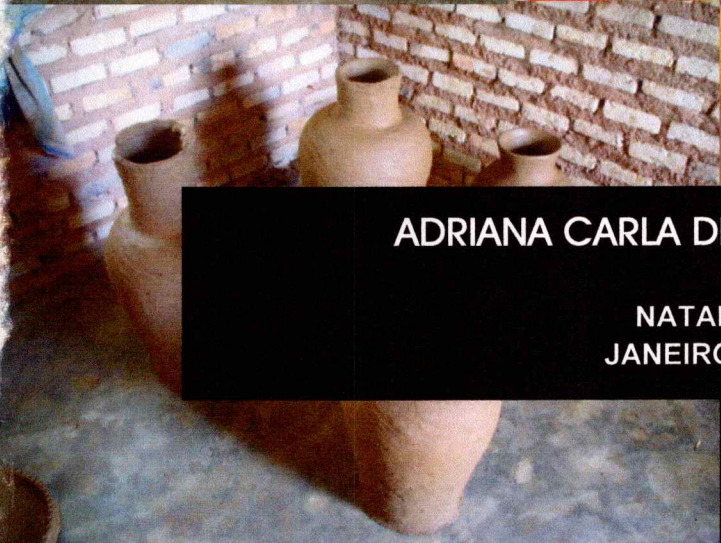




ARTESANATO E DESIGN:

EXPERIÊNCIAS DE INTERVENÇÃO DE DESIGN
JUNTO A GRUPOS DE ARTESANATO DO RIO GRANDE DO NORTE



ADRIANA CARLA DE AZEVEDO BORBA

NATAL - RN
JANEIRO - 2005



FARN - UNIVERSIDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO RIO
GRANDE DO NORTE
ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGN ESTRATÉGICO

ALUNA: ADRIANA CARLA DE AZEVEDO BORBA

ARTESANATO E DESIGN:

EXPERIÊNCIAS DE INTERVENÇÃO DE DESIGN
JUNTO A GRUPOS DE ARTESANATO DO RIO GRANDE DO NORTE

NATAL - RN
JANEIRO - 2005

ADRIANA CARLA DE AZEVEDO BORBA

ARTESANATO E DESIGN:

**EXPERIÊNCIAS DE INTERVENÇÃO DE DESIGN
JUNTO A GRUPOS DE ARTESANATO DO RIO GRANDE DO NORTE**

Monografia apresentada ao Curso de
Especialização em Design da FARN,
como requisito parcial para a sua
conclusão.

**NATAL - RN
JANEIRO - 2005**

EPÍGRAFE

“O artesanato não quer durar milênios nem estar possuído da pressa de morrer prontamente. Transcorre com os dias, flui conosco, se gasta pouco a pouco, não busca a morte ou tampouco a nega: apenas aceita este destino. Entre o tempo sem tempo de um museu e o tempo acelerado da tecnologia, o artesanato tem o ritmo do tempo humano. É um objeto útil que também é belo; um objeto que dura, mas que um dia porém se acaba e resigna-se a isto; um objeto que não é único como uma obra de arte e que pode ser substituído por outro objeto parecido, mas não idêntico. O artesanato nos ensina a morrer e, fazendo isto, nos ensina a viver.”

Octavio Paz

“Nos últimos anos, houve uma mudança na forma como o brasileiro se vê. Do sentimento de vergonha em relação ao próprio país, os institutos de pesquisa têm constatado mais recentemente um brasileiro orgulhoso de sua nacionalidade, um povo que se considera alegre, mas também sério e digno de confiança (...) Para estar sintonizado e continuar sendo a expressão de sua época, o design de alguns segmentos de produção terá que atentar para esse renascer da brasilidade. Essa é uma condição não só para mantermos nossa integridade cultural, mas também para podermos competir nesse mundo sem fronteiras (...)”

Adélia Borges

AGRADECIMENTOS

À deus, pela vida;

DEUS

À minha família, pelo apoio;

FAMÍLIA

À Napoleão, pela inestimada ajuda;

NAPOLEÃO

Aos amigos, pela presença;

AMIGOS

À FARN, pela Especialização;

FARN

Aos professores, pela Quebra de Paradigmas;

PROFESSORES

Ao Sebrae-RN, pela Oportunidade de Tentar, Criar e Recriar...

SEBRAE-RN

RESUMO

Esta monografia corresponde ao resultado do Projeto de Pesquisa apresentado como trabalho final da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso, ministrada pelo professor Ms. Eduardo Barroso dentro do Curso de Especialização em Design Estratégico da Universidade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte (FARN). Trata-se de estudos de caso de experiências de intervenção de design junto a grupos de Artesanato do Rio Grande do Norte (nas cidades de Galinhos, São Gonçalo do Amarante e Monte Alegre), ocorridas no ano de 2004. Este trabalho se justifica pelo crescente interesse atual por produtos artesanais e suas múltiplas parcerias com os produtos industriais (personalizando-os, funcionando como elemento que agrega valor), impulsionando por consequência a proliferação de estudos acadêmicos que procuram compreender tal fenômeno. Procura-se com este estudo, contribuir com os programas de qualificação do artesanato brasileiro. Visa ainda o aprimoramento da abordagem metodológica empregada em tais programas, através da análise comparativa de experiências de design voltado ao artesanato. Pretende ainda contribuir para a proliferação de programas voltados à questão do artesanato, acreditando ser este um dos meios para erradicar o desemprego no Brasil e alavancar o comércio de produtos de grande identidade cultural, gerando assim mais emprego e renda à população.

Palavras-chaves: Artesanato; Design; Intervenção de design em artesanato;

;

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Mapa do RN localizando Galinhos	
Fonte: http://www.idema.rn.gov.br/ae00/graf_mapas/MAPA%20POLÍTICO%20DO%20RN.jpg , Acesso em agosto de 2004	29
Figura 02 – Listagem de Materiais Solicitados para oficina em Galinhos	
Fonte: Elaboração da autora, 2004	30
Figura 03 – Categorias de Análise de Produtos	
Fonte: Elaboração da autora, 2004	32
Figura 04 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	39
Figura 05 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	39
Figura 06 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	39
Figura 07 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	39
Figura 08 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	39
Figura 09 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	39
Figura 10 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	40
Figura 11 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	40
Figura 12 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	40
Figura 13 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	40
Figura 14 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	40
Figura 15 – Oficina em Galinhos/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	40
Figura 16 - Mapa do RN localizando São Gonçalo do Amarante	
Fonte: http://www.idema.rn.gov.br/ae00/graf_mapas/MAPA%20POLÍTICO%20DO%20RN.jpg , Acesso em agosto de 2004	42
Figura 17 – Listagem de Materiais Solicitados para oficina de Design em São Gonçalo do Amarante/ Fonte: Elaboração da autora, 2004	44
Figura 18 – Listagem de Materiais Solicitados para oficina de Formação de Grupo em São Gonçalo do Amarante/ Fonte: Elaboração da autora, 2004	45
Figura 19 – Oficina em S. Gonçalo/ Autoria: Adriana Borba, 2004	58
Figura 20 – Oficina em S. Gonçalo/ Autoria: Adriana Borba, 2004	58
Figura 21 – Oficina em S. Gonçalo/ Autoria: Adriana Borba, 2004	58
Figura 22 – Oficina em S. Gonçalo/ Autoria: Adriana Borba, 2004	58
Figura 23 – Oficina em S. Gonçalo/ Autoria: Adriana Borba, 2004	59
Figura 24 – Oficina em S. Gonçalo/ Autoria: Adriana Borba, 2004	59
Figura 25 – Oficina em S. Gonçalo/ Autoria: Adriana Borba, 2004	59
Figura 26 – Oficina em S. Gonçalo/ Autoria: Adriana Borba, 2004	59
Figura 27 – Oficina em S. Gonçalo/ Autoria: Adriana Borba, 2004	59
Figura 28 – Oficina em S. Gonçalo/ Autoria: Adriana Borba, 2004	59
Figura 29 - Mapa do RN localizando Monte Alegre	
Fonte: http://www.idema.rn.gov.br/ae00/graf_mapas/MAPA%20POLÍTICO%20DO%20RN.jpg , Acesso em agosto de 2004	61
Figura 30 – Listagem de Materiais Solicitados para oficina de Design em Monte Alegre/ Fonte: Elaboração da autora, 2004	62
Figura 31 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	68
Figura 32 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	68
Figura 33 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	68
Figura 34 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria: Adriana Borba, 2004	68
Figura 35 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria: Adriana Borba, 2004	68

Figura 36 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria:, Adriana Borba 2004	68
Figura 37 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria:, Adriana Borba 2004	69
Figura 38 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria:, Adriana Borba 2004	69
Figura 39 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	69
Figura 40 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	69
Figura 41 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria:, Napoleão Nunes 2004	69
Figura 42 – Oficina em Monte Alegre/ Autoria: Napoleão Nunes, 2004	69

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 METODOLOGIA	22
3 ESTUDOS DE CASO	28
3.1 GALINHOS	28
3.1.1 Diagnóstico Preliminar	29
3.1.2 Atividades Realizadas	31
3.1.3 Algumas Considerações	36
3.1.4 Imagens da Oficina	39
3.2 SÃO GONÇALO DO AMARANTE	41
3.2.1 Diagnóstico Preliminar	42
3.2.2 Atividades Realizadas	47
3.2.1.1 Intervenção de Design	47
3.2.1.2 Formação de Grupo	49
3.2.3 Algumas Considerações	53
3.2.4 Imagens da Oficina	58
3.3 MONTE ALEGRE	60
3.3.1 Diagnóstico Preliminar	60
3.3.2 Atividades Realizadas	63
3.3.3 Algumas Considerações	66
3.3.4 Imagens da Oficina	68
4 ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS	70
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
REFERÊNCIAS	80
ANEXO	83

1 INTRODUÇÃO

IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHO

Título da Monografia

“ARTESANATO E DESIGN - Experiências de Intervenção de Design Junto a Grupos de Artesanato do Rio Grande do Norte”.

Autora

A autora deste trabalho, Adriana Carla de Azevedo Borba, é Arquiteta e Urbanista formada pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) no ano 2000; Aluna concluinte do curso de Especialização em Design Estratégico pela Universidade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte (FARN) no ano de 2004; Mestranda bolsista da (CAPES) do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), com previsão de término em 2006. Atualmente exerce a função de consultora na área de Design para artesanato no SEBRAE – RN.

Finalidade do Trabalho

Esta monografia corresponde ao resultado do Projeto de Pesquisa apresentado como trabalho final da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso, ministrada pelo professor Ms. Eduardo Barroso dentro do Curso de Especialização em Design Estratégico da Universidade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte (FARN). Tem como finalidade também de cumprir às exigências legais para obtenção do título de Especialista em Design Estratégico junto à Instituição supra citada.

Instituição

A apresentação desta monografia está vinculada ao Curso de Especialização em Design Estratégico da Universidade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte (FARN).

DEFINIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Assunto Pesquisado

Núcleos de Artesanato existentes no estado do Rio Grande do Norte.

Tema Escolhido

Estudos de Caso de Experiências de Intervenção de Design Junto a Grupos de Artesanato do Rio Grande do Norte

Problemática

Desde a Revolução Industrial, quando a produção em massa de objetos seriados tornou-se parcela relevante das aquisições de consumidores, acreditava-se que o artesanato perigava a extinção.

Foi o próprio desenvolvimento tecnológico (e com ele o barateamento do custo produtivo e o avanço dos meios de comunicação e transporte – que tornaram os bens de consumo industriais ainda mais acessíveis às diversas camadas populacionais em todo o mundo) que trouxe o retorno ao interesse pelo artesanato: ao passo em que tornou acessível e globalizou os produtos industriais, massificando a demanda, fomentou a busca pelo que era especial, pelo diferente: num mundo em que todos eram vistos como iguais (com necessidades e tratamentos iguais), o indivíduo começou a se ver diferente, e estas diferenças queriam ser expressas em diferentes formas de vestir, de comer, de andar, de viver.

Tendo sido identificada como uma atividade passível de significativa demanda econômica, surgiram então uma série de programas governamentais (dentre os quais os

promovidos pelo Sebrae) cujos objetivos principais seriam “implementar o artesanato; valorizar o artesanato, cultural, social e economicamente; gerar ocupações para as camadas mais pobres da população; gerar divisas cambiais (...) via exportação de produtos artesanais (...)” (Ribeiro, 1983, p. 105).

Assim surgiu o Programa de Artesanato do Sebrae-RN, uma entidade cujo objetivo é desenvolver as micro e pequenas empresas do Rio Grande do Norte prioritariamente no campo artesanal, através de ações delineadas por este projeto, buscando o desenvolvimento do artesanato potiguar, como fonte propulsora de geração de ocupação e renda, melhoria no nível de vida e resgate da cultura local.

De acordo com Artesanato (2005), o Programa de Artesanato do Sebrae-RN funciona como:

“Órgão capacitador na área gerencial, com metodologia desenvolvida para o público do artesanato;

Órgão capacitador na área técnica com desenvolvimento de novos produtos e processos de artesanato;

Órgão incentivador a aplicação do design no artesanato potiguar;

Órgão fomentador para a divulgação e comercialização do artesanato do nosso Estado;

Indutor da capacitação tecnológica e gerencial dos grupos de artesãos;

Consolidador de informações sócio-econômicas sobre o artesanato em parcerias com entidades governamentais e privadas

Mobilizador das comunidades em torno das questões do empreendedorismo artesanal visando o seu desenvolvimento local sustentável e a sua inserção no contexto regional, nacional e global”.

Ainda de acordo com Artesanato, 2005, os principais resultados obtidos foram a Instalação do Fórum Permanente do Artesanato Potiguar; a Implantação das Oficinas de Design, nas seguintes tipologias: Artesanato em Bordado Artesanato em Madeira, Artesanato em Cerâmica, Artesanato em Palha de Carnaúba, Artesanato em Sisal, Artesanato em Pedra Sabão; a Capitação na área gerencial e técnica de aproximadamente 5000 artesãos no período de 2000 a 2004; e finalmente a Participação em feiras nacionais e internacionais.

