

MODA, DESIGN E ARTESANATO

Fashion, design and craftsmanship

Sousa, Kássia; Pós-Graduanda; Estácio FIC, kassiaktlm@hotmail.com¹
Queiroz, Cyntia; Universidade Federal do Ceará, cyntiatavares@yahoo.com.br²

Resumo

Este artigo apresenta as relações entre artesanato, moda e design, que oportunizam, além de um produto de moda com características da cultura local, uma rede de relacionamentos com os artesãos. Está baseado em pesquisa bibliográfica e nos possibilita a reflexão sobre as possibilidades de crescimento do setor.

Palavras Chave: moda; artesanato e design.

Abstract

This article presents the relationship between craftsmanship, fashion and design that allows the fashion product with the local culture, and a network of relationships with the artisans. It is based on literature and enables us to reflect on the possibilities for growth in the sector.

Keywords: fashion; craftsmanship and design.

Introdução

Existem certas tradições que são mantidas e, por vezes, remodelam-se, ao passo em que a humanidade vai evoluindo. Como exemplo desta dinâmica, podemos citar o artesanato, que, embora mantenha sua tradição nos modos de fazer, vem ganhando cada vez mais espaço na moda e na mídia. O objetivo deste artigo consiste em entender o significado do “feito à mão” e a sua inserção no mercado de moda nos últimos anos. Para este propósito, iniciou-se uma pesquisa bibliográfica sobre artesanato, moda e design, que esclarecesse conceitos e processos.

¹ Graduada em Design-Moda pela Universidade Federal do Ceará e atualmente é Pós-Graduanda em Cultura de Moda e Mercado pela Estácio FIC.

² Graduada em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará, possui também graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade de Fortaleza, é Mestre em Design e Marketing pela Universidade do Minho e Doutora em Educação pela Universidade Federal do Ceará.

Artesanato em evidência

O artesanato é uma manifestação cultural e pode ser compreendido como “toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares com habilidade, destreza, qualidade e criatividade” (SEBRAE, 2004:21). Ou seja, uma atividade que tem finalidade econômica e que depende do artesão e do seu aprendizado.

Para Porto Alegre (1994), o artesanato, como tradição popular, tem uma grande importância social. Esta visão é reforçada por Silva (2011), que o encara como patrimônio cultural, parte da memória coletiva de um povo, da história, com valor estético e simbólico que o faz objeto de desejo e de consumo, pela carga de significados culturais que carrega em si.

Logo, os produtos artesanais são reconhecidos e despertam o interesse do Estado, que promove planos de desenvolvimento econômico para resgatar e dar continuidade a esse aspecto da cultura. Planos que visam fortalecer a cultura popular e preservá-la, desenvolver meios de comercializá-la e formas de melhorar a qualidade de vida nas comunidades artesãs, gerando emprego e renda, contexto este que resultou na criação do PNDA, Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato.

O que ocorre também é que essas políticas públicas para o artesanato estão cada vez mais em ascensão. Porto Alegre (1994) afirma existir uma expansão de um “marketing cultural” do lazer e turismo que alavanca a produção e venda desses produtos “típicos” ou “regionais”. Assim, o resultado dessas políticas públicas contribui para o fortalecimento da identidade regional.

Silva (2011) explica o porquê dos produtos manufaturados receberem maior incentivo à sua produção, com fortes investimentos: são produtos de valor agregado muito maior em relação aos produtos industrializados. Esta distinção é fortalecida principalmente na nova fase do capitalismo, denominada cognitiva, na qual a sua base é o trabalho imaterial, focado na produção autoral, no ofício manual e na subjetividade como realização de um trabalho. (CAMARGO 2012 apud SILVA 2013).

Quando o artesanato cria um elo com o designer

Morace (2009) apud Venzon e Manfredini (2012), acreditam que com a globalização no mundo contemporâneo foi fortalecido o consumidor autoral, estes autores abordam esse “consumidor-autor” como um consumidor que valoriza produtos que tenham originalidade, significado e que sejam inovadores e distintos. Em meio a globalização sente-se a necessidade de revisitar as culturas, suas particularidades e o que as diferencia das outras.

