METODOLOGIAS DE CRIAÇÃO COLABORATIVA ENTRE DESIGN E ARTESANATO

Zulmira Alves Correia[1]

RESUMO

Busca-se descrever, brevemente, as metodologias de Adélia Borges, Lia Krucken, bem como *Design Dialógico* de Márcia Ganem, que englobam ações dos designers para revitalização do artesanato e valorização dos produtos locais, além da aplicação destas no contexto de moda *slow fashion.*

*

Introdução

De maneira geral, desde o surgimento do Design, o intuito era gerar soluções, em primeiro caso, em relação às aparências e funcionalidade dos objetos, para a produção em grande escala, até traçar novas direções e oportunidades para a inovação sob diversas perspectivas e ângulos. Desafiar os padrões de pensamento e comportamento faz com que os designers produzam soluções que geram novos significados, de modo que a experiência seja parte integral do conhecimento dos objetos e, mais ainda, da compreensão dos usuários.

Nos países centrais, hoje fortemente industrializados, o processo de implantação do Design foi natural, surgindo como consequência da tradição artesanal. Por outro lado, a instituição do Design no Brasil é forçada. O Brasil viveu o estabelecimento do seu Design sempre com uma expectativa de transferência de modelos e soluções provenientes do exterior, se desenvolvendo não como uma consequência direta e espontânea das suas tradições artesanais e das suas manifestações culturais. "Optando de maneira generalizada pelo modelo racionalista, o design brasileiro inibiu

1 Artista interdisciplinar, designer, pesquisadora e escritora. Graduada em Design Gráfico pela Escola de Belas Artes, UFBA (Universidade Federal da Bahia); Mestranda na linha de Design e Artes Visuais pelo Programa de Pós-Graduação da UFBA/EBA, com direcionamento para livro de artista, publicações independentes e escrita expandida. E-mail: zulmiracorreia05@gmail.com

as referências locais em sua constituição, que deveriam, de outro modo, fundamentar a criação de uma linguagem própria." (MORAES, 2006, p. 64) Assim, a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), no Rio de Janeiro, sofre influência da Escola Superior de Design de Ulm e também da Bauhaus, a experiência que contribuiu para uma atitude antagonista do ensino do Design ao artesanato, aproximando o Design de uma objetividade técnica, pautado numa linguagem funcionalista, sob forte influência do racionalismo europeu.

Design e co-criação

Lina Bo Bardi foi um dos nomes que se insurgiu contra os padrões da Escola de Ulm, por causa da sua valorização do fazer popular e sua integração com processos industriais, desde a década de 50. Lina fala que não existe um artesanato no Brasil, mas sim um pré-artesanato. Além disso, ela foi pioneira na investigação das tradições artesanais no Brasil, um mapeamento regional, especialmente no Nordeste.

> Em meados da década de 1980, começou timidamente um movimento dos designers em direção ao interior do país na busca de revitalização do artesanato, que se daria por meio da soma da preservação de técnicas produtivas que haviam sido passadas através de gerações e da incorporação de novos elementos, formais e/ou técnicos, aos objetos. (BORGES, 2011, p. 45)

Sendo assim, conceitualmente, o artesanato é uma atividade produtiva de objetos e artefatos através da transformação da matéria-prima, por meio do qual se pode compreender determinado povo, a cultura e identidade. Nesse contexto, na relação entre o fazer manual e design, é possível pensar o designer como agente ativador das inovações colaborativas, que promovem soluções sustentáveis. "(...) uma das principais capacidades do design é o desenvolvimento da escuta e observação" (GANEM, 2016, p.29). Para a autora, isso leva diretamente aos três atributos do Design, na percepção de multicadeias: catalisador, modelador e orquestrador. A escuta e observação geram informações que se transformam em ideias e propostas de inovações, sendo então "catalisador" por estimular mudanças ou acelerar processos. Justamente por isso é "modelador" de ideias: dar forma, modelar as partes, entender conceitos.

Segundo Ganem (2016), existe um tabu no relacionamento entre tradições e inovações, uma vez que se constituiu a ideia de que inovar é sinônimo de tecnologia, distante do alcance dos grupos artesanais. Mas, ao contrário, inovar está relacionado ao processo de conceber uma nova ideia e colocá-la em uso da maneira mais ampla possível. A inovação se faz presente desde a comunicação dos produtos e serviços, até a aplicação de processos criativos e produtos.

> "A inovação é um valioso instrumental para ampliação de possibilidades de novas formas, funções e usos, em busca de renovação dos saberes e fazeres tradicionais, sendo capaz de ancorar produtos vivos no espaço contemporâneo, que falam sobre suas histórias e cultura." (GANEM, 2016, p.47).

