

O DESIGN E O ARTESANATO NA ECONOMIA. ECONOMIA CRIATIVA OU SOLIDÁRIA?

*The design and the artisanship in economy. Creative economy or
solidarity economy?*

*Sasaoka, Silvia; Mestranda; UNESP, silvia.sasaoka@gmail.com¹
da Cruz Landim; Paula Docente; UNESP, zilmenezes@uol.com.br²
Moura, Monica; Docente; UNESP- monicamoura.design@gmail.com³*

Laboratório De Pesquisa em Design Contemporâneo- UNESP

Resumo

Este artigo aborda reflexões a respeito da economia criativa e da economia solidária no contexto contemporâneo brasileiro, focalizando a diversidade cultural e as diferenças sociais existentes no país como fatores condicionantes para determinar ações de programas de políticas públicas ligados ao design e ao artesanato.

Palavras-chave: design e artesanato, economia criativa, economia solidária.

Abstract

This article is a reflection on the creative economy and solidarity economy in the Brazilian contemporary context of cultural and social diverse circumstances existing in Brazil as the conditioning factors to determine the actions of public policy programs linked to design and craft.

Keywords: design and craft, creative economy and solidarity economy.

Introdução

No Brasil contemporâneo, observamos que programas de geração de renda estimulam o desenvolvimento econômico abrangendo processos e ferramentas do design aplicado ao artesanato. Esse modelo se insere na denominada “economia criativa”? Ou seria mais apropriado chamar de “economia solidária”? Este artigo propõe uma reflexão crítica sobre a

terminologia “economia criativa” aplicada ao design e aborda a importância de políticas públicas para o desenvolvimento de condições propícias à criação e à inovação.

O design é um processo criativo multidisciplinar que responde às necessidades que se apresentam no contexto em que está inserido. Nesse sentido, o design produzido no Brasil, segundo Landim (2015, p. 88), é ‘reflexo da heterogeneidade local’ e ilustra ‘a convivência da pluralidade’.

Por sua vez, a produção artesanal apresenta características regionais de cultura e recursos. A atividade tem enfrentado mudanças e está em constante busca de soluções econômicas para sua sustentação e até mesmo sobrevivência desde a década de 1950, quando o Brasil iniciou de forma desequilibrada sua estrutura de crescimento industrial. Com a globalização e a pulverização do conhecimento e da relação com o próprio lugar, o artesão distanciou-se da noção de pertencimento e de cultura tradicional. Como alternativa de subsistência individual e coletiva, vem atendendo a um mercado específico, e em expansão, de brindes corporativos, produtos para turistas e outros, que descaracterizam suas bases culturais e valores simbólicos, ou seja, um sistema produtivo que se distancia de seus elementos diferenciais, perante produtos que são similares aos da indústria capitalista.

A tímida autonomia de determinação de processos industriais próprios no Brasil e a grande diversidade social e cultural do país indicam que a produção do design e, mais ainda, do artesanato está mais próxima dos princípios e processos da economia solidária do que do cenário original da economia criativa. Este artigo adota a abordagem qualitativa e utiliza a reflexão crítica para compreender essas duas terminologias a fim de verificar suas relações com o design e o artesanato brasileiros, tendo como referencial teórico, entre outros: Susan Galloway e Stewart Dunlop, Terry Flew, Antoine Picon, Paul Singer.

Economia criativa ou solidária?

O termo economia criativa se originou em centros mundiais de inovação e produção, correspondendo, portanto, a meios e modelos diferentes de muitos dos processos produtivos brasileiros. Nos anos recentes o termo tem sido

empregado em associação à vasta produção e disseminação de bens e serviços que envolvem criação e inovação: de games a moda, passando por gastronomia e tecnologias digitais. Segundo Sebrae (2016):

Diferentemente da economia tradicional, de manufatura, agricultura e comércio, a economia criativa, essencialmente, foca no potencial individual ou coletivo para produzir bens e serviços criativos. De acordo com as Nações Unidas as atividades do setor estão baseadas no conhecimento e produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectuais e artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico (SEBRAE, 2016).

