista. Como definição de um homem, as culturas são o que trazem identidade à pessoa pelo seu ser dentro de uma sociedade, mostrando em parte de onde veio, suas preferências e o que ele é hoje, ou seja, de sua transformação atual desde as suas raízes. O homem, se define a partir das histórias que viveu em sua vida e que lhe adicionaram culturas de determinados grupos sociais o qual esse mesmo homem teve participação, direta ou indireta, cada qual no seu tempo. O ser humano carrega em seu repertório peculiaridades que julgou interessante e registrou, assim como momentos que participou e esse repertório traz à tona parte do que é cada homem em sua identidade e essa é uma máquina registradora ininterrupta, selecionando todo o tempo o que pode ser usado e o que deve ser descartado, tornando cada ser único.

E entre as diversas peculiaridades que formam as mais diferentes culturas, vamos nos focar nas culturas populares, mais precisamente nas que trabalham o artesanato. Artefatos realizados à mão onde seu produtor passa por todo ou a maioria dos processos em sua realização, desde a criação até à venda. Geralmente os produtos de cunho artesanal são desenvolvidos para suprir necessidades comuns ao seu fabricante e/ou pessoas de seu círculo social. Depois, os objetos podem alcançar um caráter simbólico por grupos que desconhecem, totalmente ou em parte, aquela cultura. Então a comunidade produtora, passa a produzir o artefato, antes funcional, como artesanato, caracterizando e transmitindo uma de suas culturas às outras pessoas que se identifiquem com o aspecto artesanal (história e estética) que o produto carrega.

Também como pequeno excedente, mas não o deixa de ser, o artesanato é muitas vezes, fonte de renda complementar para o artesão. Ele pode ter uma fonte de renda fixa base, como muitas vezes trabalham suas terras e vendem os frutos na época, após a colheita. Criam animais, como aves, bovinos, suínos e caprinos colocando-os em um processo denominado engorda, vendendo para o abate, quando o mesmo atinge o peso esperado, aproveitando também em alguns casos o couro ou a lã. Os artesãos têm ainda como opção, em alguns casos, manter pequenos empregos na região ou em cidades maiores próximas, não precisando trabalhar o artesanato por necessidade, mas sim produzindo para alcançar uma renda extra à sua família. Não estamos aqui criticando ou comparando ideais de sociedade, mas apenas colocando que, nas classes

menores o capitalismo também consegue entrar e assim participar como um todo nas diversas classes sócio/econômicas.

Claro, existe grande diferença entre o fazer por ascensão do capital mensal e o fazer por satisfação das necessidades simbólicas da comunidade ou realização pessoal. Quando o artesão pratica sem visar o lucro primordialmente, não se insere então no modo capitalista de pensar e pratica seu ofício sem alterar consideravelmente a cultura à qual pertence. É fato que ele continua inserido no capitalismo, porém não submete sua criação à demanda do mercado. A grande alteração está em utilizar a globalização a seu favor, sem virar apenas um servidor do capitalismo. O poder econômico domina, mas o poder cultural pode barganhar e criar estratégias para se inserir lucrativamente no mercado, adaptando a tradição aos novos tempos e fazendo com que ela sobreviva. O conhecimento científico é uma das expressões mais poderosas da dominação capitalista. Se impõe pela eficácia nas práticas produtivas e tende a desintegrar os saberes e as práticas tradicionais. Os saberes artesanais precisam dialogar com esse saber hegemônico para garantir sua sobrevivência.