Nesse contexto, a autora explica através do "Design Dialógico" a importância de lançar luz sobre os grupos tradicionais, reconhecer seus valores, identidade, história, capacidade inovadora e comunicar esses conteúdos, nos diversos meios possíveis, para que, a partir de uma nova percepção e valorização das tradições artesanais, se estabeleça estratégias de manutenção desses valores.

Ganem (2016) discute que a metodologia do "Design Dialógico" envolve seis passos, como: o reconhecimento das identidades, a sua renovação, materialização, fruição de resultados, comercialização destes e apreciação do processo dialógico. O primeiro passo diz respeito ao início do processo do diálogo; enquanto o segundo passo se refere ao aprofundamento do diálogo através da renovação de identidades e importância da inovação, para posterior materialização de artefatos. Já no quarto passo, através da ampliação do diálogo, trata-se da fruição das materialidades, para as estratégias de comercialização e apreciação dos resultados. O produto industrial é movido pela publicidade, pelo consumo e globalização, enquanto o artesão, mesmo com influência desses processos, continua ligado ao desenvolvimento e cultura local, uma produção que remete ao passado, à oralidade e à memória. "No Design dialógico não existe uma relação de sujeito e objeto, mas de sujeitos em processos de troca de saberes" (GANEM, 2016, p.15).

Portanto, o Design Dialógico é uma ação projetual estratégica que tem por finalidade inserir a cultura da criatividade e inovação, na medida em que busca o reconhecimento de identidades, baseada na geração

de produtos, processos, serviços e conexões, que buscam como resultado contribuir para o desenvolvimento sustentável de territórios.

> Essa cultura inovadora, disseminada, germinativa, autônoma, colaborativa, transforma-se num mecanismo de dinamização de cenários e geração de novos modelos de negócios sustentáveis para designers, para artesãos, para localidades e para a sociedade como um todo. (GANEM, 2016, p. 134)

Adélia Borges (2011) também enumera ações dos designers para revitalização do artesanato, como: melhoria das condições técnicas dos produtos, embalagens, transporte e afins; potencialidade dos materiais locais; identidade e diversidade, construção de marcas; artesãos com fornecedores e ações combinadas, ou seja, uma adequação do produto tendo em vista as possibilidades do mercado. A autora ainda cita ações de redução de matéria-prima, otimização de processos, intermediação entre consumidor e mercado, contribuição na gestão de comunicação e estratégia das ações, entre outros. "A gestação de objetos com clara identidade dos lugares em que são feitos passa não apenas pela manutenção e desenvolvimento das técnicas e materiais locais, mas também por sua linguagem" (BORGES, 2011, p. 97). A autora reflete sobre os parâmetros éticos no encontro entre designer e artesão, através do compartilhamento e desenvolvimento de metodologias que levem ao diálogo real, dentro de uma ideia de troca e aprendizagem mútua.

Já para Krucken (2009), a contribuição dos designers para a valorização dos produtos locais é feita a partir da promoção da qualidade dos produtos, dos processos de fabricação e serviços; apoio a comunicação, aproximando consumidores e produtores; e apoiar o desenvolvimento de arranjos produtivos e cadeias de valor sustentável, como uma forma de criar condições em benefício real e durável das comunidades. Assim, se faz necessário promover soluções inovadoras e sustentáveis, que aproximem produtores e consumidores, dando transparência e fortalecendo os valores que perpassam a produção e o consumo. "A qualidade de um produto tem que ser considerada de forma ampla, envolvendo o território, os recursos utilizados e a comunidade que a produziu" (KRUCKEN, 2009, p.30). Assim, segundo a autora, o produto pode ser visto como uma construção coletiva que conecta produtores e consumidores. Hoje, muitos consumidores buscam "a história por trás dos produtos", a fim de identificar suas origens, seus territórios e sua alma. Para o consumidor, o valor do produto associa-

se diretamente à qualidade percebida, através dos valores funcionais, emocionais, ambientais, simbólicos, sociais e econômicos. Assim, são listados os principais elementos que apoiam a percepção de qualidade de um produto: a) indicações geográficas; b) qualidade técnica; c) qualidade socioambiental.

A cadeia de valor se organiza em torno do produto, conectando atividades necessárias para conceber e distribuir um produto ou serviço até o consumidor final, envolvendo etapas de produção, distribuição e descarte. Importante para garantir a qualidade e quantidade do produto final, ela é formada por vários atores que integram uma rede, e o consumidor recebe o produto final proveniente dessa rede. Para Krucken (2009), as principais ações para promover o desenvolvimento de redes são: a) consolidar e manter a qualidade e a autenticidade dos produtos locais; b) fortalecer a capacidade gerencial dos produtores, colaboração e redes; c) aproximar produtores dos consumidores; d) dispor de infraestrutura para distribuição e comercialização de produtos; e) reconhecer marcadores da identidade local.