Como consequência da atuação deste programa ocorreu uma série de intervenções de design na área de Artesanato no estado do Rio Grande do Norte que procuraram otimizar o processo produtivo de grupos de artesanato, seja na parte

produtiva, no produto final ou em questões mercadológicas (tais como embalagens), dentre outros.

Na busca por compreensão da atuação deste programa específico de intervenção, em especial no que se refere ao formato de Oficinas Produtivas, surgiu a perspectiva de investigação ora apresentada nesta monografia, objetivando contribuir para o aprimoramento e disseminação de iniciativas como esta proporcionada por instituições como o Sebrae.

Objeto de Estudo

O objeto de estudo da presente pesquisa são as intervenções de design que ocorreram junto a grupos de artesanato do Rio Grande do Norte promovidos em parceria com o SEBRAE-RN. Objetivando um maior esclarecimento acerca do que se estudou, serão abordados a seguir alguns conceitos e definições que delimitam os recortes do objeto pesquisado. As terminologias que indispensavelmente devem ser discutidas neste trabalho são: design, artesanato e intervenção de design.

❖ Design

O termo design está muito difundido na atualidade; contudo, ao mesmo tempo em que se dissemina a palavra, não se faz alusão ao seu real significado, sua área de atuação, sua finalidade. De acordo com Borges, 2004, “o termo design, na maioria das vezes, vem sendo empregado com um significado reducionista, que a associa a coisas caras, frescas e com um visual ‘arrojado’”. Em virtude disso, se tem adotado o binômio “estilo design”, que seria moderno, contemporâneo em antagonismo com o “estilo clássico”, provincial ou country, representando algo antigo, ultrapassado, fora de moda.

Consultando os dicionários da língua portuguesa tais como Aurélio e Michaelis, observa-se que a expressão em inglês foi incorporada há alguns anos e significa “concepção de um projeto ou modelo, planejamento” (Borges, 2004). Muitas outras línguas adotaram essa mesma expressão inglesa, sendo a língua espanhola uma das raras exceções, adotando a palavra “dibujo” para desenho e “diseño” para design.

Souto, 2002, p. 17, reforça estas idéias afirmando que o design “está associado à idéia de planejar, projetar, conceber e de designar, e não de desenhar como geralmente

é traduzida. Para o termo desenhar existe em inglês o termo *draw* que está ligado à representação por linhas e traços”.

Segundo Borges, 2004.

“A diferenciação é necessária. A habilidade dos profissionais da área vai muito além do mero ato de desenhar. Os designers de produto têm de adaptar suas idéias aos métodos produtivos existentes, levando em conta aquilo que as indústrias estão ou não aparelhadas a fazer; tem de analisar se os produtos cumprem sua função da melhor maneira possível; têm de examinar se são fáceis de manusear ou operar; e, por último mas não menos importante, se são bonitos. Seu trabalho consiste em imaginar, criar e encontrar meios de construir novos objetos que sirvam ao homem. Mudando o raio de atuação, a definição vale para os designers gráficos (que projetam marcas, embalagens, livros, sites, etc) e para aqueles que projetam ambientes.

Design é a única maneira de buscar e expressar o diferencial de qualidade dos produtos e serviços num mercado cada vez mais competitivo e mais ‘igual’”.

A Associação Nacional de Designers do Brasil (AND-BR) num documento enviado ao Congresso Nacional objetivando a regulamentação de sua profissão, define o “designer” como o profissional responsável

“pelo desempenho de atividades especializadas, de caráter técnico-científico e criativo, para elaboração de projetos de sistemas e/ou industrialização, que estabeleçam uma relação de contato direto com o ser humano, tanto no aspecto de uso quanto no aspecto da percepção, de modo a atender necessidades materiais e de informação visual”. (Souto, 2002, p. 18)

Desta forma, constata-se que a palavra a palavra “design” não significa o simples ato de desenhar, nem tampouco pode-se se considerar como um estilo, uma qualificação para determinado objeto. O termo “design” remete na realidade à idéia de processo, de planejamento e projeção – da qual o desenho faz parte, mas não compreende sua totalidade.

Para finalizar este item sobre conceito de design, será exposto a seguir o conjunto de critérios para análise de um produto, proposto por Borges, 2004; em outras palavras, um objeto apresenta um bom design, um bom planejamento caso siga os critérios expostos na sequência:

- 1) Originalidade e criatividade: se o objeto propõe um modo não usual de cumprir a função a que se destina;
- 2) Utilização: se o produto é fácil de manusear, de operar;
- 3) Manutenção: se o produto possibilita fácil limpeza, conserto;
- 4) Qualidade técnica: diz respeito à durabilidade do produto, se o mesmo não quebra com facilidade;
- 5) Estética: se a aparência do produto é agradável, se possui harmonia e equilíbrio;
- 6) Ecologia: se o produto (em seu processo de fabricação, uso ou descarte) não agride ao meio ambiente.

Borges (2004) termina sua análise os critérios para o bom design de produtos afirmando que o “bom design, em última instância, é aquele que melhora a qualidade de vida das pessoas”.

❖ Artesanato

O artesanato, produto do trabalho do artesão, é uma atividade muito antiga, confunde-se com a própria história humana. Ao longo de sua existência o artesanato assumiu papéis e funções distintas na sociedade, ora uma posição de destaque, ora marginalizada, mas sem dúvida sempre presente.

De acordo com Barroso Neto, 2004, p. 2, “o termo ‘artesanato’ tem tido, desde seu aparecimento, em fins do século XIX, significações ambíguas, englobando o conjunto de atividades manuais não agrícolas, sem conseguir distinguir o artesão do artista”.

Para Valladares, 1986, p. 9, “os conceitos atuais de artesanato estão muito próximos de arte, ou seja, um plano que une o trabalho de artesanaria ao trabalho de criatividade (...)”. Ainda de acordo com Valladares, 1986, p. 14, “nós empregamos o termo artesanato dentro de um apego de simpatia, visando a qualificar o trabalho que é feito, às vezes, em nível primário, mas dotado de uma situação cultural na base do seu conhecimento tradicional (...)”. Ribeiro, 1983, p. 187, traz ainda uma definição operacional de “artesão” como sendo “o pequeno empreendedor qualificado no exercício de alguma habilidade manual de produção, operação ou serviço (...)”. Coloca ainda as definições de artesanato pelo hoje extinto Programa Nacional de

Desenvolvimento do Artesanato e Caracterização do Artesão (CNDA - desenvolvido pelo Ministério do Trabalho do Brasil em intercooperação com diversos órgãos), no ano de 1979:

“Dentro desse enfoque e para efeito do PNDA, considera-se artesanato: a) A atividade predominantemente manual de produção de um bem que requer criatividade, e/ou habilidade pessoal, podendo ser utilizada ferramenta e máquina; b) O produto ou bem resultado da atividade acima referida; c) O resultado da montagem individual de componentes, mesmo anteriormente trabalhados e que resulta em novo produto (...)”. (Ribeiro, 1983, p. 187).

Já Barros Neto, 2004, p. 3, durante o Seminário Internacional “Design Sem Fronteiras”, ocorrido em novembro de 1996 na cidade de Bogotá na Colômbia, propôs para “artesanato” a definição que se segue: “Podemos compreender como artesanato toda atividade produtiva de objetos e artefatos realizados manualmente, ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com a habilidade, destreza, apuro técnico, engenho e arte”.

Quando na elaboração do termo de referência do “Programa Sebrae de Artesanato”, o corpo técnico do SEBRAE nacional identificou a ausência de uma definição conceitual, que ocasionou um “ambiente de entendimentos diversos, marcado por divergências e antagonismos nas ações” (PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO, 2004, p. 20). Como resultado da realização deste termo de referência, tal documento assumiu para o termo “artesanato”, o conceito proposto pelo Conselho Mundial do Artesanato, que define como sendo “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”. (PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO, 2004, p. 21).

Como explica ainda Valladares, 1986, p. 16,

“o fundamento filosófico do artesanato: o homem que exerce o trabalho através das suas mãos, através de sua sensibilidade e inteligência (...) ‘Doravante o labor artesanal ser tido como manual – o que corresponde aliás uma de suas principais prerrogativas – o instrumento, a ferramenta de trabalho é considerada’ uma continuidade, é um prolongamento da própria mão do homem (...)”. (Valladares, 1986, p. 16).

A este respeito, Barroso, 2004, p. 22, coloca que:

“As mãos sendo seu principal instrumento de trabalho possuem contudo limites impostos quando a matéria que ela procura dominar ou modificar é mais dura, mais impenetrável, mais insensível. Neste momento as mãos necessitam de uma extensão, de um prolongamento, de uma ferramenta que permita vencer a resistência da matéria. Esta transferência da mão ao objeto determina as várias formas que as ferramentas assumem. Deste modo, cada ofício caracteriza-se pela diversidade formal dos instrumentos que utiliza, e cada instrumento significa a transfiguração da mão do artesão em uma ferramenta de trabalho específica. Esta relação do instrumento com o artesão é tão necessária quanto a relação entre a idéia e o pensador, como observou Clarival Prado em ‘Artesanato Brasileiro’, edição Funarte, 1986. Os instrumentos são os meios que permitem ao artesão expressar-se e realizar seu trabalho.” (Barroso, 2004, p. 22)

Tais definições acima mencionadas colocam em evidência algumas das principais características do artesanato, que Barroso Neto, 2004, p. 3-5, aponta como sendo: o trabalho essencialmente individual; resultar em um objeto ou artefato não a partir da transformação de matéria-prima; produção em pequena escala; destreza e habilidade manual que a coloquem em posição superior à simples atividade manual; criatividade através da aplicação de soluções engenhosas; corresponder à principal atividade de quem a produz.

Apesar de ser muitas vezes individual, a produção artesanal corresponde “a respostas às necessidades de um grupo; os objetos artesanais traduzem comportamentos, e, portanto podem ser vistos como mensagens, transmissoras de informações decodificáveis pelos membros do grupo ou subsistema (...)” (Ribeiro, 1983, p. 134).

Um país como o Brasil, com essa diversidade climática, vastidão territorial, riquezas naturais, variedade de matérias-primas, uma população multirracial e que sofre influências e transformações (sobretudo tecnológicas) das mais diversas, produz como resultado realidades nacionais diversas e distintas umas das outras. Nesse contexto complexo, Ribeiro, 1986, p. 114, lança uma série de questionamentos acerca do papel do artesão, e mais precisamente, do papel do artesão tradicional:

“Quem é este ‘artesão tradicional’? Ou ainda, quem é ‘artesão’ e quem é ‘tradicional’? É o que continua produzindo formas ‘tradicionais’ adaptando-as às necessidades de consumo ‘modernas’? (...) É o que deixa atividade comercial para produzir objetos artesanais que estão em demanda no momento? (...) É quem produz objetos ‘tradicionais’ com função ‘tradicional’, mas considera isto como uma ocupação incidental, como uma ajuda? (...) É quem

domina uma arte e recusa-se a ensiná-la por considerar isto uma humilhação? (...).”

Para dar conta destas realidades e questionamentos, pode-se mencionar o termo de referência desenvolvido pelo PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO, 2004, p. 21-24, que define as categorias do artesanato, os usos dos produtos e suas tipologias: As categorias dos produtos artesanais são definidas de acordo com sua origem, uso e destino; Classificam-se em: Arte Popular; Artesanato; Trabalhos Manuais; Produtos Alimentícios (típicos); Produtos Semi Industriais e Industriais (“Industrianato”); Artesanato Indígena; Artesanato Tradicional; Artesanato de Referência Cultural; Artesanato Conceitual. Quanto ao Uso dos Produtos artesanais: Adornos e acessórios; Decorativo; Educativo; Lúdico; Religiosa; Utilitário. No que se refere às Tipologias do Artesanato: Classificação do artesanato em função da matéria-prima utilizada (...) podendo ser de origem mineral, vegetal ou animal (...)” (*grifos da autora*).

A determinação desta variedade de categorias acerca do artesanato tem como principal função tornar compreensíveis os mecanismos de funcionamento de cada tipologia, objetiva uma atuação externa (como a governamental) mais comprometida e mais responsável com os segmentos artesanais.

❖ Intervenção de Design

A intervenção de design junto aos grupos de artesanato consiste numa das estratégias identificadas para promover renovação nos produtos artesanais, objetivando torná-los competitivos nos novos mercados globalizados.

Para compreender esta colocação, faz-se necessário traçar um panorama que contextualize este mercado atual; a este respeito, Barroso Neto, 2004, p. 2, no trabalho Mercado e Artesanato, explica que “as mudanças tecnológicas foram as mais profundas de toda a história da civilização, com maciça substituição nas indústrias da mão de obra pouco qualificada por máquinas automáticas, e mais recentemente por sistemas robotizados e flexíveis”.

Tais mudanças ocasionaram ainda a substituição dos produtos fabricados por artesãos pelos produtos industriais de custo muito baixo, em especial os originários dos países asiáticos (produzidos em regime de semi-escravidão). Além disto, os novos

consumidores exigem uma renovação muito acelerada dos produtos, atrelando-os aos movimentos de moda, de decoração, que mudam com velocidade espantosa, a cada temporada.

Com limitada produção, preços não tão acessíveis quanto os asiáticos, pouca ou gradual modificação para atender aos modismos do consumidor e a imprecisão da confecção artesanal, qual a possibilidade do artesanato se manter no mercado atual?

A oportunidade surgiu como consequência do próprio processo de globalização: a massificação dos produtos industrializados fez surgir uma demanda crescente por produtos especiais, personalizados, dotados de identidade local. Num mundo onde tudo estava se tornando igual, as pessoas começaram a buscar o diferente, o exótico.