Das ferramentas do capitalismo, a informação, ou melhor falando, o poder que a informação dá ao seu portador, provavelmente é a mais forte delas. Um bom exemplo do que falamos está na história católica, afinal essa foi a religião detentora do poder na maior parte do planeta por muito tempo. Seu declínio é considerável a partir do momento que a bíblia, até então só redigida em latim, uma língua de poucos conhecedores, passa a ser escrita em outros idiomas, possibilitando a passagem de conhecimento a um número maior de pessoas, o que logo depois traria a criação de novas doutrinas cristãs e base para convencer pessoas a sair do catolicismo e adotar outra religião. Ou seja, o conhecimento pode ser tão enriquecedor quanto destrutivo e em tempos de globalização ele é crucial. Existe no Brasil, o que chamamos de funil, onde um número considerável de crianças ingressa no ensino fundamental, mas poucas conseguem atingir e completar o nível superior. Essa realidade começa a mudar em passos lentos, mas ainda é uma estatística preocupante, pois significa que o país está formando operários em massa e ensinando a minoria da população a controlar as grandes corporações. Tornando a questão ainda mais clara, significa que quem tem conhecimento aplicado tem poder e o utiliza ao seu favor, que em mãos erradas pode transformar a vida de muita gente em caos, pensando apenas em seus interesses pessoais e/ou profissionais. A partir do momento que a maior parte da população tem

um nível alto de ensino, torna-se mais fácil existir uma sociedade justa, pois as pessoas sabem o que querem e não são facilmente enganadas por políticos. “Um índio não dá ordens em outro, ele acharia até engraçado receber uma ordem, pois não existem superiores e o que um sabe todos sabem. Eles não usam o conhecimento como forma de poder” (RIBEIRO, 2000). Ou seja, o sistema capitalista faz com que as pessoas manipulem informação como forma de poder. Uma prática egoísta e antiquada, pois sugere que o conhecimento não seja passado a todos, bloqueando o desenvolvimento do mesmo.

## **6 ANÁLISE DO PROJETO DE EXTENSÃO “Design Colaborativo Para Artesãos Produtores de Mobiliário em Cipó” À LUZ DOS CONCEITOS ABORDADOS NOS CAPÍTULOS ANTERIORES**

O projeto de extensão “Design colaborativo para artesãos produtores de mobiliário em cipó” foi realizado no Vitorino, região distrital do município de Riacho das Almas, localizado no agreste pernambucano. A intervenção durou o período de um ano, entre o segundo semestre de 2007 até o meio do ano de 2008 e teve aprovação da Pró-reitoria de extensão da Universidade Federal de Pernambuco. Os responsáveis pela interferência na comunidade, com base no conhecimento universitário constituíram-se de um professor, com grau de mestre, como coordenador, um professor, com grau de mestre, como colaborador responsável pela identidade visual do grupo artesão, o autor do presente trabalho Vinicius Laureano sendo aluno bolsista e mais dois alunos como participantes. Logicamente, foi imprescindível a participação da comunidade produtora, com maior destaque participativo aos artesãos Lourival Ferreira, fundador do artesanato em cipó no Vitorino e seu sobrinho Zé de Mocinha.

Fig. 12 – Lourival F. artesão fundador.



Fonte: Acervo pessoal do autor (2009)

Fig. 13 – Zé de Mocinha, artesão da comunidade.



Fonte: Acervo pessoal do autor (2009)

No que se refere ao projeto, o objetivo foi contribuir com a vida dos artesãos produtores de mobiliário em cipó do Vitorino através do seu meio de vida e conseqüentemente a comunidade. A proposta utilizou como base para a intervenção, o design colaborativo, ferramenta aplicada que visa à participação de todos os envolvidos no produto, desde a sua criação até o comprador. Nos valem de um estudo descritivo da história da comunidade e o nascimento dos artefatos enquanto produto funcional e posteriormente simbólico dentro dela, associado a um estudo qualitativo que buscou identificar os possíveis problemas na produção da comunidade e propor opções de design para solucionar e/ou agregar valor à atividade e aos produtos locais.