Para Porto Alegre (1994), existe fascínio nos objetos mais carregados de valor simbólico, pois eles podem levar o homem a um passado remoto. Esse fascínio também faz com que o mercado trate o artesanato de maneira singular, transformando-o em artigo de luxo e elemento de distinção social, aumentando o seu preço devido ao seu valor simbólico, expondo-o associado a uma camada com nível de cultura maior, a um estereótipo de beleza e objeto de desejo pela indústria da moda.

A partir do momento em que o produto artesanal³ tem preço elevado, por não ser produzido em série, e ter suas particularidades, e também por possuir valor psicossocial e estético, seu público muda e a mídia pode favorecer esse direcionamento de público. Para Silva (2011):

[...] pode-se deduzir que é na esfera do desejo quase inacessível que as mercadorias são transformadas em bens de luxo. Sua objetividade está no seu sentido e não na sua funcionalidade. No caso do artesanato, nos contextos, em que sua produção é vinculada ao *design*, essa característica de mercadoria singular, um bem de luxo, está atrelada não só ao seu valor estético, mas principalmente porque seu valor é amparado pelo apelo cultural. (SILVA, 2011, p.57)

Esse valor é amparado também pelas sensações e vivências do consumidor, como afirma Hatta, Santos e Costa:

Há um fortalecimento do relacionamento de pessoas com os produtos que tenham “caráter”, que sejam genuínos e tenham qualidades profundas. É um cenário onde a moda não apresenta um papel de “superficialidade” ou de ostentação, mais sim de qualidades ligadas a uma experiência profunda do consumidor. (HATTA, SANTOS e COSTA, 2013, p.4)

Neste contexto de apropriação do trabalho artesanal, o designer se

³ “Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente à mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. (UNESCO, 1997, apud BORGES, 2011, p.21).

estabelece como um elo entre o que o mercado precisa e o que o artesão pode oferecer, fazendo as alterações para que o produto se torne mercadológico, sem que haja uma descaracterização.

As estratégias e métodos adotados para a adequação do artesanato às exigências de mercado são aplicados pelos *designers* que trabalham diretamente com as associações. É o *designer* que vai estar em contato constante com a artesã para, assim, trabalhar o artesanato a fim de que este atenda às expectativas da sociedade de consumo. (SILVA, 2011, p.171)

Assim, a sociedade de consumo busca, no artesanato, inovações diante de uma estagnação da criação, conforme Souza (2009).

[...] a moda, tanto como busca de inovações e também de uma identidade cultural, é o ponto privilegiado da síntese criadora que aliada ao artesanato consegue não só agradar ao público consumidor, como também gerar oportunidades de renda nas regiões que desenvolvem essa parceria. (SOUZA, 2009, p. 65 apud LIMA, 2013)

Estas novidades estão em sintonia com as reais necessidades e desejos da contemporaneidade, na medida em que buscam a individualidade, a diferenciação e a identidade cultural. Esta identidade se faz presente mesmo em um mundo com mercadorias globalizadas, no fortalecimento do sentimento de pertencimento, através de vários fatores objetivos ou subjetivos presentes na vida cotidiana, como afirma Lipovetsky:

[..] consumimos através dos objetos e das marcas, dinamismo, elegância, poder, renovação de hábitos, virilidade, feminilidade, idade, refinamento, segurança, naturalidade, umas tantas imagens que influem em nossas escolhas e que seria simplista reduzir só aos fenômenos de vinculação social quando precisamente os gostos não cessam de individualizar-se (LIPOVETSKY: 1989, p.173).

O Brasil passou a mostrar uma imagem nacional nos produtos e identificá-los no exterior por consequência de várias ações, dentre elas o projeto conduzido pelo SEBRAE, em 2002, chamado de “Cara Brasileira: a brasilidade nos negócios, um caminho para o *made in* Brasil” e o que agregou esse valor ao produto foi o *design*, nas cores e formas passou a ideia de “brasilidade”. Culturalmente, o projeto defendia a necessidade de uma preservação da forma de fazer do artesão e de toda sua cultura:

Ao falar de cultura, só é possível um encontro criador para todos, que permita suportar o choque com outros países e a imposição de

valores, mantendo a cultura viva, isto é, garantindo que todos os fazeres possam continuar a existir e acompanhando as mudanças em seu caminho natural. RICOEUR (1968:290) apud ALMEIDA (2013).