O artesanato então ressurge para atender a esta nova e paradoxal demanda, agregando valor aos produtos. De acordo com Barroso Neto, em *Artesanato e Mercado*, 2004, p. 2 são somente “(...) a arte popular e o artesanato que poderão aportar os referenciais simbólicos e culturais que os consumidores tanto procuram como diferencial de consumo, ora como alternativa em si mesma, ora como exemplo a ser seguido pela produção industrial.”

Ainda segundo Barroso Neto, 2004, p. 21,

“O artesanato representa hoje, na maioria dos países em desenvolvimento, um segmento expressivo de seu produto interno bruto (PIB), que é a soma das riquezas produzidas por um país; além de seu inegável valor social (pela quantidade de mão de obra que ocupa) e seu inestimável valor cultural (por ser a expressão mais autêntica do saber e do fazer popular). Aplicado em diversos outros segmentos produtivos empresta-lhes valor e diferencial competitivo, principalmente quando consorciado com outros produtos industrializados (...)”

Para finalizar a questão das intervenções de design, pode-se colocar que estas têm como finalidade principal

“desenvolver e testar os protótipos das novas linhas de produtos e transferir para os artesãos a melhor tecnologia de produção (...) procura reproduzir as condições ideais de trabalho, a transferência de conhecimentos sobre novos processos se dá de modo mais natural e significativo. Aprende-se na prática, fazendo, experimentando, testando, comparando, questionando (...)” (PROGRAMA SEBRAE DE DESIGN, 2004, p. 66).

Viabilidade do Estudo

a) Científica: a presente pesquisa pretende contribuir para o estudo sobre intervenções de design em grupos de artesanato, ampliando o conhecimento sobre metodologias e técnicas de atuação junto ao artesanato bem como sobre os resultados dessas intervenções em todas as etapas do processo produtivo, tomando como estudos de casos grupos de artesãos do estado do Rio Grande do Norte.

b) Técnica: a pesquisa de campo foi facilitada pela atuação do Programa Sebrae de Artesanato e pelo projeto Via Design do SEBRAE-RN (que determinou os grupos que participaram de projetos de intervenção, fornecendo um pré-diagnóstico dos grupos que sofrerão intervenções de design) e por aulas sobre artesanato e design que ocorreram durante o curso de especialização em design estratégico promovido pela FARN, e ministrada pelo prof^o Ms. Eduardo Barroso.

c) Financeira: grande parte da viabilidade desse estudo foi possibilitada pelo apoio do SEBRAE-RN, no sentido de promover tais intervenções junto aos grupos de artesanato (uma vez que o Sebrae pretende com este programa fomentar a atividade artesanal e identificar seus posteriores resultados); ou seja, após o trabalho do consultor, a instituição interessa-se por verificar a reação do grupo, que transformações foram identificadas no processo produtivo ou no produto final desses grupos, dentre outros aspectos.

JUSTIFICATIVA

Este trabalho se justifica pelo crescente interesse atual pelos produtos artesanais e suas múltiplas parcerias com os produtos industriais (personalizando-os, funcionando como elemento que agrega valor), impulsionando por consequência a proliferação de estudos acadêmicos que procuram compreender tal fenômeno.

Procura-se com este estudo, contribuir com os programas de qualificação do artesanato brasileiro. Ele visa ainda o aprimoramento da abordagem metodológica empregada em tais programas.

Pretende-se, desta maneira, impulsionar a proliferação de programas voltados à questão do artesanato, acreditando ser este um dos meios para erradicar o desemprego

no Brasil e alavancar o comércio de produtos de grande identidade cultural, gerando assim mais emprego e renda à população.

Apesar da subjetividade que permeia um estudo de caso tal como este apresentado acredita-se que somente uma análise sistemática das ações empreendidas pelos programas de artesanato permitirá uma completa compreensão de seus pontos positivos e negativos. Estudos como este são relevantes a medida em que documenta e se propõe à análise crítica de uma ação a princípio pontual mas que, comprovada sua eficácia, pode tomar proporções nacionais.

Num país onde a documentação histórica não é muito valorizada o estudo de caso vem como um registro da realidade que, no futuro, sem o documento, seria inadvertidamente esquecida. Dada a carência de registros históricos, espera-se com este trabalho estimular também outros nichos de pesquisa, sobretudo na área do artesanato (área na qual se disseminam programas e ações, mas não com a mesma velocidade, a pesquisa e o registro).

OBJETIVOS

Objetivo Geral

- ❖ Analisar intervenções de design junto a grupos de artesãos do estado do Rio Grande do Norte.

Objetivos Específicos

- ❖ Compreender através de um panorama geral como se encontra a produção artesanal brasileira;
- ❖ Descrever a realidade dos grupos estudados no Rio Grande do Norte antes da realização das intervenções de design;
- ❖ Enumerar as atividades realizadas junto aos grupos de artesãos bem como as técnicas/ metodologias aplicadas;
- ❖ Analisar os resultados alcançados em cada um dos estudos de caso realizados;
- ❖ Realizar estudos comparativos entre os estudos de caso;

- ❖ Identificar paralelos metodológicos e/ ou possíveis semelhanças nos resultados das oficinas, propondo, se possível, diretrizes para a otimização dos processos e resultados de intervenções de design.

2 METODOLOGIA

Tipo de Pesquisa

O tipo de pesquisa adotado na realização deste estudo é o chamado “estudo de caso”, cuja abordagem é qualitativa. Nesse tipo de pesquisa, o cientista participa da vida social e termina por apreender mais completamente mais completamente seu objeto de estudo. De acordo com Chizzoti, 2004 “[...] os métodos quantitativos acabam distanciando o pesquisador do verdadeiro objeto da investigação e se tornam ineficientes para compreender as ações práticas dos sujeitos, em sua prática”.

Segundo Medeiros e Pantoja (2004, p. 5-6), as principais características da pesquisa qualitativa são: o pequeno número de unidades amostrais individuais ou de grupo, que em geral está envolvido; o uso de amostras não-probabilísticas, selecionadas de modo a elevar as possibilidades de cobertura de uma série de assuntos, fenômenos, tipo de indivíduo, dentre outros que sejam de interesse da pesquisa; e finalmente, sendo conduzida pelos dados obtidos, de tal modo que as conclusões/ resultados são consequência direta desses dados.

Método de Abordagem

O método de abordagem ou de método de intervenção empregado nesta pesquisa foi o método dialético, sobretudo considerando o princípio da transformação das mudanças qualitativas em quantitativas. Em outras palavras parte-se da idéia de que mudanças qualitativas não são obtidas por acaso, elas derivam necessariamente de uma mudança quantitativa (simples aumento ou diminuição de quantidade). “Pesquisa-se neste caso, quais as mudanças de quantidade são necessárias para que se produza determinada mudança de qualidade”. (Carreiro e Porto, 2004).

No caso específico da presente pesquisa, procurou-se verificar qual (is) procedimentos metodológicos e técnicas pedagógicas empregados nas oficinas de design surtiam mais efeitos positivos junto aos grupos analisados, tendo em vista traçar diretrizes para futuras atuações de designers ou profissionais de áreas correlatas junto à grupos de trabalho de artesanato.

Método de Procedimento

Os métodos de procedimento ou métodos de pesquisa compreendem procedimentos, etapas concretas de investigação utilizados no decorrer de uma pesquisa; segundo Andrade (1999, p.113), os métodos de procedimentos “devem adequar-se a cada área de pesquisa, porém não são exclusivos entre si”.

Pode-se verificar para a feitura desta pesquisa, a utilização de três métodos de procedimento, a saber: método monográfico ou “Estudo de caso”, o método comparativo e o método observacional.

Com relação ao método monográfico ou “Estudo de caso”, pode-se dizer que consiste no estudo de determinados indivíduos, grupos, instituições, comunidades, bairros, cidades, dentre outros, com o objetivo de obter generalizações. De acordo com Fachin (1993, p.58), “é caracterizado pelo estudo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento [...]”. Apresenta como principal função a explicação sistemática de fatos que acontecem na realidade social, os quais geralmente se relacionam com uma multiplicidade de variáveis.

Acerca do Método Comparativo, como o próprio nome sugere, realiza comparações a partir da descrição completa de fenômenos ou somente de alguns elementos. Sua principal finalidade é verificar semelhanças e explicar divergências e sua maior vantagem dentre outros métodos é a possibilidade de se trabalhar com grandes agrupamentos humanos em universos populacionais diferentes e até distanciados pelo espaço geográfico.

Por fim, sobre o método observacional, pode-se afirmar que constitui o início de toda pesquisa científica, servindo como base para qualquer ramo da ciência. Fundamenta-se, de acordo com Sarmiento e Muniz (2004), em procedimentos de natureza sensorial, como produto do processo em que se empenha o pesquisador no mundo dos fenômenos empíricos.

Hipóteses/ Questões de Pesquisa

- Quais são as metodologias empregadas na realização de intervenções de design junto a grupos de artesanato do Rio Grande do Norte?

- Existem diferenças observáveis nos grupos de artesanato antes e depois das intervenções?
- É possível otimizar a ação da intervenção de design para que alcance resultados mais positivos?

As hipóteses lançadas neste trabalho foram de que existem metodologias para o trabalho de intervenção de design, mas estas são variáveis conforme o grupo em estudo (sua escolaridade, capacidade de concentração, a habilidade como artesão, etc), e que estas se apresentam, grosso modo, divididas em dois blocos: a metodologia usada na parte teórica da oficina e a aplicada na parte prática.

No tocante às diferenças nos grupos de artesanato antes e depois das intervenções de design, a hipótese lançada é que existem sim mudanças – algumas visíveis (os produtos novos confeccionados no decorrer da oficina) e outras não visíveis (as idéias de novos produtos a partir das criações iniciais, mudanças de atitude perante o grupo, modificações no processo produtivo, etc).

Com relação à possibilidade de otimização da intervenção de design, acredita-se que é possível aprimorá-la tanto no ponto de vista do diagnóstico quanto no da metodologia em si.

Variáveis

- a) Variáveis dependentes: grupos de artesanato; estado do Rio Grande do Norte; intervenção de design realizada por uma só consultora;
- b) Variáveis independentes: tipo de artesanato; características pessoais dos componentes de cada grupo (faixa etária, escolaridade, perfil psicológico), situação inicial do grupo em relação ao design (tanto conceitual quanto prática); proposta de trabalho com cada grupo.

Universo/ População/ Amostra

O universo de pesquisa deste estudo são os grupos de artesanato;

A população estudada são grupos de artesanato do Rio Grande do Norte, e sua amostra são o grupo de artesanato da cidade de Galinhos, a Cooperativa de Artesanato

Potiguar (COOPAP) da cidade de São Gonçalo do Amarante e a associação de louceiras da comunidade do Sobrado, na cidade de Monte Alegre.

Instrumentos

Os instrumentos aplicados no trabalho para a realização dessa pesquisa foram os seguintes:

- Ficha-resumo contendo a pesquisa bibliográfica utilizada no referencial teórico (problemática deste trabalho);
- Ficha de análise de cada intervenção de design de modo a poder tecer comparativos entre os grupos estudados;
- Ficha-resumo dos relatórios de cada intervenção.

As Fases

Fase 1–Referencial teórico: o artesanato no Brasil e no mundo.

Nesta fase buscou-se construir um referencial teórico geral acerca da questão do artesanato (sua origem, seu desenvolvimento, situação atual, dentre outros aspectos tidos como relevantes para o estudo) no Brasil e no mundo, buscando contextualizar a problemática estudada.

Fase 2–Referencial teórico: ações políticas/governamentais na área do artesanato.

Ainda dentro do referencial teórico, buscou-se nesta etapa afunilar a pesquisa para o momento presente, estudando em particular as políticas de incentivo ou promoção de artesanato, especialmente na região nordeste do Brasil, focalizando especialmente os programas desenvolvidos junto ao SEBRAE-RN, identificando suas origens, justificativa de surgimento, áreas de atuação dentre outras informações.

Fase 3–Contextualizando os grupos estudados.

Nesta terceira fase procurou-se caracterizar os grupos de artesanato potiguar que foram escolhidos como objetos de estudo desta pesquisa: traçar um perfil geral de suas respectivas cidades, um breve histórico do grupo que passou pela intervenção,

diagnóstico do grupo antes da intervenção de design e propostas de atividade, descrição sobre as atividades realizadas nas oficinas e algumas considerações finais acerca de cada experiência relatada.

Fase 4—Comparando os grupos: metodologia e resultados

Esta fase trata-se da comparação propriamente dita entre as oficinas realizadas, enfocando especialmente questões metodológicas e resultados obtidos nas oficinas, buscando traçar um quadro geral de semelhanças e diferenças, bem como definir algumas diretrizes que possam vir a ajudar em futuras intervenções de design junto à grupos de artesanato.

Fase 5—Considerações finais

Nesta fase, delineou-se o corpo final do trabalho, finalizando as considerações finais, revisão geral do trabalho e acrescentou-se mais alguma eventual informação, bem como procedeu-se à normalização da monografia final

Coleta de Dados

A pesquisa em questão contará com técnicas de pesquisa de Documentação Indireta (Pesquisa Documental e Pesquisa Bibliográfica) e de Documentação Direta (a pesquisa de campo com Observação Direta).

Técnica de Pesquisa Bibliográfica

A pesquisa bibliográfica perpassará pelo desenvolvimento de todo o processo desta pesquisa, tanto na parte do levantamento de referencial teórico, como na coleta de dados para a elaboração dos textos que contextualizarão a pesquisa.

Para a realização desta, serão elaboradas fichas específicas para produção de fichamentos, contendo as informações principais extraídas dos livros, a saber: resumo, dados do autor e da publicação, textos retirados na íntegra com a citação da página (para eventuais usos na redação dos textos finais) e uma breve análise da interface entre a informação coletada e o trabalho de pesquisa, mencionando em qual capítulo estes dados podem enriquecer a análise.