A ideia provém das “Indústrias Criativas”, proposta e conceito desenvolvidos e disseminados na Inglaterra a partir de 1997, onde, durante o governo de Tony Blair, foi realizado um abrangente mapeamento das atividades culturais e seus setores para indicar o emprego e a distribuição de subsídios para desenvolver hegemonicamente a economia através do setor cultural. O termo “indústria criativa” passou a ser empregado em diferentes lugares do mundo como um discurso. Considera-se neste trabalho que um discurso é um conjunto de conceitos e categorizações que orienta o modo como os atores políticos percebem a realidade, definem problemas e escolhem determinadas soluções (FLEW, 2011, p. 2).

O discurso da indústria criativa se converteu em um produto britânico, como aponta Flew (2011, p. 2), e passou a ser exportado com sucesso. Um primeiro elemento contraditório a essa terminologia, no campo da economia, é que ela situa num mesmo plano processos e produções muito diferentes, tanto em escala quanto em procedimentos: atividades de alta intensidade de capital (cinema, televisão) junto a outras de alta intensidade de trabalho (artesanato, arte, design). Também mistura atividades regidas por imperativos comerciais e de negócios (publicidade, arquitetura) com outras que não têm esse imperativo e que são regidas por questões culturais, simbólicas e de autoria. Sem mencionar que muitos dos trabalhos na indústria criativa não são criativos (produção, vendas, marketing, relações públicas).

Segundo Galloway e Dunlop (2006, p. 1), a ‘criatividade cultural é distinta de outros tipos de criatividade’, e significa ‘mais do que simplesmente um conhecimento novo tornado ativo econômico’. Para esses críticos, o binômio

economia/criatividade tem uma função, a de atribuir uma vantagem competitiva na economia globalizada. A economia criativa se agrupou em redutos, edifícios, bairros e até regiões, como o Vale do Silício, na Califórnia.

Nesse sentido, e dentro da condição secundária observada aqui nos processos brasileiros de inovação e produção frente a um mercado determinado por países e empresas centrais no sistema econômico global, Moura (2012, p. 3) observa:

Ao relacionarmos a realidade presente no campo do design com as questões sociais, políticas e econômicas do nosso tempo podemos perceber mudanças de discursos, de ações e de propostas. O resultado disso é que passamos a conviver com uma realidade onde as lojas de produtos de design foram substituídas por galerias, entrepostos, espaços culturais, que são “descolados”, “anteados”, projetados como espaços de convivência cultural. Na verdade, são grandes cenários montados, templos do prazer onde os objetos de nosso tempo nos são apresentados em vivências especiais e diferenciadas, mas nos levam ao endividamento no cartão de crédito, porém garantem o sofá mais bacana em nossa sala, o sapato mais sexy, a roupa com mais estilo e jantares em restaurantes ou hotéis (de design), projetados pelos designers mais famosos e premiados, onde somos atendidos por chefs, bartenders, someliers, baristas (MOURA, 2012, p. 3).

Anterior à proposta de economia criativa, o conceito de economia solidária remonta ao século IX. Está ligado aos socialistas utópicos Robert Owen (1771-1858), Saint-Simon (1760-1825), Charles Fourier (1772-1837), que formularam o primeiro pensamento socialista e identificaram que para reconstruir a sociedade era preciso compreendê-la cientificamente (PICON, 2003, p. 1). Owen, empresário inglês, contribuiu para que as primeiras formas de economia solidária fossem desenvolvidas, a exemplo das cooperativas e do microcrédito (PITAGUARI; DA CÂMARA, 2010, p. 33).