Outro projeto responsável por fazer essa integração do designer de moda com o artesanato e as comunidades artesãs é o Conexão Solidária, um projeto da Agência de Desenvolvimento Solidário (ADS) que une produtores e consumidores com objetivos de alcançar a sustentabilidade econômica, financeira e social, apresentou no Dragão Fashion Brasil uma coleção resultado de uma parceria, um trabalho que visava a aplicação de artesanato no produto de moda. Desenvolvido junto às comunidades cearenses em estado de risco, teve uma proposta de sustentabilidade, resgatando a identidade brasileira, valorizando os produtos artesanais e inserindo-os no design e na moda.

A Agência de Desenvolvimento Solidário (ADS), um órgão da CUT, Central Única dos Trabalhadores, em parceria com a Unitrabalho⁴ e o Dieese⁵, tem o objetivo de gerar novas oportunidades de trabalho e renda em organizações de caráter solidário, e contribuir com a construção de alternativas de desenvolvimento social e sustentável.

Essas iniciativas de políticas públicas visam preservar a cultura agregando valor ao produto artesanal, onde os designers de moda aprendem sobre as técnicas artesanais, mas também pensam sobre o que é possível fazer dentro das formas, matérias-primas, coleção e também na capacidade produtiva da comunidade. Essas abordagens acontecem em forma de diálogo e ensinamento visto que ambas as partes detêm conhecimentos complementares.

Assim explica Silva (2011) quando diz que o designer, ao preservar a pureza do artesanato, elabora estudos que promovem a diversificação e a revalorização econômica das peças de artesanato, sem perder a identidade cultural local. Ocorre uma reorganização da produção, criando novos produtos, técnicas e metodologias de trabalho, explica a autora.

⁴ A Unitrabalho é uma Rede Nacional de Universidades que apoia os trabalhadores na sua luta por melhores condições de vida e trabalho, realizam projetos de ensino, pesquisa e extensão, que integram o conhecimento acadêmico ao saber elaborado na prática social.

⁵ O DIEESE, Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos, é uma criação do movimento sindical brasileiro. Desenvolve pesquisas que fundamentam as reivindicações dos trabalhadores.

Assim, o artesanato, trabalhando conforme as metodologias de design, e atrelado ao turismo e à moda, também se mostra como um fator de grande importância para agregação de “valor cultural” aos bens e serviços produzidos no Brasil. No entanto, as hibridações entre artesanato e design devem ser tratadas com cautela, pois ao contrário do desenvolvimento de produtos para a indústria, em que o tempo de produção representa aumento na produtividade, no artesanato as considerações sobre este aspecto se mostram bastante delicadas. (SILVA, 2011, p.149)

A autora chama-nos atenção, portanto, ao tempo necessário à produção de uma peça artesanal, de modo a se buscar escapar à serialização das mesmas, para que não percam sua característica de singular.

Almeida (2013) afirma que a moda brasileira foi, por muito tempo, uma extensão do que era criado nas capitais influentes e centrais para o setor, tais como Nova Iorque, Paris, Milão e Londres, por adotar os valores estabelecidos durante suas semanas de moda. Contudo, com a inserção do artesanato, a moda brasileira ganha forma na busca de uma identidade e a sua comercialização ganha espaço no mercado internacional, como afirma Estrada (2004).

Há muitas tentativas de teorização neste campo, e todas trazem importantes contribuições. Lima (2013) discute em seu artigo o processo de hibridação entre o design e o artesanato usando o conceito de Canclini (2008, p. 19), que define hibridação como sendo processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas, em que busca *reconverter* um patrimônio (uma fábrica, uma capacitação profissional, um conjunto de saberes e técnicas) para reinseri-lo em novas condições de produção e mercado. Há, assim, uma troca de saberes entre os designers e os artesãos.