Estes fichamentos serão ainda classificados de acordo com o assunto específico que menciona, levando em consideração os capítulos contidos na dissertação, tendo em vista otimizar sua localização e sua posterior utilização dentro do corpo do trabalho.

O procedimento para a realização desta pesquisa bibliográfica será executado em quatro etapas, que de acordo com Severino, 1996, compreende as seguintes fases:

- 1) Identificação do material a ser pesquisado;
- 2) A Localização do mesmo;
- 3) Compilação de todo o material que reconhecidamente venha a contribuir com a pesquisa;
- 4) Realização do Fichamento (como foi mencionado acima).

Técnica de Pesquisa Documental

A pesquisa documental, assim como a bibliográfica, também permeará toda a elaboração da pesquisa; neste caso, numa primeira instância, sendo utilizados os relatórios de cada intervenção como documentos primordiais de análise. Os outros documentos que serão investigados serão essencialmente documentos de comunicação de massa (sobretudo jornais e outros periódicos).

Da mesma forma que no caso da pesquisa bibliográfica, será produzido um roteiro de fichamento, destacando as informações mais significativas a serem registradas.

A realização da pesquisa documental far-se-á em três fases, a saber:

- 1) A pré-análise (fase na qual inicia-se o primeiro contato com os documentos através de leitura flutuante, para em seguida preparar o material para análise);
- 2) A exploração do material (momento que a aplicação das determinações estabelecidas na fase de pré-análise, envolvendo a escolha das unidades - ou seja, o recorte temporal -; a enumeração – escolha das regras de contagem -; e a classificação ou escolha das categorias);
- 3) Tratamento de dados, inferência e interpretação (transformação dos dados em informações passíveis de maior compreensão; aplicação de procedimentos estatísticos, quadros, diagramas e figuras que destaquem as informações obtidas).

3. ESTUDOS DE CASO

Neste item serão descritas as experiências de intervenção de design realizadas ao longo do ano de 2004, ministradas pela consultora do SEBRAE-RN, a arquiteta e urbanista Adriana Carla de Azevedo Borba. Tais experiências estão descritas em documentos denominados Relatórios de Intervenção de Design Junto a Grupos de Artesanato, que foram entregues ao Setor de Artesanato do SEBRAE-RN ao término de cada intervenção concluída.

As intervenções ocorreram nos meses de agosto (associação de artesanato de Galinhos), novembro e dezembro (Cooperativa de Artesanato Potiguar – COOPAP em São Gonçalo do Amarante) e em dezembro e janeiro (comunidade de louceiras do Sobrado, em Monte Alegre).

Estas descrições compreendem os relatórios de atividades que ocorreram em cada uma destas oficinas, contendo um diagnóstico preliminar (com informações sobre a cidade, sobre o grupo de artesãos e algumas diretrizes/ propostas de trabalho), as atividades realizadas e considerações acerca do trabalho desenvolvido.

3.1. GALINHOS

O texto a seguir aborda uma experiência de intervenção de design no núcleo de artesanato do Município de Galinhos, no Rio Grande do Norte, ocorrida no período de 04 a 08 de agosto de 2004, totalizando quarenta (40) horas de consultoria, prestada pela Arquiteta e Urbanista Especialista em Design Estratégico Adriana Carla de Azevedo Borba, com apoio financeiro e institucional do SEBRAE – RN.

Foi solicitado à consultora, o desenvolvimento de um novo produto do tipo “souvenir”, a ser confeccionado pela comunidade local, voltado ao turista que visita a região. Identificada a demanda, foi agendada uma visita para diagnóstico preliminar do grupo de artesanato, a qual foi realizada no dia 13 de julho de 2004, da qual participaram Adriana e Pollyanna (esta última, do Núcleo de Design do SEBRAE-RN).

Após a realização da visita e posterior diagnóstico da produção local, foi elaborado um Plano de Atividades, o qual encontra-se descrito neste relatório.

Entre os dias 04 e 08 de agosto de 2004, ocorreu a intervenção de design na referida comunidade e neste trabalho foi compilado todo este processo, ao término do

qual estão as considerações finais e anexos com imagens do material produzido em Galinhos.

3.1.1. Diagnóstico Preliminar

A cidade de Galinhos encontra-se no estado do Rio Grande do Norte (ver Figura 01 - Mapa do RN localizando Galinhos), há 166 quilômetros da capital Natal, situada no litoral Norte do estado, caracterizando-se por ser um município peninsular cuja área total é de 333,4 km².

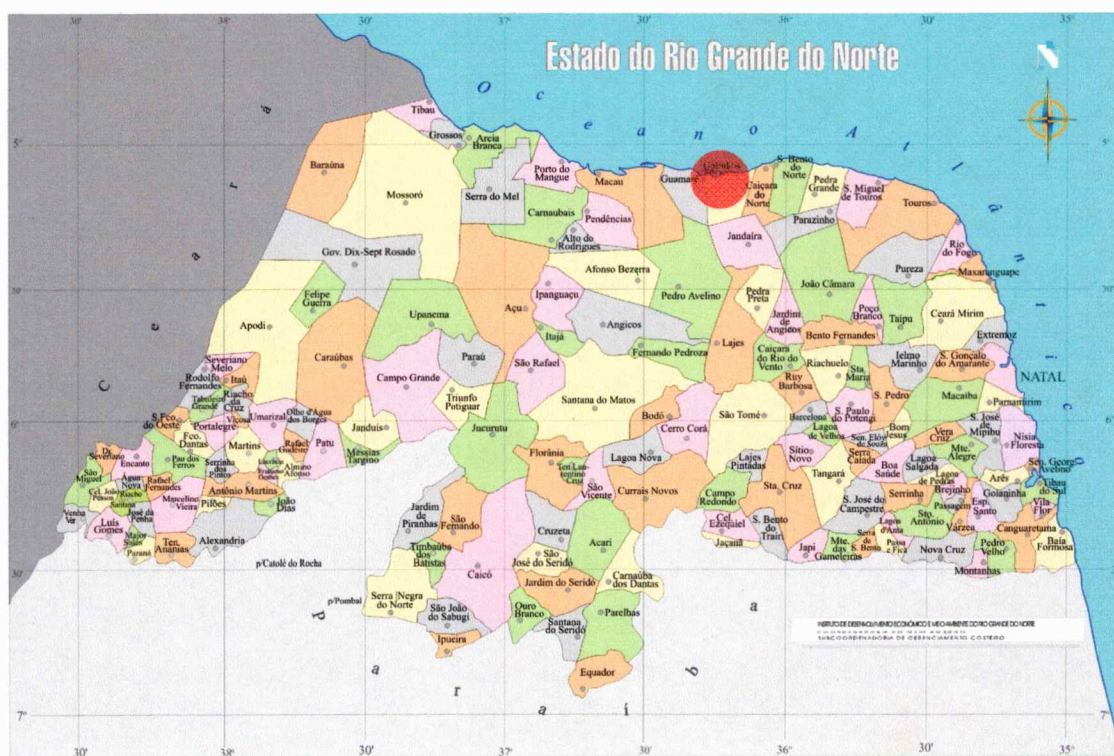
Seu clima é sub úmido e seco e pode-se dizer que possui um complexo ecossistema composto pela praia, mangue, dunas, rio e a presença das salinas.

Os acessos principais podem ser feitos via continental através da praia (possível somente utilizando veículo com tração nas quatro rodas) ou por meio de balsa.

Com uma população aproximada de 1.541 habitantes, Galinhos tem como principal fonte de renda o turismo e o SEBRAE – RN, constatando o potencial de crescimento do município (relacionado sobretudo com o eco-turismo), se propôs a realizar uma consultoria ao núcleo de artesanato local, objetivando incrementar e adequar a produção artesanal do local às exigências do mercado externo (representando

Figura 01 – Mapa do RN localizando Galinhos

Fonte: http://www.idema.rn.gov.br/ae00/graf_mapas/MAPA%20POLÍTICO%20DO%20RN.jpg, acesso em agosto de 2004



pelos turistas que visitam Galinhos).

O grupo em questão é composto por dezessete (17) mulheres e existe há cerca de um (01) ano, em regime de associativismo. Há cerca de dois meses, sua professora local, Ivanise, também integrante do grupo, começou a ministrar algumas aulas de artesanato, ensinando as artesãs técnicas de pintura em telhas de cerâmica, em seda e biscuits (os quais são aplicados tanto nas telhas de cerâmica, como em potes de vidro para condimentos e em porta retratos).

Em visita à Galinhos, observou-se algumas incompatibilidades da produção local para exposição direta de seus produtos ao comércio voltado ao turismo; os problemas apareciam tanto no tipo de material utilizado (cerâmica e vidro, que apresentavam extrema fragilidade no transporte, acarretando dificuldades na projeção de embalagens apropriadas que viessem a sanar este problema), como nas dimensões das peças (estas tinham tamanhos dos mais variados, dificultando tanto a criação de um padrão de embalagem como o próprio transporte, sendo muito mais fácil de se quebrar ao ser condicionado na bagagem dos turistas) e o que nos pareceu mais grave, a falta de uma identidade local refletida nestes produtos, algo que remetesse à Galinhos, que tornasse os produtos interessantes ao público turista, servindo assim como um souvenir.

Foi pensado como proposta de exercício criativo na oficina de intervenção o trabalho com artefatos de MDF, no caso, quadrinhos e caixinhas, um material mais resistente, com dimensões menores, nos quais se poderia executar as técnicas dominadas pelo grupo (técnicas de pintura, colagem e aplicação de biscuits) agregadas às composições e materiais locais (inserção de cores que remetesse à cidade, formatos de desenho que fizessem alusão à sua topografia e elementos da fauna e flora locais que pudessem ser diretamente aplicados ou que servissem de referência para composições) e a algumas novas técnicas específicas do trabalho com madeira (texturizações e técnicas de pintura).

Para tanto, foi solicitado ao SEBRAE – RN uma listagem de materiais para trabalhar na oficina, que encontram - se logo abaixo:

Figura 02 – Listagem de Materiais Solicitados para oficina em Galinhos

Fonte: Elaboração da autora, 2004

Material	Valor	Quant.	Total
Caixa tipo sapato 9x9x10	4,22	17	71,74

Caixa tipo sapato 7x7x8	3,29	17	55,93
Caixa tampa encaixe com puxador 8 x 8 x 4,5	2,15	17	36,55
Tela 20x20	2,60	17	44,20
Tela 30x17	3,04	17	51,68
Tinta acrílica na cor verde	7,89	01	7,89
Tinta acrílica na cor azul	7,89	01	7,89
Tinta acrílica na cor amarela	7,89	01	7,89
Tinta acrílica na cor vermelha	7,89	01	7,89
Tinta acrílica na cor branca	7,89	01	7,89
Tinta acrílica na cor preta	7,89	01	7,89
Cola Tenaz extra	9,45	02	18,90
Cola Tenaz para porcelana fria	8,09	02	16,18
Verniz vitral na cor azul da prússia	2,38	02	4,76
Verniz vitral na cor madrepérola	2,38	02	4,76
Verniz vitral na cor amarelo cádmio	2,38	02	4,76
Verniz vitral na cor verde folha	2,38	02	4,76
TOTAL	-		

O capítulo a seguir explicita com maiores detalhes quais foram as atividades realizadas, algumas considerações finais acerca do trabalho desenvolvido e finalmente imagens da oficina e dos produtos finais.

3.1.2 Atividades Realizadas

No primeiro dia, foi ministrada uma aula mais teórica, buscando explicar o que seria visto na oficina, a metodologia a ser empregada, bem como foram trabalhados alguns conceitos como “design”, “artesanato” e feita análise de alguns trabalhos produzidos pelo grupo, antes da intervenção de design.

A turma foi dividida em grupos de quatro pessoas, num total de quatro grupos, e para cada um foi distribuído uma cópia de um artigo publicado na Revista Veja, em 26

de maio de 2004, intitulado “Design – o Poder do Belo”, escrito por Gabriela Carelli (o texto na íntegra encontra-se em anexo neste trabalho). Foi solicitado que elas lesse, o artigo e em seguida foram discutidos os principais tópicos com todo o grupo.

Em seguida, foi passado à turma algumas noções de artesanato, de acordo com o trabalho “Artesanato, Design, Identidade”, desenvolvido por um grupo de designers a pedido do SEBRAE. Foi explicitado as repercussões da globalização no artesanato; as dificuldades competitivas para o artesanato; os pontos favoráveis e oportunidades; o conceito de artesanato e as diversas tipologias (arte popular, artesanato indígena, tradicional, conceitual, de referência cultural, produtos típicos, trabalhos manuais e o industrianato – e após as explicações de cada um, o grupo chegou ao consenso de que seriam uma mescla entre o “trabalho manual” o “artesanato conceitual”).

Em seguida, foram comentadas algumas maneiras de se aprimorar a produção artesanal, como por exemplo, através da pesquisa e aplicação de referências culturais (que podem ser obtidas por meio da Arte, Arquitetura, Artefatos, Folclore e Ambiente), a questão da iconografia regional, da aplicação de técnicas de composição e estudo de cores, objetivando o equilíbrio e a harmonia dos produtos e finalmente, tentando agregar valor aos produtos (desenvolvendo campanhas promocionais, melhorando a apresentação comercial, desenvolvendo embalagens personalizadas e explicitando seu valor cultural).