Uma das responsabilidades do designer é promover novos critérios de bem-estar, baseados na qualidade e não na quantidade. "O designer, portanto, assume o papel de facilitador, ou agente ativador, de inovações colaborativas, promovendo interações com a sociedade" (KRUCKEN, 2009, p.48). Nesse sentido, as ações para valorizar os produtos locais podem: reconhecer as qualidades dos produtos e territórios; ativar as competências do território; comunicar produtos e territórios; proteger a identidade local e o patrimônio material e imaterial; apoiar a produção local; desenvolver novos produtos e serviços que respeitem a vocação e valorizem o território; e consolidar redes no território. Essas ações criam elementos que permitem ao consumidor apreciar valores relacionados ao produto, a origem da matéria-prima, processos de fabricação e distribuição, história do produto e da comunidade.

Moda, linguagem e novos caminhos de pensamento

Recentemente surgiram os movimentos *slow*, como *slow fashion* e *slow design*, que buscam mudanças no estilo de vida e nos modelos produtivos, visando a sustentabilidade e qualidade de vida, através do

respeito à biodiversidade e da diminuição da utilização dos recursos ambientais. O movimento *slow* é importante para gestão de recursos, da relação do homem com o meio em que ele vive, das limitações humanas e da sustentabilidade do planeta.

Nesse sentido, o consumidor contemporâneo tem acesso a mais informações, possui senso crítico, pensa em seus padrões de consumo e estilo de vida que demandam a produção. Portanto, é esse questionamento sobre o consumo que faz com que metodologias colaborativas de Design possam ser entendidas no contexto do movimento *slow fashion*, de incentivo aos pequenos produtores, buscando sustentar as tradições culturais, ainda ligado às questões de propósito, do "por que fazer?", além do "como" e do "quem" faz.

> Essa abordagem lenta intervém como um processo revolucionário no mundo contemporâneo, que incentiva levar mais tempo para garantir mais qualidade, criatividade, ética, e para dar valor ao produto e contemplar a conexão com o meio ambiente. Esse "lento" não é necessariamente pensado como falta de velocidade, mas como uma visão de mundo diferente. (CARVALHAL, 2016, p. 51)

Ainda que timidamente, o modelo de oferta e procura está passando para um modelo de produção sob demanda, mais sustentável, que economiza tempo, dinheiro e matéria-prima, e é a favor da real individualização. "A produção sob demanda alinhada com o *slow fashion* talvez seja uma das alternativas mais revolucionárias, a favor do futuro da moda e do planeta." (CARVALHAL, 2016, p. 357) Além disso, o artesanato tem se mostrado um importante aliado do meio-ambiente, uma vez que vários artesanatos são desenvolvidos com base no reaproveitamento de materiais. Portanto, incentivar pequenos produtores, histórias, memória cultural e local, troca de conhecimentos, pode ser ação chave para criação e produção consciente.

O autor Dougherty (2011) utiliza o exemplo do abacate para explicar que Design é material, mensagem e mudança. Para ele, o interior do abacate representa o desafio central em torno do qual giram todas as mensagens e materiais do design: a efetivação da mudança. "A verdadeira excelência vai além da estética do artefato criado e engloba sua fabricação e a mensagem que ele passa e seu impacto na sociedade". (DOUGHERTY, 2011, p. 157). Por isso, é importante conhecer o ciclo de vida útil do produto, sua

durabilidade e não mais pensá-lo de maneira linear, através do fluxo de produção, venda e descarte, mas de modo cíclico, para prover estratégias de reuso e pós-uso.

Visto isso, no contexto das metodologias citadas, as ações podem ser alinhadas de acordo com as necessidades de cada modelo de negócio em moda, especialmente, sob o viés das demandas atuais de produção, distribuição e consumo.

COMO CITAR ESSE ARTIGO

CORREIA, Z. A. Metodologias de criação colaborativa entre design e artesanato. **Revista Boletim do Observatório da Diversidade Cultural**, Belo Horizonte, v. 99, n. 1, 2023.

REFERÊNCIAS

BORGES, Adélia. **Design + Artesanato**: o caminho brasileiro. SP: Terceiro nome, 2011.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**: manifesto pela grande virada. 1. ed. São Paulo: Paralela, 2016.

DOUGHERTY, Brian. **Design gráfico sustentável.** 1. ed. São Paulo: Edições Rosari, 2011.

GANEM, Márcia. **Design dialógico**: gestão criativa, inovação e tradição. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

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

MORAES, Dijon de. **Entre mimese e mestiçagem**: uma análise do design brasileiro. 1. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.