O termo “economia solidária” ressurgiu na segunda metade do século XX em virtude do crescimento da desigualdade social e regional advinda da urbanização acelerada do período. Esse conceito vem ganhando força à medida que cresce a percepção das distorções, e da própria insustentabilidade em toda a ecologia, resultantes do consumismo extremo na contemporaneidade.

A economia solidária pode ser definida como ‘um sistema socioeconômico aberto, amparado nos valores da cooperação’ e da ‘autogestão, visando a

emancipação e o bem-estar individual, comunitário, social e ambiental’ (PITAGUARI; DA CÂMARA, 2010, p. 1). Esse modelo econômico abrange o modo de produção, distribuição, consumo e convivência.

No Brasil alguns autores contribuíram para a difusão da economia solidária, entre os quais Paul Singer (Viena, 1932) e Marcos Arruda (Rio de Janeiro, 1941). Inúmeras iniciativas de implantação foram disseminadas pelo país, em programas e projetos locais e regionais envolvendo atividades ligadas a artesanato, turismo, produtos orgânicos, moda e design, entre outras. Singer (1997, p. 1) aponta que as organizações de economia solidária devem estabelecer redes com outras organizações com ‘princípios e valores semelhantes’ para funcionar sistemicamente através de trocas colaborativas de produtos e serviços, evitando atravessadores e criando vantagens para os envolvidos e para todo o sistema.

Design e artesanato na economia solidária

O foco na produtividade em grande escala e na diversificação de produtos para viabilizar ganhos, por vezes estimulado na economia criativa, pode ser uma ilusão para o artesão na tentativa de conquistar autonomia e sustentabilidade. Por outro lado, aspectos históricos, sociais e culturais contribuem para atrair consumidores conscientes e interessados na cultura tradicional local.

Reconhecer as diferentes realidades dos saberes formais e informais no cenário brasileiro leva à busca de novas metodologias baseadas em abordagens transdisciplinares para corresponder às demandas que se apresentam (SASAOKA; PINHEIRO, 2015, p. 91). Conforme já apontamos em textos anteriormente publicados, sem a educação formal, o artesão não desenvolveu ferramentas básicas para interpretar mudanças no seu próprio contexto social, cultural e econômico – e de seus consumidores – e para se adaptar à passagem de uma atividade produtiva de subsistência para uma atividade produtiva em massa ou para estabelecer uma interseção entre elas. O poder conferido por essas ferramentas foi atribuído aos designers e representantes comerciais de artesanato.

O design como atividade projetual, com função estética e social, pode ser bastante eficaz no apoio ao artesanato como valor instrumental e metodológico, para além da aplicação atualmente em voga de criação-agregação de valor nas aproximações entre ambos. No entanto, é necessário considerar que atividades econômicas de qualquer tipo nessa área ainda dependem, em grande parte, do fomento de políticas públicas gerais e específicas, dado que uma parcela considerável da inovação e dos processos de produção locais é originada em países e empresas centrais no processo econômico global.

Um exemplo de economia solidária envolvendo artesanato, design e políticas públicas aconteceu no município de Serrita, no sertão de Pernambuco. Trata-se de um caso bem-sucedido que envolveu ainda instituições de fomento e uma escola de design e seus estudantes, conforme veremos a seguir.

Design e artesanato na Fundação Padre João Câncio

O município de Serrita está localizado a 600 quilômetros de Recife, capital de Pernambuco. Fica na região semiárida nordestina, zona rural do Estado, caracterizada como sertão pelo clima seco e quente, de chuvas muito escassas, fazendo parte do bioma da caatinga. Nessa cidade ocorre uma festividade conhecida como Missa do Vaqueiro, que estimula a economia local e contribui para a preservação e a difusão da memória e da identidade cultural da região (CÂNCIO, s.d.).