Após esta aula teórica, foi solicitado que cada grupo pegasse três objetos produzidos pela associação e deixasse sobre suas mesas, e sempre visualizando estes, fizesse uma avaliação destes produtos (levando em consideração que o público alvo destes produtos seria o turista que vem de outras regiões do Brasil ou de outros países, que quer algo para se lembrar de Galinhos quando voltar ao seu lugar de origem e que vai transportar este souvenir em sua bagagem), de acordo com as seguintes categorias, determinadas pela consultora:

Figura 03 – Categorias de Análise de Produtos

Fonte: Elaboração da autora, 2004

<i>Análise de Produtos - Categorias</i>
<i>Originalidade</i>
<i>Dimensões</i>
<i>Resistência/ Durabilidade</i>
<i>Complexidade Técnica</i>

*Tempo de Execução x Potencial de Aumento Produtivo**Identidade Local*

Após a análise, foi fornecida cartolina para que cada grupo confeccionasse um cartaz para expor o resultado de sua análise. Quando da apresentação, já se fez algumas críticas a respeito da forma de apresentação no cartaz (tamanho da letra, cores empregadas) auxiliando a fixar certos aspectos teóricos explicados no primeiro dia sobre composição, harmonia, dentre outros. Os produtos analisados pelos grupos compreendiam os seguintes: porta retrato de biscuit; telha cerâmica pintada e aplicada processo de decupagem ou apliques de biscuit; canga de seda; potinhos de vidro com tampa decorada em biscuit; almofadinhas e vasilho com flores artificiais.

Ao término deste dia, foi requisitado que as artesãs trouxessem algumas informações e materiais para o dia seguinte, o que ficou registrado por elas como “dever de casa” (os quais se encontram em anexo neste trabalho), a saber:

- 1) Que pensassem, caso fossem representar Galinhos através de uma cor ou cores quais seriam estas e por que;
- 2) Quando foi a fundação do município de Galinhos;
- 3) Que trouxessem por escrito três (03) fatos históricos relevantes ocorridos na cidade. Dentro destes fatos históricos estariam inclusos também lendas ou elementos do folclore local, que remetessem às origens da cidade ou a fatos bastante antigos.

No segundo dia, foi colocado pela consultora um resumo geral da análise feitas pelos grupos acerca da produção artesanal delas, e todas concordaram com os resultados apresentados, ou seja:

- No tocante à **originalidade**, os produtos confeccionados pelo grupo não se destacam de outros que podem ser produzidos em qualquer outro lugar do Brasil; sobretudo quando utilizando-se de decupagem (o uso de papéis com temas como corações, ursos, meninas em balancinhos, paisagens européias, etc) e de biscuits (também com temas como rosas, imitação de rendas, etc).
- Com relação às **dimensões**, as principais críticas foram às pinturas em telhas, de tamanho muito grande para ser condicionado na bagagem do turista e os potes de vidro com tampa de biscuit, também muito grandes.
- No quesito **durabilidade/ resistência**, a canga e a almofada foram classificadas como satisfatórias, mas a telha e o potinho de vidro demonstraram-se ser muito

frágeis para o transporte. Segundo uma das artesãs “caso resistisse à viagem, têm muita durabilidade”.

- Com relação ao **tempo de execução e possibilidade de aumento produtivo**, o produto mais problemático foi o porta retrato de biscuit, que demora muitos dias para ser feito e não se presta a entrar numa linha de produção por etapas (como pode ocorrer com a telha e o pote de vidro).
- Acerca da **identidade local**, houve unanimidade: nenhum dos produtos tinha “a cara de Galinhos”; tanto é, que em alguns produtos, para que o turista se sentisse estimulado a adquirir o artefato, as artesãs escreviam “Galinhos” e o ano no produto.

Após esta apresentação, cada uma citou e justificou qual seria a cor que a seu ver representaria a cidade de Galinhos; e colocou, de acordo com a breve pesquisa, qual seria a data de fundação de Galinhos e algum fato histórico ou lenda antiga que tenha encontrado e considerado relevante. O resultado destas pesquisas encontra-se em anexo neste relatório.

O exercício prático deste segundo dia consistiu em que cada uma, de posse de seu quadrinho de madeira, se posicionasse num ponto específico da praia nas proximidades do local da oficina e através de geometrização (redução da paisagem a uma composição bastante simplificada, transformando o que estivessem visualizando em quadrados, triângulos ou círculos) reproduzissem esta paisagem que estivessem observando.

Em seguida, estas formas geométricas seriam pintadas de acordo com as cores que cada uma considerou como a que representasse Galinhos.

Para o terceiro dia, foi solicitado que as artesãs trouxessem algo que servisse como tecido, como trama, que fosse nativo de Galinhos (como por exemplo, o “pano de coqueiro”). Além disto, pediu-se que trouxessem exemplares nativos de animais (pecado de couro, pena, escama ou somente o nome de algum animal da região); um exemplar vegetal (que poderia ser a flor, caule ou folha); e de um outro vegetal, as sementes; um exemplo de mineral; e algo que viesse do mar (que poderia ser vegetal, animal ou mineral).

No terceiro dia foi dada uma explicação sobre a intervenção que o design pode realizar deste do processo de PRODUÇÃO (passando pela identificação da demanda e

da oferta, pela melhoria dos produtos e dos processos, pela capacitação dos produtores, pela agregação de valor, divulgação e promoção e comercialização) até o MERCADO.

Estas questões foram abordadas no intuito de estimular a organização da sala de trabalho e de seus materiais de artesanato; o ateliê se encontrava muito sujo, com restos de lixo próximo às paredes e o material de trabalho completamente desorganizado, misturados e armazenados inadequadamente.

Ainda neste dia, foram trabalhadas técnicas de pintura (texturização gráfica) na menor das caixinhas de MDF; o grupo todo foi dividido em quatro mesas e cada mesa aprendeu uma técnica diferente de pintura. Uma equipe trabalhou aquarelando a tinta (diluindo bastante e trabalhando a interposição de cores); outra trabalhou com mescla de duas cores concentradas (similar à pintura de parede textura em gel); outra trabalhou pintura com auxílio de fita (aplicando fita adesiva com durex que serviria de guia para a composição a ser pintada); e a outra equipe trabalhou formas sinuosas.

Os materiais nativos que haviam sido pedidos no dia anterior foram utilizados para a finalização da tela (colagem de tramas ou de pequenos apliques nativos ou biscuits) e como temática para a tampa da caixinha, na qual foi trabalhada colagem mesclando os materiais.

Para o quarto dia, foi pedido às artesãs que trouxessem uma maior quantidade de sementes e de elementos do mar, e foi solicitado que elas respondessem às seguintes perguntas:

- 1) Como você entrou no grupo de artesanato, porque entrou e o que a motiva a permanecer?
- 2) Qual a sua rotina de trabalho dentro do grupo?
- 3) Das técnicas que você aprendeu, qual você mais gosta de fazer?

No quarto dia, foi ensinado às participantes do grupo uma técnica de pintura à base de cola branca e verniz acrílico chamada “jacarelado”, bem como técnicas de texturização com massa acrílica; também neste caso, cada grupo trabalhou uma cor de jacarelado diferente e uma técnica de texturização também diferente, que futuramente seria passada às demais integrantes do grupo, estimulando assim a cooperação e o sentimento de equipe.

Para o quinto e último dia, as artesãs ficaram à vontade para escolher com qual das técnicas elas mais se identificaram e trabalhassem com ela, procurando incorporar algumas “dicas” que foram dadas ao longo da oficina, tais como: evitar o uso de muitas

cores num único objeto para não sobrecarregar visualmente; utilizar junto às pinturas alguns detalhes de aplicações - sempre que possível os materiais existentes no local (tais como conchas, búzios, areia, algas marinhas, sementes de vegetais nativos); não mesclar muitas técnicas ao mesmo tempo num único objeto, para não sobrecarregar o produto; misturar elementos neutros (como as cores preto e branco) com outros mais coloridos e regionais para destacar estes últimos.

Algumas pessoas trouxeram de casa outros objetos de madeira (como telas) e estes objetos também foram trabalhados com texturização e pintura.

Por fim, foi feita uma avaliação geral do encontro, o qual todas acreditaram ter sido muito proveitoso; os materiais produzidos na oficina foram fotografados e se produziram alguns esboços de idéias para a logomarca e logotipo dos produtos (baseada no peixe galinho, que deu nome à cidade, sendo muito abundante no local) e alguns esboços de embalagem (que se chegou à conclusão de que deveria ser produzida em TNT tingido de bege para se assemelhar ao tingimento produzido pela borra de café, ficando com um toque rústico; a alça seria de alguma fibra trançada – e foram feitos alguns estudos com a palha do coqueiro; foi pensado num sistema de ilhóis para fechar a sacola, e este fechamento seria com uma espécie de selinho com a logomarca do grupo impressa numa concha ou búzio, e a logomarca/ logotipo da associação seria impressa por meio de serigrafia à embalagem, num processo realizado pelo grupo, de forma que ficasse um tanto irregular, bem manual).

3.1.3 Algumas Considerações

A experiência junto a núcleos de produção artesanal é sempre muito gratificante e enriquecedora, tanto para quem ministra a oficina como para quem recebe os esclarecimentos. Geralmente, uma visão externa ao grupo faz com que as pessoas despertem para certos aspectos de seu trabalho, que a proximidade e o costume com o mesmo disfarça e passa despercebido.

Um fato muito relevante que gostaria de destacar a respeito deste trabalho em particular foi o cuidado que se teve quando da análise dos produtos produzidos pelo grupo antes da intervenção de design; após as explicações e classificação do trabalho que estava sendo produzido, foi extremamente gratificante ter escutado do próprio grupo quais os aspectos positivos e negativos para o público alvo a que se pretende

atingir com o novo produto trabalhado, e a descoberta de que o que se estava sendo feito não de adequava com a proposta – de forma muito tranqüila outra visão foi sendo colocada e incorporada no trabalho.

As “tarefas de casa” que foram passadas para serem entregues no dia seguinte de cada atividade concluída serviu para forçá-las tanto a ver sua cidade com novos olhos e “re-conhecê-la”, como foi uma forma de dinamismo do trabalho de oficina, que teve momentos mais práticos, momentos de discussão e de reflexão.

Outro destaque a estas tarefas de casa foi a repercussão na cidade destas atividades; determinadas informações que foram requisitadas ao grupo não eram de conhecimento geral, e elas tiveram de realmente pesquisar em diversas fontes estas informações para trazê-las no dia seguinte.

Assim, aconteceram visitas à prefeitura da cidade, ligações para parentes que estavam viajando, consulta aos moradores mais antigos e até aos turistas que se encontravam na praia (no caso da identificação da cor que representaria Galinhos, e este fato teve como testemunha oculta a própria consultora!).

Um outro fator muito positivo foi a mudança de atitude perante o espaço de trabalho e demais utensílios de artesanato: no primeiro dia, a sala se encontrava muito suja, e os materiais muito desorganizados, o que motivou a explanação das diversas intervenções de design desde a produção até o mercado. Esta explicação já teve repercussão no mesmo dia ao final do encontro noturno: uma equipe produziu um cartaz com a escala de trabalho de limpeza da sala, em forma de rodízio, onde cada dia uma dupla de artesãs ficaria responsável por varrer a sala e lavar os materiais de pintura e mesa de trabalho.

Ao longo das atividades, garrafas de água tipo “pet” iam se esvaziando, e a consultora fez a experiência de cortá-las para transformá-las em porta pincéis, vasilhame para trapos de limpeza, classificação dos diversos tipos de biscuits que elas haviam produzido, etc. Ao término da oficina, pode-se observar que estes frascos estavam sendo utilizados para guardar o material e naturalmente já se foi criando uma classificação de pincéis maiores, mais fininhos, mais macios, etc, assim como separados os biscuits por tipo e cor, assim como o material coletado na praia, e foram dispostos próximo às mesas de trabalho, de modo que eram mais facilmente visualizados e ficaram mais bem conservados.

Também foi significativa a quebra de paradigma no uso de materiais antes considerados “menos nobres”. Na primeira visita, em conversa com a professora Ivanise, esta explicou que já havia tentado trabalhar com o grupo a utilização de elementos nativos, que tornassem os produtos mais regionais, mas que tal esforço havia sido desprezado, as artesãs não valorizaram a idéia e não se propuseram a trabalhar com tais materiais.

Na oficina, entretanto, todas elas sem exceção trabalharam com elementos locais (tais como conchinhas, búzios, algas marinhas, sementes de plantas nativas, cavalo marinho, peixes, caramujos, areia de praia, folhas, flores e galhinhos de plantas, redes de pescar, palha e pano de coqueiro, dentre outros) até porque as atividades perpassavam por estas propostas. Era notório que determinadas pessoas não se sentiam confortáveis com tais materiais a princípio, mas depois de observarem o efeito estético do objeto, partiam para novas experimentações, novas combinações – umas mais bem sucedidas que outras, evidentemente.

Contudo, acredito que o resultado mais relevante foi a auto confiança e o novo ânimo em relação ao produto da oficina e ao potencial do grupo: o interesse por desenvolver e agregar o design em outros momentos do processo produtivo (como a preocupação com embalagem); a empolgação para se informar a respeito de feiras de artesanato que aconteceriam neste ano para poderem expor seus novos produtos; a idéia de criar o site do grupo para maior divulgação de seus produtos; a busca por um espaço de trabalho mais amplo e mais estruturado (o espaço atual não possui instalação hidráulica, de modo que não há água para limpeza do espaço e dos materiais de trabalho, tendo esta de ser trazida em bacias para o trabalho); e a instigação pela pesquisa, por desvendar outros “mistérios” da cidade, outros materiais que elas ainda não haviam percebido ou materiais que poderiam ter um novo uso (como no caso da palha de coqueiro) junto ao trabalho de artesanato desenvolvido pelo grupo.

A seguir, estão dispostas imagens da oficina e dos produtos confeccionados.