Uma das preocupações do grupo universitário foi que, tratando-se de uma atividade artesanal com repertório estético e cultural muito consolidado na região, inclusive com certo reconhecimento em outros estados, é importante intervir sem descaracterizar, reconhecendo, valorizando e reforçando as tradições produtivas e a habilidade dos mestres artesãos. Hoje é claro que, como o próprio nome já diz, a intervenção acaba por modificar algumas formas de tratar a criação e os produtos trabalhados, contudo devemos respeitar a história da comunidade e a simbologia a qual os artefatos adquiriram, adicionando valor comercial e produtivo, sem que os objetos trabalhados percam as peculiaridades que trazem identidade cultural ao grupo que pertencem e que fazem com que o grupo se reconheça nele. Para isso é necessário respeitar a intenção do grupo, de forma que eles considerem se determinadas alterações podem ser positivas ou negativas naquele produto que os identifica, liberando ou não uma intervenção.

A vila do Vitorino é o quinto distrito do município de Riacho das Almas e localiza-se num ponto mais alto e isolado da cidade, destacada com um clima frio e de chuvas escassas, apenas em certas épocas do ano. A região destaca-se pelo artesanato em cipó, planta abundante na época, que começou na década de cinquenta, para atender às necessidades dos moradores do local, principalmente os que trabalhavam na agricultura e pecuária. Eram produzidos balaios, caçuás e cestas, produtos comuns e necessários ao cotidiano dos moradores. Sendo peças importantes, os artesãos locais comercializavam com facilidade o excedente desses produtos nas redondezas, conquistando assim, pouco a pouco, o reconhecimento por suas habilidades nesse tipo de manufatura.

Produzindo com excelência e cada vez mais experiência, os produtores visualizaram o potencial do cipó para a confecção de outra linha de produtos, a princípio também para atender às necessidades de seus lares e da própria comunidade e depois atingindo uma demanda exterior.

O diferencial nas peças do Vitorino está na forma como o cipó é transformado em produto, trançado. Para os primeiros artefatos realizados na comunidade, como os balaios, já se fazia necessária a técnica de trançar. Com o desenvolvimento hoje de produtos artesanais, a trama é a peculiaridade que traz o peso cultural daquele lugar, contando sozinha parte da história das pessoas que vivem naquela região.

Os artesãos passaram então a desenvolver móveis como cadeiras, bancos, sofás, mesas de centro, camas, estantes, artigos natalinos e enfeites decorativos, ampliando então sua produção de diferentes objetos e atraindo novos projetos sob encomenda, junto com um novo tipo de público consumidor, que não está interessado na funcionalidade do produto (quando o mesmo possui), mas na simbologia que esse carrega. Hoje podemos dizer que o artesanato do Vitorino tem seus produtos, não só em casas de Pernambuco, mas em residências e até hotéis por todo o Brasil

O cipó, matéria necessária para a produção das peças, era encontrado nas partes norte e oeste das serras da região. Como não houve manejo ambiental por parte dos artesãos, que são os próprios extratores, a matéria-prima esgotou, sendo atualmente necessário localizar e extraí-la em locais mais de cem quilômetros distantes. Para isso, necessitam percorrer horas de automóvel, além de arcar com gastos do aluguel, pois apenas um artesão possui carro próprio, além dos custos de combustível. Com a dificuldade de extração da matéria-prima, os artesãos, como alternativa, passaram a utilizar também a taboca para compor seus artefatos, outra espécie nativa, mas ao contrário do cipó, esse tipo de madeira ainda pode ser encontrado nas proximidades, porém é importante frisar que nenhum dos artesãos que possuem terreno para plantio e criação de animais, reserva parte do mesmo para plantações de cipó ou taboca. Como a taboca não possui a propriedade da maleabilidade do cipó, então não pode ser trançada, sendo utilizada para outros fins na produção artesanal.

Fig. 14 – Cipó é armazenado na forma de rodas.



Fonte: Acervo pessoal do autor (2009)

Fig. 15 – Taboca pronta para o uso.