O vaqueiro, tipo étnico oriundo da união do europeu com o índio desde tempos remotos da introdução do gado no Nordeste, fiscaliza, montado em seu cavalo, as pastagens, as cercas e as águas nas propriedades agrícolas, sendo reconhecido por seu trabalho árduo e contínuo (MACHADO, 2003). Resistente ao seu modo de trabalho e ao ambiente da caatinga, a vestimenta do vaqueiro é tradicionalmente feita de couro de carneiro ou boi. É formada por uma veste chamada gibão, que protege boa parte do corpo, um chapéu em forma de cuia, parapeito, paletó, luvas e perneiras. O couro também recobre o vasilhame de alumínio usado para carregar água (VIEIRA, 2007, p. 12). O emprego do material na roupa, nos acessórios e no aparato de montaria do vaqueiro é valorizado pelas técnicas artesanais aplicadas em sua superfície, com ornamentos

bordados ou perfurados manualmente, marcando assim uma forte identidade visual. Ainda que no contexto contemporâneo esses objetos não encontrem mais lugar de uso e de mercado como ocorria até algumas décadas atrás, elas inspiram os artesãos coureiros de Serrita.

Figura 1: Sede da Fundação Padre João Cânciao (imagem do acervo de Helena Cânciao), 2016.



Uma iniciativa civil ancorada na cultura popular, a Fundação Padre João Cânciao (Figura 1), congrega desde 1998 esses artesãos e desenvolve sua própria gestão de forma associativa, causando impacto na vida de seus participantes e na localidade. O grupo se formou por ocasião de um programa federal de combate aos efeitos da seca. Seus saberes, hoje transformados em conhecimento sistematizado, servem de referência para as gerações futuras, e seu sistema produtivo envolve desde o processo de criação, produção, comercialização e consumo até a capacitação na área da cultura.

Por 16 anos, a Fundação Padre João Cânciao vem sendo reconhecida por seu engajamento comunitário e formação de recursos humanos com base na cultura sertaneja, trabalhando na revitalização do trabalho artesanal e da Missa do Vaqueiro. A Fundação Padre João Cânciao foi vencedora do Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade em 2008, na categoria Salvaguarda de Bens de Natureza Imaterial – O Vaqueiro da Caatinga e sua Diversidade Cultural (CÂNCIO, s.d.). A premiação foi instituída em 1987 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional do Ministério da Cultura (Iphan/MinC).

Parcerias culturais, criativas e produtivas

Habitualmente, os artesãos de couro de Serrita confeccionavam miniaturas de objetos típicos do vaqueiro, que eram vendidas apenas no comércio local, como souvenir. No ano de 2000 o grupo foi convidado pela instituição A Casa Museu de Artes e Artefatos Brasileiros (hoje denominada A Casa Museu do Objeto Brasileiro) a participar do Design Solidário, um projeto internacional pautado por trocas culturais e técnicas consolidado em 2001. O projeto estabeleceu pontes e buscou aproximar distâncias existentes trabalhando com as diferenças culturais entre Brasil e Holanda, metrópole e interior; indústria e artesanato; centro e periferia; cultura popular e cultura urbana; mercado formal e informal. Com as ferramentas e os conhecimentos do design desenvolveu-se junto com os artesãos um processo de criação, planejamento e desenvolvimento de uma coleção de produtos que pudesse renovar o artesanato de Serrita, mesclando tradição e inovação. Para sua viabilização foram estabelecidas parcerias entre artesãos, empresas, órgãos nacionais e internacionais e universidades (MEURS, 2002, p. 5).

O projeto contou com a participação da instituição holandesa Urban Fabric, que coordenou as ações juntamente com A Casa. Firmaram-se parcerias, por meio de políticas públicas, com a prefeitura municipal de Serrita, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-PE), o Consulado Geral da Holanda em São Paulo, a rede de lojas de decoração TokStok, o Banco do Nordeste e o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM) (BASTIAN, 2002, p. 27). Essa rede de relações foi estendida aos artesãos. A instituição holandesa *Design Academy Eindhoven*, parceira responsável pelo programa pedagógico do projeto, enviou cinco alunos e uma professora para uma experiência de imersão na própria localidade para trabalhar junto à comunidade de artesãos em couro de Serrita/PE. Durante quase um mês, os artesãos e seus visitantes holandeses buscaram soluções para melhorar o processo produtivo, selecionaram produtos e estudaram meios para adquirir novos equipamentos para colaborar na confecção de produtos da associação.