3.1.4 Imagens da Oficina



Figura 04 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 05 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 06 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 07 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 08 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004

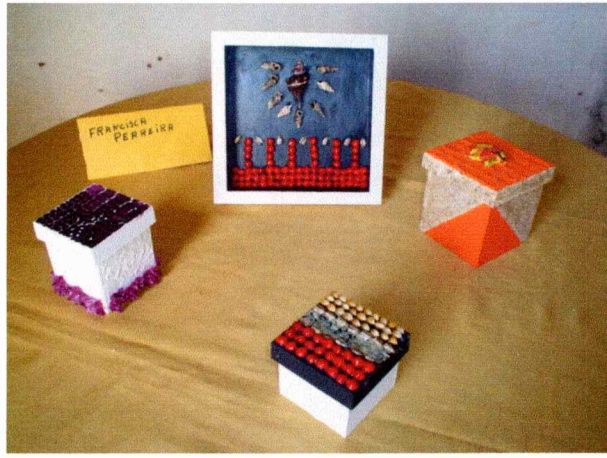


Figura 09 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 10 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004

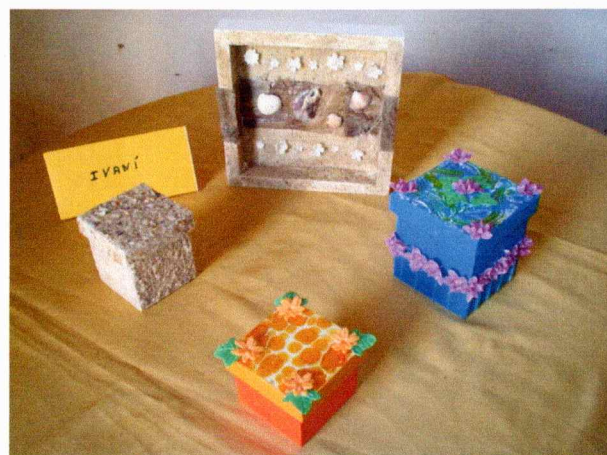


Figura 11 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 12 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 13 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 14 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 15 – Oficina em Galinhos
Autoria: Napoleão Nunes, 2004

3.2. SÃO GONÇALO DO AMARANTE

O relatório a seguir aborda uma experiência de intervenção de design e de instrução para formação de grupo de artesanato em cerâmica junto à Cooperativa de Artesanato Potiguar – COOPAP, no Município de São Gonçalo do Amarante, no Rio Grande do Norte, ocorrida no ano de 2004, especificamente no seguinte período: dias 31 de setembro, dias 01 e 03 de outubro (num total de 20 horas, a intervenção de design); dias 27 de outubro, 04, 06, 07 e 08 de novembro (totalizando 28 horas, o curso de preparação de massa cerâmica); dias 11, 13, 15, 17, 25 e 26 de novembro (totalizando 44 horas, o curso de modelagem cerâmica e pintura de superfície com engobe natural) e finalmente dias 01, 02 e 03 de dezembro (completando 24 horas, o curso de preparo e aplicação de vidrado).

Desta forma, toda a intervenção junto ao grupo da COOPAP completou um total de cento e dezesseis horas (116) de consultoria, prestada pela Arquiteta Urbanista e Especialista em Design Estratégico Adriana Carla de Azevedo Borba, com apoio financeiro e institucional do SEBRAE – RN.

Inicialmente foi solicitada a prestação de uma consultoria de design junto ao grupo em questão; no decorrer das atividades, foi constatada uma redução no número de artesãos aptos a participar da oficina. Assim, a mesma foi suspensa naquele momento e repensada para uma oportunidade futura, buscando uma outra forma alternativa de abordagem junto à cooperativa.

Em seguida foi elaborada uma nova proposta de trabalho junto à COOPAP, no caso consistindo no repasse de técnicas de cerâmica a um novo grupo que foi criado na COOPAP, formado por pessoas tanto de São Gonçalo como de Natal- RN. Este curso compreendeu a explanação e execução prática sobre confecção de massa cerâmica tipo faiança, técnicas de modelagem, preparo e engobe e pintura, finalizando com o preparo do vidrado e técnicas de aplicação. Foi elaborado um Plano de Atividades, no qual são registradas a metodologia e as técnicas empregadas nestas aulas, o qual encontra-se descrito neste relatório.

No presente relatório foi compilado todo este processo, bem como os seus resultados, ao término dos quais estão as considerações finais e os anexos com imagens do material produzido em São Gonçalo do Amarante.

Em 1938 São Gonçalo do Amarante foi finalmente elevado à condição de cidade, contudo sua emancipação política só é obtida em 1958 no governo de Dinarte Mariz.

Apesar de estar no limite com a cidade de Natal, São Gonçalo do Amarante apresentou uma evolução lenta até a década de 1970, quando foi alvo de atenção em virtude de possuir áreas propícias para a implantação de indústrias (inclusive da instalação do Distrito Industrial), e a partir da década de 1980, funcionando como área de expansão urbana de Natal, juntamente com os municípios de Parnamirim, Macaíba e em seguida Ceará-Mirim, numa área metropolitana que já vinha sendo chamada de grande Natal.

O município de São Gonçalo do Amarante é um importante pólo produtor de cerâmica utilitária, decorativa e escultórica com forte potencial para o crescimento – dada a existência de reservas de argila do tipo terracota (ou massapé, preta) nas proximidades, bem como de uma cultura de artesãos (muito bem difundida por todo o estado do Rio Grande do Norte) – e como consequência para a geração de emprego e renda para a população local.

O SEBRAE – RN, constatando este potencial de crescimento do município, se propôs a realizar uma consultoria junto à Cooperativa de Artesanato Potiguar (COOPAP), objetivando incrementar e adequar a produção artesanal do local às exigências do mercado externo (representado, sobretudo, por lojas de artesanato, de decoração, comércios voltados ao turismo, encomendas particulares e eventuais turistas que visitam a cidade).

O grupo em questão, a COOPAP existe há cerca de oito (08) anos, em regime de cooperativismo, e a quantidade de cooperados foi e continua não sendo constante ao longo dos anos.

No decorrer do ano de 2004, a cooperativa vinha passando por um processo interno de reestruturação no intuito de definir mais claramente os seus setores administrativo e produtivo, além de repensar seu próprio processo produtivo, que apresentava uma série de entraves tanto de cunho técnico como de pessoal (estes problemas já haviam sido apontados pela professora e ceramista Regina Guedes, quando de uma consultoria junto à COOPAP em junho de 2004)

A produção atual da cooperativa encontra-se muito vinculada à demanda de encomendas (vez que a cooperativa já existe há alguns anos e trata-se de um ponto de referência estadual do artesanato cerâmico) eventualmente de alguma peça escultórica mais elaborada, contudo, via de regra, estas encomendas são por peças utilitárias bastante tradicionais (tais como tigelas, cumbucas, travessas, vasos, garrafas, conjuntos

de painéis) ou decorativas (os chamados suvenires, compostos por miniaturas de animais e frutas nativas e em períodos de festas, produtos temáticos como presépios natalinos, coelhinhos da Páscoa, etc).

De modo geral, o quadro encontrado na cooperativa era o seguinte:

- 1) de um número reduzido de artesãos realmente preparado (tecnicamente falando) para intervenção de design no tocante à forma de novos produtos;
- 2) a necessidade de criação de novos produtos para abarcar novos nichos comerciais alavancando a produção e conseqüentemente a venda destes produtos;
- 3) a existência de um considerável estoque de peças cerâmicas (no caso, composto por encomendas particulares cujos compradores desistiram de adquirir) que poderiam passar por um processo de reciclagem para tomar novas roupagens, novos usos e ser reintroduzido no mercado;
- 4) problemas no processo produtivo e na qualidade do material cerâmico utilizado na cooperativa (problemas estes já sinalizados pela professora Regina Guedes);
- 5) e finalmente a existência de um grupo de pessoas (tanto de Natal como de São Gonçalo do Amarante) inexperientes, interessadas em aprender todo o processo de produção cerâmica.

Dentre as várias possibilidades de trabalho identificadas junto a este grupo, foi pensado num trabalho de intervenção de design para o grupo mais antigo na COOPAP, e um curso de formação de ceramistas para o grupo novo.

Para tanto, foi solicitado ao SEBRAE – RN uma listagem de materiais para trabalhar na oficina de intervenção de design e na de formação de ceramistas, bem como a sugestão dos respectivos fornecedores, que encontram - se logo abaixo:

Figura 17 – Listagem de Materiais Solicitados para oficina de Design em São Gonçalo do Amarante

Fonte: Elaboração da autora, 2004

Material	Fornecedor	Valor	Quant.	Total
Tinta acrílica na cor verde	Tac Art	7,89	01	7,89
Tinta acrílica na cor azul	Tac Art	7,89	01	7,89
Tinta acrílica na cor amarela	Tac Art	7,89	01	7,89
Tinta acrílica na cor vermelha	Tac Art	7,89	01	7,89
Tinta acrílica na cor preta	Tac Art	7,89	03	23,67

Cola Tenaz extra	Tac Art	9,45	02	18,90
Verniz vitral na cor azul da prússia	Tac Art	2,38	02	4,76
Verniz vitral na cor madrepérola	Tac Art	2,38	02	4,76
Verniz vitral na cor amarelo cádmio	Tac Art	2,38	02	4,76
Verniz vitral na cor verde folha	Tac Art	2,38	02	4,76
Bastão de cola quente	Silk Festas	0,50	50	25,00
Pistola de cola quente	Silk Festas	10,00	02	20,00
Pigmento para tinta lavável (amarelo, vermelho, verde, azul, marron, laranja)	Lotus	2,00	06	12,00
Trincha $\frac{3}{4}$	Lotus	0,80	15	12,00
Tinta Lavável Coralar Branco neve	Lotus	19,25	01	19,25
Lâmina de serra Starret	Lotus	2,10	01	2,10
Arco de serra	Lotus	4,90	01	4,90
Coralit Acrílica Branco Neve lata	Lotus	17,71	01	17,71
Coralit Acrílico Azul Del Rey lata	Lotus	17,71	01	17,71
Verniz acrílico Coral (à base de água)	Armazém Pará	39,58	01	39,58
TOTAL		263,42		

Figura 18 – Listagem de Materiais Solicitados para Grupo de Formação em São Gonçalo do Amarante

Fonte: Elaboração da autora, 2004

Material	Fornecedor	Valor	Quant.	Total
30 kg de argila forte para cada participante	Cooperativa	-	500 kg	-
Rolo de cozinha	supermercado		20	
Palito de churrasco	supermercado	2,59	03	7,77
Palito de dente	supermercado	-	02	-
Engobe natural de várias cores	grupo	-	-	-
Vasilhas de plástico e baldes	supermercado	-	20	-
Luva fina (cirúrgica)	-	-	20	-
Máscara	-	-	20	-
Par de esquadros de plástico transparente (45° e 60°)	Loja da impressão	-	20	-
Régua de plástico de 50 cm	Loja da impressão	-	20	-
Bloquinho de papel branco	-	-	20	-

Lápis grafite	Loja da impressão	0,60	20	12,00
Borracha	Loja da impressão	0,50	20	10,00
Pincel macio para aquarela em 2 tamanhos	Loja da impressão	-	20	-
Trincha ¾	Lotus	0,80	20	16,00
Saco de lixo 20l	supermercado	-	60	-
Cera de carnaúba ou similar	supermercado	-	02	-
Esponja	supermercado	-	20	-
Areia	Lótus	12,00	-	12,00
Prego tamanho médio	Lotus	5,75	1 kg	5,75
Pigmentos para engobe artificial (azul, verde, amarelo e preto)	Cerâmica Pascoal	-	3 de cd cor	-
Gesso de secagem rápida	Casa do Gesso	7,00/ 40 kg	5 sc	35,00
Lona de algodão grosso de 2 larguras	Brito Retalhos	7,40	20 m	148,00
Madeirite 10 mm	Esquadria S. Francisco	58,00	3 fls	174,00
Folha de MDF 10 mm	Esquadria S. Francisco	89,00	1 fls	89,00
Caulim	Cerâmica Potiguar	1,00/ kg	150 kg	150,00
Peneira de trama fina (100 ou 80)	O Pescador	15,00	05	75,00
Vidrado alcalino de alta temperatura	Cerâmica Pascoal		20 kg	
Resíduo de porcelana não queimada	Cerâmica Potiguar	-	100 kg	-
TOTAL				

TELEFONES PARA CONTATO:

Lótus – 217-2888

Armazém Pará – 213-4333

Casa do Gesso – 653-3756

Britos Retalhos – 201-0112

Esquadria São Francisco – 653-2313

Cerâmica Potiguar – 643-1304/ 9974-6993 (Arimatéia)

O Pescador - 213-0798/ 223-3326

Cerâmica Pascoal – rua Jorge Tibiriça, 565ª - Vl. Mariana, próximo ao metrô Santa

Cruz; cep: 04126-001. São Paulo; fone: 11-5574-5104/ fax: 11 – 5571-1175;

www.pascoalmassas.com.br; pascoal@pascoalmassas.com.br

No capítulo seguinte deste relatório, serão explicitadas com mais detalhamento quais foram as atividades realizadas com estes grupos, algumas considerações finais acerca do trabalho desenvolvido e finalmente imagens da oficina e dos produtos finais.

3.2.2 Atividades Realizadas

3.2.2.1 Intervenção de Design

No primeiro dia, foi ministrada uma aula de caráter mais teórico, buscando explicar o que seria visto na oficina, a metodologia a ser empregada, bem como foram trabalhados alguns conceitos como “design”, “artesanato” e feita análise de alguns trabalhos produzidos pelo grupo, antes da intervenção de design.

Em seguida, foram passadas à turma algumas noções de artesanato, de acordo com o trabalho “Artesanato, Design, Identidade”, desenvolvido por um grupo de designers a pedido do SEBRAE. Foram explicitadas as repercussões da globalização no artesanato; as dificuldades competitivas para o artesanato; os pontos favoráveis e oportunidades; o conceito de artesanato e as diversas tipologias (arte popular, artesanato indígena, tradicional, conceitual, de referência cultural, produtos típicos, trabalhos manuais e o industrianato – e após as explicações de cada um, o grupo chegou ao consenso de que seriam uma mescla entre o “artesanato tradicional” o “artesanato de referência cultural” e o “industrianato”).