Fonte: Acervo pessoal do autor (2009)

A cultura do cipó em terrenos particulares dos artesãos seria uma alternativa viável de aproximar novamente a matéria-prima do produtor, já que a planta é própria da região. Acontece que os próprios produtores da comunidade não apresentam interesse em reservar parte de suas terras para o manejo do cipó, pois afirmaram que iriam perder com isso, pois criam gado ou plantam outras culturas na área. Essa é parte da intervenção onde o designer não deve insistir, mostrando apenas a alternativa possível e tentando criar uma visão de consciência ambiental, benéfica ao planeta, que manterá o cipó nas suas serras de origem e livre da extinção. Esse manejo também beneficiará à comunidade e aos artesãos que obterão mais lucro, sem necessitar arcar com gastos de transporte e combustível, além do aumento da qualidade de vida, pois não vão perder horas com viagens, já que terão a matéria próxima, além de riscos que demandam a viagem, como acidentes. Contudo, como realizamos uma intervenção respeitando o artesão e tendo esse a voz final na decisão, não obtivemos mudanças nesse aspecto. Perguntados sobre o desaparecimento da planta nas serras locais, os

produtores responderam que o crescimento desenfreado de artesãos foi o principal responsável, não apenas pela quantidade extraída que aumentou consideravelmente, mas pelo fato de não haver respeito na idade do cipó retirado. Os artesãos dizem que o cipó não tarda a se desenvolver, porém os novatos retiravam as tiras ainda novas, com cerca de 30 centímetros, pois com essa pouca quantidade já é possível realizar um produto como por exemplo bolas de natal.

Em 1990, os artesãos criaram a APAV - Associação de produtores artesãos em cipó e moradores do Vitorino, para melhor organizar suas atividades, tanto na área de reunião e transmissão de conhecimentos como com a questão de contatos para vendas, pois juntos eles têm mais força e solidez para conseguir realizar sua participação em feiras e quaisquer outros eventos de artesanato. A Associação proporcionou melhoria durante certo tempo, rendendo até um caminhão modelo F-4000 novo no qual se podia transportar o mobiliário produzido para locais apropriados à venda, bem como levar os artesãos para extrair o cipó. Como os bens adquiridos não foram bem administrados, foram posteriormente vendidos para liquidação de dívidas e no benefício de pessoas mal intencionadas, que não deram a devida importância à Associação. Hoje a Associação ainda existe, mas apenas no nome, pois financeiramente, nada restou e os produtores permanecem em crescente desunião. Essa falta de organização e consciência, somada a outras tentativas ineficazes de resolver a questão do artesanato do Vitorino, tornou os artesãos menos esperançosos.

No projeto, grandes problemas que atingem o artesanato em cipó a serem solucionados eram principalmente o mofo e o cupim, que representavam perda financeira e de tempo considerável, pois os dois elementos surgem depois que os produtos já foram fabricados. Essa queda logo foi visível no bolso da comunidade, fazendo assim com que ela buscasse outros meios de subsistência. Além da agricultura que sempre existiu, os artesãos perdem espaço para a costura. Como costurar é um serviço fácil de se encontrar, pois a cidade é o quarto pólo de confecção do agreste, fica cada vez mais difícil aos produtores de artefatos da região, passarem seu conhecimentos aos mais jovens, levando a cultura do artesanato de cipó à extinção. Então a valorização do produto entra mais uma vez em pauta, pois um produto de alto valor socioeconômico para os seus compradores e produtores permite a sua disseminação de conhecimentos ao passar das gerações.

Além das deficiências inerentes à matéria-prima, também foi colocado em destaque a falta de local apropriado de trabalho. Os artesãos trabalham nas suas casas, em pequenos quartos ausentes de um sistema organizacional eficiente. Se os quartos-oficinas possuíssem princípios que lhes tornassem visitáveis aos turistas, poderiam também ser utilizados como ponto de venda dos artefatos, pois quem compra artesanato também se interessa por sua história e seria então mais um atrativo conhecer o seu local de fabricação. A comunidade também não possuía uma marca que os identificassem, trazendo uniformidade e solidez, além de difundir prontamente seus produtos, através de inserção de sua marca em tag's, panfletos e toda a papelaria de interesse à divulgação da manufatura, inclusive informando endereços, telefones e emails, facilitando o contato entre artesão e comprador, evitando atravessadores que dominam a grande saída dos objetos, trazendo à produção e seus fabricantes melhor viabilidade econômica. Porém, esses aspectos ficaram como segunda parte do trabalho.