Novos mercados

Desde o início do projeto, o grupo de artesãos já expressava a necessidade de alcançar novos mercados, em centros maiores, desde que as características regionais permanecessem visíveis. Através de articulações políticas e econômicas, funcionando por meio de decisões coletivas, os artesãos de couro conquistaram um espaço que é referência cultural em Serrita, cedido pela prefeitura local. Nesse espaço funcionam oficinas de produção artesanal (Figura 2), escritório administrativo para organização de eventos e uma loja de produtos de couro. Na produção dos artesãos, vê-se a incorporação de metodologias e formas desenvolvidas durante a experiência com os estudantes de design.

Figura 2: Artesãos na oficina da Fundação Padre João Cânciao (imagem do acervo de Helena Cânciao), 2015.



A partir desse projeto observa-se que da parte dos estudantes houve o conhecimento e o reconhecimento dos saberes incorporados nas técnicas artesanais tradicionais associado ao seu valor cultural. A metodologia aplicada para desenvolver novas peças, a partir de objetos já existentes, ficou restrita na sua abrangência por causa do pouco ao tempo de convivência para melhor assimilação do contexto da produção local e dos meios específicos de comercialização.

Relativo ao método para transmissão das ferramentas do design os artesãos apreenderam algumas delas mais imediatas que os auxiliaram nas

primeiras abordagens de criação de séries formalmente diferenciadas a partir de uma matriz nova que lhes permitiu criar alguns poucos produtos a partir dessa experiência.

Devido ao pouco tempo de adequação aos processos de produção para a comercialização e poucos recursos para o capital de giro, o impacto econômico para os artesãos não foi tão satisfatório como foi esperado.

Vale ressaltar que o Design Solidário foi um dos projetos pioneiros no Brasil que promoveu a parceria entre estudantes de design e artesãos e marcado por extremo cuidado em respeito às características do trabalho artesanal e da cultura material do artesão de Serrita.

Considerações finais

A economia criativa tem a finalidade de gerar lucro através de empreendimentos que produzem bens culturais tangíveis e/ou intangíveis. Nesse modelo econômico, o design é empregado principalmente como técnica de gestão de agregação de valor competitivo a esses bens, dentro de uma ótica de mercado de escala econômica mundial. Por sua vez, a economia solidária visa desenvolver condições para a geração de renda através da aproximação entre design e artesanato. Aqui, o papel do design é propor técnicas de gestão de desenvolvimento produtivo a partir de valores de expressão social e cultural locais rumo ao mais amplo alcance num determinado meio. No exemplo de Serrita, as ações foram propostas dentro de um cenário especificamente brasileiro, de recursos escassos e condições econômicas precárias, e se desenvolveu com parcerias entre comunidade, poder público e privado e instituições de ensino como a Design Academy Eindhoven da Holanda.

Compreende-se que há uma interdependência entre os atores dentro do conceito de economia criativa. Esse modelo de economia agrupa arte, cultura e indústrias criativas. Pela própria dimensão dos projetos, sua viabilização é destinada ao poder público, formando assim um sistema integrado com outros setores criativos de mesmo padrão econômico e cultural, tais como educação, publicidade, design e tecnologia. Como se dá a relação entre os diferentes

setores e a colaboração entre os participantes? É visível que o sistema é organizado para privilegiar uma cultura de expressão dominante.