Logo após, foram comentadas algumas maneiras de se aprimorar a produção artesanal, como por exemplo, através da pesquisa e aplicação de referências culturais (que podem ser obtidas por meio da Arte, Arquitetura, Artefatos, Folclore e Ambiente), a questão da iconografia regional, da aplicação de técnicas de composição e estudo de cores, objetivando o equilíbrio e a harmonia dos produtos e finalmente, tentando agregar valor aos produtos (desenvolvendo campanhas promocionais, melhorando a apresentação comercial, desenvolvendo embalagens personalizadas e explicitando seu valor cultural).

Após esta aula teórica, foi solicitado que cada artesão pegasse três objetos que ele (a) tivesse produzido e deixasse sobre suas mesas, e sempre visualizando estes, fizesse uma avaliação destes produtos (levando em consideração o público alvo destes produtos, ou seja, lojas de artesanato, de decoração, comércios voltados ao turismo,

encomendas particulares e eventuais turistas que visitam a cidade), de acordo com as seguintes categorias, determinadas pela consultora: “Originalidade”; “Dimensões”, “Resistência/ Durabilidade” e “Identidade Local”.

Os produtos analisados pelos artesãos compreendiam os seguintes: travessas, bandejas, vasos, panelas, miniaturas (como sapinhos, porquinhos, patinhos, galinhos, cisnes, dentre outros), todos produzidos em cerâmica do tipo terracota.

Após uma breve exposição dos objetos analisados, foi feito um resumo geral a respeito dos produtos expostos pelos artesãos, e todos concordaram com os resultados apresentados, a saber:

1) ORIGINALIDADE: os produtos confeccionados pelo grupo não se destacam de outros que podem ser produzidos em qualquer outro lugar do Rio Grande do Norte ou mesmo Nordeste brasileiro, de forma que existe forte concorrência e muito próxima, dada a falta de produtos mais originais do local, que possibilitem um caráter mais especial, único às cerâmicas confeccionadas ali.

2) DIMENSÕES: não houve muitas críticas acerca deste item, pois mesmo sendo muito pequenas ou muito grandes, existe um cuidado na estrutura das peças (até pelo fato de serem muito tradicionais e assim sendo, são formas muito estudadas, muito trabalhadas); além disto as encomendas são as mais variadas: existem os que fazem pedidos de peças com até dois (02) metros de altura e muitas vezes a própria pessoa que encomenda se responsabiliza pelo transporte da mesma.

3) DURABILIDADE/ RESISTÊNCIA: pode-se colocar de início que o trabalho de argila por si só apresenta grande fragilidade, com muito risco de se quebrar. Muitas vezes se a peça resistir bem ao transporte, possui muita durabilidade.

A questão do transporte e em especial da embalagem ideal para o transporte de peças de cerâmica tem representado um grande desafio para os designers de embalagens: trata-se de um problema ainda em discussão e sem resultados definitivos. Na falta desta embalagem apropriada, este acondicionamento do artesanato cerâmico tem sido feito com papel tipo jornal e caixas de papelão.

4) IDENTIDADE LOCAL: o maior problema identificado nos produtos da cooperativa foi a falta de uma identidade local, o fato da cerâmica produzida na cooperativa não trabalhar com elementos da iconografia potiguar ou trabalhar com formatos já bastante disseminados, tornando os produtos “comuns”, peças que poderiam ter sido produzidas em qualquer outro lugar do nordeste ou mesmo do Brasil.

Considerando este último problema de falta de uma identidade local, ficou marcado para o dia seguinte uma visita às matas existentes nas redondezas da cooperativa, para coletar da paisagem nativa alguns elementos (tais como sementes, folhas, troncos, fibras dentre outros), que pudessem ser aplicados nas peças ou que servisse de inspiração para outras formas.

Finalizando os trabalhos deste primeiro dia, foi solicitado que os artesãos separassem na mesa de trabalho todas as encomendas que ficaram em estoque, peças que não foram vendidas e que estavam sem perspectiva de o serem.

Estas peças foram agrupadas em possíveis conjuntos (como travessas, castiçais e pratos) e outras peças decorativas (miniaturas em geral e placas) e se iniciou a pintura conforme os conjuntos separados.

No segundo dia, foi feita a visita às matas nas proximidades da cooperativa e foram recolhidos cipós, troncos secos, algumas sementes, palha de coqueiro, de palmeira, sementes de mamonas e alguns búzios.

Na parte da tarde e no dia seguinte, aconteceu a parte prática da oficina de design; foram feitas colagens de miniaturas em placas, criando quadrinhos para cozinha; e foram criados conjuntos para mesa, com castiçais e vasos, os quais foram pintados e aplicadas algumas sementes e palhas/ fibras, dando um caráter regional e sofisticado às peças.

A oficina, entretanto, não pôde ser continuada, pois, como mencionado na introdução deste relatório, o número de artesãos trabalhando nesta tarefa foi-se reduzindo aos poucos e sendo desviado para a produção das encomendas da cooperativa, inviabilizando o prosseguimento desta intervenção.

Foi pensada então uma outra forma de intervir junto à cooperativa e se propôs a realização de uma oficina de formação de grupo para surgimento de novos artesãos, e esta experiência foi executada, sendo descrita no sub-item deste relatório, a seguir.

3.2.2.2 Formação de Grupo

Nas aulas de formação do novo grupo de ceramistas, procurou-se fornecer algumas informações que seriam novas inclusive para os artesãos mais antigos da COOPAP, objetivando desta maneira, fomentar o entrosamento e a troca de experiências entre os dois grupos.

Num primeiro momento foi ministrada uma aula teórica explicando todo o processo da confecção de peças cerâmicas, ou seja, desde a preparação da massa cerâmica, os processos e técnicas de modelagem, a pintura das peças, a primeira queima, a aplicação de vidrados ou vernizes e a segunda queima.

Foram explicados ainda, em detalhe, cada uma destas etapas e o material a ser utilizado em cada um destes momentos; tais informações serão também descritas neste relatório, por fazerem parte das atividades realizadas na oficina.

Dentro das informações passadas à turma, foi colocada ainda a diferença entre os diversos tipos de argila e, em especial, a diferença da cerâmica produzida até então na cooperativa (a terracota, por sua temperatura de queima não ultrapassar 900°C, não pode receber o vidrado alcalino, sofre, portanto, apenas um processo de queima) e a que seria produzida nesta oficina (a faiança, que incorpora uma porcentagem de caulim, de modo a suportar temperaturas mais elevadas e desta feita, poder receber o vidrado, passando neste caso, por dois processos de queima).

Tendo sido explicado em teoria o que seria produzido na oficina, deu-se início à produção de massa cerâmica. Foi solicitado que cada aluno pegasse um balde e as luvas cirúrgicas, e procurassem dissolver argila com água, manualmente. Ao término deste processo, o conteúdo de cada balde (argila dissolvida) foi passado por peneiras para remover pedrinhas ou outras matérias orgânicas. Em seguida, esta pasta foi colocada para secagem em grandes lonas existentes na cooperativa.

Para agilizar este trabalho, foi explicado que se poderia utilizar um equipamento denominado “moinho de bola”, que serve para pulverizar a argila; com o barro transformado em pó, torna-se mais fácil lavá-lo e formulá-lo.

O passo seguinte foi executar caixas quadradas em madeirite, de modo a servirem de fôrma para a confecção de placas de gesso – as quais agilizam o processo de secagem da argila úmida (sendo usadas no lugar das lonas até então empregadas).

Quando estas caixas ficaram prontas, foram forradas com sacos de plástico e foram cheias com a mistura de gesso e água, com consistência pastosa. Foram produzidas quatro (04) placas de gesso – a cooperativa se comprometeu a confeccionar mais outras placas de gesso no decorrer do curso.

Enquanto as placas de gesso e as argilas limpas secavam ao sol, deu-se início às aulas de modelagem, para que não houvesse perda de tempo no programa do curso.

Como os alunos não conheciam técnica alguma de modelagem, deu-se preferência ao trabalho com a argila do tipo terracota (argila que a cooperativa trabalha normalmente à qual é adicionada apenas a goma, sem maiores preocupações com quantidades muito precisas) e deixou-se a argila do tipo faiança (que estava sendo produzida neste curso) para ser trabalhada ao término da oficina de modelagem, quando as pessoas tivessem maior apuro técnico e maior cuidado no acabamento das peças.

As técnicas de modelagem passadas ao grupo foram as seguintes: modelagem a partir da bola (técnica indígena primitiva); modelagem com rolos; com placas; com uso de moldes; peças retilíneas. Na aprendizagem desta última técnica específica, foi explicado o que é e para que serve a barbotina (argila em estado quase líquido, que deve ser aplicada como espécie de “cola” entre placas cujas superfícies de contato estejam devidamente arranhadas).

Enquanto as peças estavam sendo produzidas a partir das técnicas de bola e de rolos, a argila limpa secou; esta foi então quebrada manualmente em pedaços menores e condicionadas em sacos plásticos. Foi lavada uma maior quantidade de argila, sendo desta vez postas para secar nas placas de gesso, que já estavam prontas.

Após as duas técnicas seguintes (modelagem a partir de placas e com o uso de moldes), a segunda levada de argila também secou. A argila foi quebrada e foi feita a formulação com caulim, na proporção de 30% de caulim (material não plástico) e 70% de argila (material plástico). Esta é a fórmula mais simples para a produção de faiança.

Foi colocado para o grupo que, com a produção de muitas peças defeituosas, que são normalmente descartadas na cooperativa, podia-se produzir “chamote”, que trata-se de um outro material que pode ser incorporado à massa, fazendo parte da categoria “não plástica”. Desta forma, a formulação poderia ficar 10% de chamote, 20% de caulim e 70% de argila.

Dada a falta de balança de precisão na cooperativa, buscou-se trabalhar com formulações em porcentagens múltiplos de dez (10) tendo em vista facilitar os cálculos e a compreensão de proporção da massa cerâmica tipo faiança. Desta forma, podia-se trabalhar com quantidades cujas unidades fossem baldes, copos, etc, mantendo proporções como 1 copo de chamote, 2 de caulim 7 de argila, (1:2:7), ou 2:4:17, etc.

Depois da última técnica, a de realização de peças retilíneas, foi pedido que cada um produzisse uma última peça em terracota com a técnica que achasse mais conveniente, de livre escolha do aluno.

Para encerrar o ciclo de aprendizagem de modelagem, foi feito um exercício que foi denominado de “peça-desafio”: foram distribuídas revistas com peças cerâmicas produzidas por artistas de todo o mundo, foi solicitado que cada um escolhesse a que achasse mais interessante, que lhe causasse mais impacto, e que tentasse, a partir das técnicas apreendidas no curso, reproduzir esta peça, sendo fiel às proporções do modelo original, não precisando, contudo reproduzir seu tamanho exato (algumas peças escolhidas tinham vários metros de altura).

Foi durante o processo de aprendizagem das diversas técnicas de modelagem e em especial destas duas últimas atividades, que se pôde verificar uma certa facilidade de algumas pessoas para determinados trabalhos; pôde-se dividir a turma de acordo com estas afinidades, a saber: peças utilitárias decorativas; miniaturas (em especial bijuterias); e esculturas.

Dentro desses três grupos, os alunos finalmente criaram suas peças em argila do tipo faiança, que posteriormente seria vitrificada. Nesta parte da oficina, foi-se começando a alertar os alunos para os problemas de acabamento, para começar a refletir acerca de problemas estruturais (sobretudo ao grupo que se interessou pela parte de escultura) e sobre a fragilidade de determinadas formas (a argila por si só já se trata de um material extremamente quebradiço, e os alunos deveriam evitar, dependendo da finalidade daquela peça, exacerbar mais ainda este caráter de fragilidade).

Antes do processo de vitrificação, contudo, haveria uma primeira queima, e para isso, as peças já deveriam ter sido pintadas com os engobes conforme o aluno desejasse.

Foi pedido para quem pudesse, que recolhesse de um dos barreiros das praias de natal, argilas coloridas, procurando separá-las de acordo com suas cores, para que os pigmentos não se misturassem, as quais seriam tratadas em sala de aula para produzir os chamados engobes naturais.

Após as três lavagens e decantação das respectivas cores (foram produzidas na oficina engobes de cor lilás, rosa, laranja, branco e vermelho), estas foram utilizadas na pintura das peças já secas, porém ainda não queimadas numa primeira vez.

Enquanto o vidrado não chegava na cooperativa para início do módulo seguinte (de preparo e aplicação de vidrado), os alunos ficaram a vontade para produzir mais peças (sem a presença da consultora) com a argila faiança que eles haviam

formulado ao longo do curso e a cooperativa responsabilizou-se pela primeira queima destas peças.

Assim que o vidrado chegou na cooperativa, deu-se prosseguimento ao curso de vidrado. Num primeiro momento foi passada a preparação do vidrado e em seguida, suas várias formas de aplicação de acordo com as dimensões e formato de cada peça.

Os alunos isolaram as partes da cerâmica que ficaria em contato direto com o forno (com o uso de óleo de cozinha) para que o vidrado ao fundir não aderisse ao interior do forno inutilizando-o; em seguida aplicaram o vidrado em suas peças.

Houve, contudo um problema técnico para a concretização da etapa final do processo de vitrificação das peças: o forno elétrico existente na cooperativa não atinge a temperatura mínima necessária para fundir o vidrado (aproximadamente 1.200°C), de forma que as peças saíram do forno da mesma maneira que entraram.

De toda maneira, já puderam ser verificadas algumas diferenças mesmo em biscoito (ou seja, depois de uma primeira queima, sem o vidrado) das massas cerâmicas produzidas até então na cooperativa e as que foram formuladas na oficina; as produzidas na oficina tinham uma coloração levemente mais clara, suportavam a queima no ponto de biscoito em temperatura mais elevado (1.050°C) e o som produzido pela cerâmica (quando mais próximo ao som de vidro, maior é a qualidade da cerâmica) era mais límpido, cristalino, se comparado ao produzido pela cerâmica original da cooperativa.