Outro fator em deficiência e de extrema importância é a venda do produto. Atualmente, a maior parte da saída do artesanato de cipó é intermediada por atravessadores, pessoas da comunidade ou não, sem nenhuma participação no processo produtivo que compram os artefatos a preços baixos e revendem fora da comunidade superfaturados. Dessa forma, só ganha quem nada tem a ver com o processo artesanal, que é o atravessador, dominante de meios que facilitam a saída dos produtos, como caminhões que levam o artesanato para outras cidades. O artesão perde financeiramente e socialmente, pois vendendo para um intermediário, deixa de lucrar por seu real valor e trazer mais conforto para si e sua família. Socialmente porque está fadado a ser um desconhecido, pois apenas os atravessadores (que podem inclusive ficar com a fama de produtores dos objetos à venda) e a comunidade conhecem sua capacidade produtiva, ficando à margem da sociedade. O turista, interessado no artesanato também perde comprando de atravessadores, pois não conhece a história do produto, o artesão responsável por sua feitura, enfim uma série de fatos que agregam valor ao artefato em foco.

Encontrados os problemas que dificultam os produtores durante todos os processos que englobam o artefato de cipó (extração, mofo, cupim, ausência de local adequado para fabricação e venda e ausência de identidade visual) partimos para a ação. A ideia da utilização do design colaborativo como metodologia, surgiu se pensando em reconhecer as opiniões de todos os participantes que obtém contato com o

produto desde a sua criação até à venda, mas hoje sabemos que o emprego dessa ferramenta não ocorreu por completo, pois em nenhum momento levamos em consideração o julgamento dos compradores dos artefatos, eles que são os usuários finais e portanto participantes do processo.

Sabe-se que o principal objetivo do trabalho colaborativo é o desenvolvimento da dimensão social no processo do trabalho do design, considerando que o principal aspecto da dimensão social desenvolvida é o valor das relações entre iguais. Não há relações hierárquicas ou autoritárias no processo, sendo a autoridade compartilhada. Pode-se desenvolver o cooperativismo em muitas das atividades do processo colaborativo, que podem ser desenvolvidas por alguns participantes, isoladamente, mas com objetivos e metas comuns ao projeto. Não excluindo a idéia colaborativa de que cada participante interfere em todas as partes do projeto. Projetos desenvolvidos com essa metodologia, proporcionam aos seus participantes o desenvolvimento de habilidades de confrontação, argumentação e defesa de ideias e conceitos. Requer a democratização das participações, a valorização das diferentes autorias, o alcance coletivo das metas, enfim, suportes para as ações de cada indivíduo envolvido no problema. Uma ferramenta interessante, se usada corretamente, para quebrar possíveis barreiras entre os universitários e os artesãos.

Os instrumentos utilizados para a coleta de dados foram entrevistas semi-fechadas transcritas e gravadas em áudio, seguindo um roteiro estruturado ou padronizado, com artesãos atuantes na produção do tipo de produto delimitado, para contar a história da comunidade, da criação dos artefatos e o diagnóstico de problemas da fase inicial do processo produtivo aqui considerado, qual seja, transformação da matéria-prima (extração, tratamento e modelagem do produto). Levamos um longo período na coleta de dados, para reconhecer as deficiências e trabalhar em cima delas, visando definir e aplicar um conjunto de ações junto aos artesãos, que promovam a melhoria na qualidade da matéria prima e das etapas iniciais do processo produtivo enfocado. Esses objetivos foram considerados na elaboração dos roteiros em muitas das entrevistas. O propósito inicial na elaboração do roteiro das entrevistas foi de organizar variáveis relevantes ao objetivo da pesquisa, quais sejam, definir e aplicar um conjunto de ações junto aos artesãos produtores de mobiliário em cipó no Vitorino, inserir novos recursos técnicos à atividade, utilizar ferramentas do design para melhorar o

posicionamento dos produtos no mercado e contribuir para a sustentabilidade da atividade.