Canclini (2008) acredita ser a moda o principal enfoque do híbrido “artesanato com design”, visto que o artesanato é esse patrimônio e o design entra em ação para trazer essa valorização, geração de renda e, além de tudo, a preservação da cultura local, gerando um produto atualizado. Gomes e Araújo (2013) afirmam que há duas maneiras dessa inserção ocorrer, ora o artesanato como complemento e agregador de valor ao produto de moda - inserido na cadeia produtiva da moda, ora como a peça totalmente artesanal como produto de moda – cadeia produtiva do artesanato.

O valor representa o significado que os clientes buscam de acordo com suas experiências. E esse valor aproxima o consumidor do produto. O artesanato então é permeado dessas qualidades e torna-se uma referência para o relacionamento supracitado.

Considerações Finais

Neste trabalho, buscou-se mostrar que o artesanato, como reflexo de uma cultura, torna-se um elemento diferencial no mercado atual, trazendo um jeito de fazer singular e repleto de tradições. Através dos autores pesquisados percebe-se que é na moda que se faz a interação entre artesanato e design, promovendo uma revalorização econômica do artesanato e preservação da cultura local, devido à sua singularidade.

O processo de hibridação do design de moda e o artesanato, junto às políticas públicas e à iniciativa privada, geram renda para as comunidades artesãs, troca de experiências criativas, funcionais, técnicas e culturais.

Trata-se de um trabalho concomitante para agregar valor simbólico e estético ao produto, usando de artifícios midiáticos, psicológicos, sociais e econômicos que estão mudando o modo de olhar o objeto artesanal brasileiro.

Referências

ALMEIDA, Ana Julia Melo. **A identidade nacional e a cultura popular no design de moda brasileiro**. Fortaleza: Colóquio de Moda, 2013. Anais. ISSN 1982-0941.

BORGES, A. **Design + Artesanato – o caminho brasileiro**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2008.

ESTRADA, Maria Helena. **Sete anos de transformações: design, artesanato, indústria e mercado**. Revista Arc Design, n.38. São Paulo: Quadrifólio Editora, 2004.

GOMES, Glória Cele Coura; ARAÚJO, Maria do Socorro de. **Artesanato e moda: inovação e funcionalidade - uma referência cultural no Piauí**. Fortaleza: Colóquio de Moda, 2013. Anais. ISSN 1982-0941.

HATTA, Kátia Santos; SANTOS, Vagner Souza dos; COSTA, Marcelo. **Como a moda se inspira na arte a fim de agregar valor aos seus produtos**. Fortaleza: Colóquio de Moda, 2013. Anais. ISSN 1982-0941.

LIMA, Joana Áurea Medeiros. **Design de moda e artesanato: o processo de hibridação em Morros da Mariana/PI**. Fortaleza: Colóquio de Moda, 2013. Anais. ISSN 1982-0941.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

PORTO ALEGRE, Sylvia. **Mãos de mestre**: itinerários da arte e da tradição. São Paulo: Maltese, 1994.

SANTOS, João Bosco Feitosa dos; ARAGÃO, Elizabeth Fiúza. **Artesanato para um mundo globalizado**. Fortaleza: EdUECE, 2006.

SILVA, Cristina. **Artesanato e trabalho imaterial**. Fortaleza: Colóquio de Moda, 2013. Anais. ISSN 1982-0941.

SILVA, Emanuelle Kelly Ribeiro da. **Quando a cultura entra na moda**: mercantilização do artesanato e suas repercussões no cotidiano de bordadeiras de Maranguape. Fortaleza, CE: Edições UFC, 2011.

<<http://www.cutceara.org.br/conteudo/52/agencia-de-desenvolvimentosolidario>> Acesso: 09 de novembro de 2013.

<<http://www.dieese.org.br/materialinstitucional/quemSomos.html>> Acesso: 09 de novembro de 2013.

<<http://www.conexaosolidaria.org.br/institucional.php>> Acesso: 09 de novembro de 2013.

<<http://www.unitrabalho.org.br/spip.php?article3>> Acesso: 09 de novembro de 2013.