No caso de grupos produtores de artesanato, fica difícil inseri-los dentro do sistema da economia criativa a não ser que o setor de artesanato conquiste uma estrutura mais paritária com outros setores no cenário brasileiro, para que a distância social, econômica e cultural não seja tão grande entre os cidadãos e, dentre eles, seus criadores, produtores e consumidores.

Portanto, para nos aproximarmos do conceito original de economia criativa temos que superar, antes, barreiras de acesso ao conhecimento e desenvolvimento em geral. Só então será possível pensar em ações como as que vêm ocorrendo em Eindhoven, na Holanda, onde em um mesmo bairro indústrias criativas (design, artes visuais, música, etc.) operam juntas, em cooperação com os habitantes do lugar, através de incentivos de políticas públicas. No caso brasileiro, comprova-se que um setor, assim privilegiado, deve ter estrutura básica econômica e cultural para poder contar com o apoio de políticas públicas. Temos o exemplo do Porto Digital, um Parque Tecnológico em Recife que reúne diversas empresas de produtos e serviços ligados às áreas social, de cultura, educação, empreendedorismo e turismo.

Conclui-se que a economia solidária e a economia criativa são complementares e necessárias, mas são etapas e demandas distintas. Do ponto de vista humano a primeira supre a condição do criador, que se torna coproprietário de um empreendimento criativo e produtivo cujo valor simbólico lhe dá autoestima por viver de seu próprio trabalho. Desse ponto em diante, esse criador pode participar de um sistema econômico organizado em dimensão urbana, tornando-se parte das indústrias criativas.

Referências

BASTIAN, W. Design Holandês + Artesanato Brasileiro. **Revista Arc Design**, n. 23, p. 11, 2002.

GALLOWAY, S.; DUNLOP, S. **Deconstructing the concept of 'Creative Industries'**. Cultural Industries - The British Experience in International Perspective (Cultural Industries). **Anais...** Humboldt-Universität zu Berlin, 2006.

Disponível em: <<http://edoc.hu-berlin.de/docviews/abstract.php?id=27711>>.
Acesso em: 19 jan. 2016.

LANDIM, P. da C. **Design: inovação e pesquisa**. In: PPGD FAAC UNESP. Bauru, 2015. 90 slides, color, p. 88.

MACHADO, R. C. V. **Vaqueiro do nordeste brasileiro**. Disponível em: <http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar./index.php?option=com_content&view=article&id=132&Itemid=1>. Acesso em: 19 jan. 2016.

MEURS, P. **Brazil Holland: a Design Match**. Eindhoven: Design Academy Eindhoven, 2002.

MOURA, M. O Contemporâneo no Design Brasileiro: reflexão sobre objetos. CONGRESO INTERNACIONAL DE DISEÑO. **Anais...** in: CIDI2012. Córdoba: Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de Córdoba, 2012. Disponível em: <http://www.academia.edu/4577176/O_Contempor%C3%A2neo_no_Design_Brasileiro>. Acesso em: 19 jan. 2016.

PICON, A. Utopian socialism and social science. **Cambridge History of Science**. Volume 7. The Modern Social Sciences. 2003.

PITAGUARI, S. O.; DA CÂMARA, M. R. G. **Economia solidária em Londrina: aspectos conceituais e a experiência institucional**. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2010.

SASAOKA, S.; PINHEIRO, O. J. Política pública de apoio ao artesanato como alternativa de geração de renda: integração entre bordadeiras e empresas de moda. **E-Revista LOGO**, v. 4, n. 2, p. 83-93, 2015.

SEBRAE. **O que é Economia Criativa | Sebrae**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/O-que-%C3%A9-Economia-Criativa>>. Acesso em: 19 jan. 2016.

VIEIRA, N. S. CULTURA DE VAQUEIRO: O SERTÃO E A MUSICA DOS VAQUEIROS NORDESTINOS. Terceiro Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. **Anais...** in: III ENECULT. Salvador: Faculdade de Comunicação/UFBa, 2007.