Entre as atividades programadas no projeto, a realização de oficinas estava inclusa, para auxiliar o artesão na prática, a construir seus artefatos de maneira mais eficiente, mas não se especificou previamente em que exatamente essas oficinas iriam focar, então poderíamos envolver qualquer aspecto, desde processos criativos até a economia de material por produto ou acabamento. O objetivo, logicamente era passar ao produtor conhecimento físico, para que ele pudesse dar continuidade, após o projeto, àquela forma de trabalhar, vista pelos acadêmicos como melhor, por questões financeiras, projetuais ou sustentáveis. O oficineiro, residente em Recife e empresário da área de móveis na mesma cidade, apresentava uma agenda cheia, contudo conseguimos marcar e realizar no final do período programado a aula prática. Sem nenhuma experiência anterior em projetos de extensão, tive problemas com a programação do projeto, de forma que não foi possível verificar posteriormente o andamento das modificações, se estavam sendo seguidas corretamente ou se pelo menos seriam utilizadas. Se possível, uma prévia aproximação do responsável pela oficina, também poderia trazer uma melhor relação de confiança entre os acadêmicos e os artesãos

O projeto incluía reuniões semanais apenas com os integrantes do grupo acadêmico e visitas mensais à comunidade de artesãos. Como as casas dos artesãos eram pequenas para abrigar todos os envolvidos durante as visitas, conseguimos através do prefeito da cidade, na época, realizar muito da coleta de dados numa escola próxima à casa dos artesãos, onde tínhamos sempre uma sala disponível, sem a interrupção de quaisquer pessoas que não estivessem envolvidas no projeto.

Ocorre que por alguns atrasos ao longo do ano, pela própria necessidade de transcrição das entrevistas em áudio, digitação e pesquisa de material, e por problemas logísticos as visitas algumas vezes não aconteciam na frequência planejada. Isto talvez tenha prejudicado o vínculo de confiança entre os acadêmicos e os artesãos, este sim, fundamental para que haja uma interação adequada.

Ficou em falta então, um maior compromisso presencial de minha parte para com os artesãos. Não digo de qualidade, pois os momentos em que os grupos permaneceram juntos foram intensamente produtivos, mas a não assiduidade conforme

o planejado à comunidade impediu que se concretizasse de modo mais efetivo o relacionamento entre designer e artesão. Avalio então que muito dos valores simbólicos das culturas do Vitorino podem não ter sido levados em consideração, o que talvez fosse conseguido através de um diálogo mais intenso e sistemático. Como os artesãos perceberam que não tinham visitas com a frequência planejada, devem ter colocado em pauta apenas o que consideraram relevante para eles.

Sabe-se que o designer pode agregar valor a um produto incluindo elementos culturais de um grupo que não foram pensados por seus produtores, pois por algum motivo eles não pensaram a união de determinada cultura com os produtos artesanais existentes. Para isso é necessário um conhecimento mais aprofundado do designer com respeito aos valores culturais em questão, mas também é preciso que a proposta feita pelo designer faça sentido para o artesão. Isso só pode ser conseguido quando se estabelece uma relação humana não-hierárquica, na qual as duas partes estão dispostas a aprender uma com a outra.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência por mim vivida no projeto de extensão, realizado no Vitorino, foi essencial para despertar meu interesse e então procurar me aprofundar no assunto. Após muita leitura, procurando entender o assunto, através de renomados autores da área, realizei um encontro sintetizado dessas informações aqui.

A principal ideia é demonstrar que numa experiência entre designer e artesão, deve existir respeito às diferenças culturais, pois existem peculiaridades intrínsecas a cada grupo que não devem ser julgadas por pessoas que não pertençam àquela origem. Tão importante quanto, é o fato do conhecimento dos artesãos não poder ser subestimado pela equipe detentora dos saberes acadêmicos, afinal, os acadêmicos estão indo também para aprender uma nova cultura e logo após, tentar contribuir positivamente. Ainda como base para a realização de uma intervenção proveitosa, deve ser levado em consideração, além do respeito à diversidade cultural e à equiparação do conteúdo artesanal e acadêmico, tornar factível uma relação de confiança entre todos os envolvidos numa intervenção. Dessa maneira conseguimos receber dados mais precisos, acerca da história da comunidade estudada, o artefato trabalhado e sua venda, por parte das pessoas diretamente envolvidas em todos os processos.

Ainda, como consequência de um bom relacionamento entre designer e artesão, é possível encontrar soluções que agradem a ambos os profissionais, embora a palavra final seja dos artesãos. Um trabalho que funciona com eficiência deve perdurar, despertando na comunidade seu real interesse para manter as novas propostas corretamente, mesmo quando o grupo acadêmico terminar a intervenção no local.

Enfim, coloquei a importância do design no processo globalizante que vivemos e como ele pode transformar as sociedades. Coloquei também a questão do artesanato e de como ele está inserido hoje no mercado e como pode almejar níveis socioeconômicos melhores. Não menos importante, tratamos das culturas populares e como elas se definem e são definidas e estão colocadas no sistema capitalista. Por fim, uni basicamente essas três áreas utilizando o exemplo de uma comunidade artesã produtora de mobiliário em cipó. Espero sinceramente que a realização do presente trabalho venha a contribuir positivamente em outros estudos que envolvam design, artesanato e culturas populares, realizados por mim ou outras pessoas que tenham acesso a esse conteúdo.

## REFERÊNCIAS

- BARROSO, Eduardo Neto. **Design, identidade cultural e artesanato**. Fortaleza: 1999. Disponível em: <<http://www.eduardobarroso.com.br/artigos.htm>>. Acesso em: 20 ago. 2011
- BAXTER, Mike R. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Blucher, 2000.
- CANCLINI, Néstor García. **As culturas populares no capitalismo**. México: Nueva Imagem SA, 1982.
- CARNIATTO, Izamara. **Gestão de design e artesanato: uma abordagem com base na pesquisa-ação**. Curitiba: UFPR, 2008.
- DONIZETI, Eder da Silva. **História do design**, Os processos e a produção de objetos na antiguidade. Vol. 1. Caruaru: UFPE, 2006.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.
- LAUREANO, Vinicius Braz. Relatório do projeto de extensão “**Design colaborativo para artesãos produtores de mobiliário em cipó**”. Caruaru: UFPE, 2008.
- LONDRES, Cecília. Referências culturais: base para novas políticas de patrimônio. In: CORSINO, Célia Maria (org). **Inventário nacional de referências culturais**. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2000.
- LOURIDO, Clara. **O artesanato no capitalismo avançado: da tradição ao desemprego estrutural, do turismo à decoração**. Buenos Aires: UFBA, 2006.
- NEVES, Washington. **Um olhar da igreja católica sobre as pinturas rupestres do Brejo da Madre de Deus: sagrado x profano**. Recife: UFPE, 2007.
- O POVO brasileiro. Direção: Isa Grinspum Ferraz. Produção: Darcy Ribeiro. Versátil, 2000. 2 DVD's (260 min), fullscreen, color.
- QUELUZ, Gilson L. Design e artesanato: reflexões sobre uma abordagem não reificadora nas pesquisas e interações com a comunidade. In: QUELUZ, Marilda Lopez Pinheiro (org.). **Design e Cultura**. Curitiba: Sol, 2005.