De modo geral, as peças tinham um aspecto de melhor acabamento – mesmo tendo sido por pessoas a princípio sem experiência no artesanato cerâmico; esta massa cerâmica em mãos mais apuradas produzirá, sem sombra de dúvidas, peças de uma qualidade superior à produzida até então na COOPAP.

3.2.3 Algumas Considerações

A intervenção de design junto à COOPAP teve uma série de nuances e particularidades em relação a outras intervenções realizadas ao longo deste ano; em primeiro lugar, o fato de se ter trabalhado praticamente com dois grupos distintos e para cada qual, ter sido desenvolvido atividades e metas bem diferenciadas; as metodologias aplicadas também foram diferentes: no primeiro grupo já se possuía a habilidade no trato com a matéria prima, técnicas e instrumentos (de tal forma que foi focado a introdução de novos elementos e formatos de novas peças), ao passo que no segundo

grupo, ainda estavam no início, se familiarizando com a consistência da argila e suas potencialidades (assim, foram trabalhadas técnicas preliminares de modelagem).

O fato dos artesãos da COOPAP já terem bastante experiência e fazerem se seu artesanato a sua principal fonte de renda, dificultou uma intervenção de design mais consistente; uma vez que a demanda gerada pelas encomendas aparentemente é grande, havia uma preocupação constante em terminar as atividades para poder dar conta destas encomendas pendentes (e com um clima de pressão, de preocupação para terminar a atividade, o artesão não se permite criar, refletir sobre o que está fazendo, tornando a oficina bem menos produtiva).

Já com o segundo grupo, a oficina para formação de ceramistas, esta preocupação com o horário não existiu; as pessoas estavam bem mais interessadas nas atividades, e muitas vezes se ultrapassou o horário de término da oficina para esclarecimentos eventuais de dúvidas ou para que se concluísse a modelagem ou pintura de alguma peça.

Uma outra particularidade nesta intervenção de design diz respeito às modificações no processo produtivo e à qualidade do produto final da cooperativa. Desde uma visita anterior da professora e ceramista Regina Guedes, foi elaborado um relatório apontando uma série de melhoramentos que deveriam ser feitos na cooperativa, objetivando otimizar sua produção.

Os problemas verificados no local diziam respeito ao layout do galpão de produção, a ausência de alguns instrumentos/ ferramentas importantes (tais como lona de algodão, placas de gesso, mais bancadas de trabalho, estecos, engobes, dentre outros) e problemas na qualidade do produto final (foi realizado pela professora Regina Guedes um estudo do nível de retração da argila local, através da queima em diversas temperaturas de corpos de prova em argila, e, tendo sido identificada esta retração, foram feitas algumas sugestões de formulação com acréscimo de caulim à argila, de modo a produzirem cerâmica do tipo faiança, sobre a qual é possível aplicar vidrado).

Buscou-se na medida do possível, sanar alguns desses problemas requisitando ao SEBRAE alguns destes instrumentos/ ferramentas. Após a realização destas oficinas, a COOPAP conta com este material e o incorporou ao seu processo produtivo.

Ainda com relação a instrumentos e ferramentas de trabalho, parece haver um problema no que se refere ao manuseio e manutenção dos mesmos na cooperativa. Numa análise geral, parece haver uma confusão entre os pertences pessoais e os da

cooperativa: quando a ferramenta de trabalho “vem de casa” e pertence ao artesão, este cuida do instrumento, manuseia com mais cautela e ao término do trabalho faz a limpeza do mesmo.

Por outro lado, se a ferramenta é da cooperativa, verifica-se um certo descompromisso: muitas vezes não se devolve o instrumento ao lugar de origem nem se faz sua limpeza (isto é mais visível na utilização de baldes, facas, tecidos e pedras de polimento). Uma vez que o trabalho com argila produz muitos resíduos (tanto de barro em si, como de cinzas, cacos de cerâmica, etc.) e o layout produtivo da cooperativa ajuda na desorganização do espaço, a consequência é a perda de uma série de instrumentos, sobretudo de peças pequenas (como por exemplo, as pedras de polimento e pincéis, que literalmente “somem” nos refugos de argila).

Infelizmente esta visão de que “o que é de todos não é de ninguém” é uma ideologia absolutamente arraigada na cultura brasileira, desde nossa colonização, contextualizada no próprio sistema capitalista, e modificar esta forma de pensar/ agir para uma outra oposta, em que se trabalhe em prol do bem do grupo leva tempo; e se considerarmos, além disso, a rotatividade das pessoas que participam da cooperativa, aí sim as dificuldades aumentam. Nesse sentido, o trabalho de conscientização de grupo na COOPAP deve ser constante, contínuo.

Com relação à questão da rotatividade de pessoal, é uma característica marcante a faixa etária muito jovem do grupo, girando em torno de 15 a 25 anos; em outras palavras, são muitos poucos os artesãos que trabalham na COOPAP realmente a mais de dois anos ao menos e com maturidade e comprometimento na realização de um trabalho mais profissional.

Um exemplo negativo desta situação foi a véspera de um dos dias de oficina na cooperativa, quando houve um desentendimento interno entre alguns artesãos – aprendizes e uns quebraram ou esconderam peças dos outros. Neste mesmo dia à noite, José Santana (o mestre-artesão e atual administrador da COOPAP) pediu que o grupo ficasse até mais tarde para uma reunião e pediu que a consultora participasse da mesma.

Em um dado momento eu pedi a palavra e disse que daria minha opinião não como professora ou consultora, mas como alguém novato, que tivesse ido fazer o curso na cooperativa, tivesse gostado da infra-estrutura existente e com interesse de ingressar na cooperativa. No meu depoimento, eu disse que não tinha confiança de deixar uma peça minha na cooperativa, porque depois de um dia de trabalho, quem me garantiria

que alguém não quebraria ou esconderia meu trabalho? Que um local de trabalho assim nunca iria pra frente, porque as pessoas ficam sempre com uma sensação de insegurança; que já existiam muitos outros problemas na cooperativa para que ainda os próprios artesãos criassem outros.

No dia seguinte, a cooperativa estava diferente: os artesãos que estavam na reunião no dia anterior estavam todos logo cedo trabalhando; não havia produção de peças nos locais de circulação (em geral eles pouco se importavam se estavam impedindo a passagem ao deixar peças para secar nos corredores da oficina); o espaço de trabalho estava limpo e estavam todos em silêncio, concentrados em sua atividade. Foi uma grata surpresa.

Mais tarde conversando com um artesão, perguntei se eles haviam ficado chateados com a conversa no dia anterior, e ele disse que não, mas que foi um choque para eles escutarem que não dava para se ter confiança de que eles não quebrariam as peças (existe um certo código interno de respeito ao trabalho de outro artesão, que eu até então desconhecia; se alguém quebra a peça do outro, além de ter de pagar por aquela peça, às vezes fica suspenso da atividade, ou seja, a quebra de algum trabalho é levada muito a sério no grupo), e isto sendo observado e dito por alguém de fora do grupo os alertou para a imagem que estava sendo passada da cooperativa, de modo que eles resolveram “passar mais confiança”, demonstrando serem profissionais mais sérios, mais organizados.

Contudo, se pessoas externas ao grupo não prosseguirem continuamente apontando estes problemas, eles terminarão voltando às más condutas; e estes alertas devem ser feitos sempre por pessoas diferentes, por profissionais diversos. Com o tempo, se constrói uma familiaridade, e em especial os mais novos, param de ouvir os conselhos dos mais velhos (sobretudo se estes conselhos forem sempre “broncas” por coisas erradas que estejam sendo feitas com frequência, como é o caso da relação atual entre o mestre artesão da COOPAP e os demais aprendizes).

Sempre que trabalho com grupos de atividades manuais procuro nortear as atividades chamando atenção para um cuidado ecológico: por exemplo, para se evitar o desperdício de material (tendo este sido adquirido pelo grupo ou não), para a organização e limpeza do local da área de trabalho e para procurar interagir mais com o meio ambiente (começar a olhar mais para o entorno de suas casas e trabalho procurando elementos interessantes – como sucata – que pudesse ser usado como

instrumento de trabalho; ou ainda pedras e plantas que fornecessem sementes ou cascas bonitas que pudessem ser usadas, etc) buscando elementos que pudessem imprimir um caráter especial em seu trabalho.

No caso de São Gonçalo do Amarante, verificaram-se quatro (04) ações deste conceito que denomino “conduta ecologicamente correta de trabalho”: o uso de sucata, engobe natural, desperdício interno e visita à mata.

A sucata foi utilizada em todo o processo de modelagem, e foi mais enfaticamente aplicada no grupo de formação de ceramistas (este material usado consistiu em garrafas do tipo pet, jornal, gravetos, arame, esponja, tecidos velhos, escovas de dente, etc.)

O engobe natural (pigmento usado para pintar as peças cerâmicas antes da primeira queima), que foi coletado pelo grupo na praia da Via Costeira em Natal, foi lavado e peneirado. A Cooperativa já conhecia o engobe pronto, mas foi de acordo com eles, surpreendente a descoberta de que podiam eles próprios produzir seu engobe (algumas pessoas alertaram para a possibilidade de a cooperativa produzir e comercializar este pigmento, vez que agora conheciam seu processo de fabricação). O processo é todo manual, sem uso de outros componentes químicos ou poluentes, e sendo extraído do local, pode se tornar um diferencial da cerâmica produzida em outros estados do Brasil.

Com relação ao desperdício interno foi apontado – o que já era muito claro – o desperdício de barro, que incrustava todas as superfícies de trabalho da cooperativa, e que poderia ser removido, lavado e reutilizado, afinal de contas, era a matéria prima principal deles e pela qual eles pagavam.

Foram colocados ainda dois outros tipos de “refugo” que a cooperativa jogava fora e que poderia ser reaproveitado: as cerâmicas cozidas e as cinzas dos fornos. As cerâmicas que se quebravam, os cacos, poderiam ser transformados em pó e utilizado como chamote na produção de massa cerâmica para faiança. Já as cinzas (resíduos das queimas no forno à lenha) podem ser aplicadas tanto na massa cerâmica (para dar-lhes mais plasticidade) como poderia ser utilizada como adubo (sendo repassado em parceria para outros produtores).

Esta última sugestão ocorreu quando se observou a parceria que a cooperativa tem com carroceiros e produtores de coco – que lhes fornecessem as cascas ou “catembas” de coco, as quais a COOPAP utiliza no lugar de troncos de árvores, uma

decisão mais ecológica e, segundo José Santana, mais prática, pois as “catembas” são menores e mais fáceis de se jogar ao fogo do que os troncos que ainda precisariam ser cortados.

Finalmente a visita às matas que ajudam o artesão a olhar em sua volta e descobrir elementos no meio ambiente local que poderiam ser aplicados direta ou indiretamente em sua produção cerâmica.

Como foi dito inicialmente, a cooperativa precisa de um acompanhamento sistemático para fortalecer a consciência de grupo, precisa de assessoria para dar prosseguimento às melhorias técnicas de produção e dado seu volume de trabalho, precisa estabelecer uma equipe somente administrativa, que gerencie encomendas de peças, contabilidade, pagamentos, atendimento ao cliente, dentre outras atividades ditas de escritório, liberando os artesãos para o trabalho artesanal propriamente dito – que é que os artesãos de fato dominam.

3.2.4 Imagens da Oficina



Figura 19 – Oficina em S. Gonçalo
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 20 – Oficina em S. Gonçalo
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 21 – Oficina em S. Gonçalo
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 22 – Oficina em S. Gonçalo
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 23 – Oficina em S. Gonçalo
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 24 – Oficina em S. Gonçalo
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 25 – Oficina em S. Gonçalo
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 26 – Oficina em S. Gonçalo
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 27 – Oficina em S. Gonçalo
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 28 – Oficina em S. Gonçalo
Autoria: Adriana Borba, 2004

3.3 MONTE ALEGRE

O presente relatório aborda uma experiência de intervenção de design no núcleo de artesanato do Município de Monte Alegre, no Rio Grande do Norte, ocorrida no período de 08 a 23 de dezembro de 2004, totalizando trinta e seis (36) horas de consultoria, prestada pela Arquiteta Urbanista e Especialista em Design Estratégico Adriana Carla de Azevedo Borba, com apoio financeiro e institucional do SEBRAE – RN.

Foi solicitado à consultora, o desenvolvimento de novas linhas produtos (tais como conjunto de panelas e aparelho de jantar) em cerâmica do tipo terracota, a ser confeccionado pela comunidade local, voltado ao turista que visita a região. Diagnosticada esta demanda, foi agendada uma visita preliminar ao grupo de artesanato, no intuito de identificar sua forma de produção, materiais empregados, utensílios/ferramentas de trabalho que utilizam, metodologia de trabalho que as artesãs adotam na realização de suas atividades, dentre outros aspectos particulares do grupo, que pudessem intervir nas novas linhas de produtos propostas.

Após a realização da visita e posterior diagnóstico da produção local, foi elaborado um Plano de Atividades, o qual encontra-se descrito neste relatório.

Entre os dias 08 e 23 de dezembro de 2004, ocorreu a intervenção de design na referida comunidade e neste trabalho foi compilado todo este processo, ao término do qual estão as considerações finais e anexos com imagens do material produzido em Monte Alegre.

3.3.1 Diagnóstico Preliminar

O município de Monte Alegre localiza-se na região agreste do estado do Rio Grande do Norte, há aproximadamente 56 quilômetros de Natal. O seu acesso principal se dá pela BR 101, no sentido sul, após o posto da Polícia Rodoviária Federal, tomando o acesso à direita.

Desde 1737 há registro de pessoas vivendo no território hoje designado Monte Alegre. Neste período, havia no local uma fazenda chamada “Quirambu”, que logo reuniu um povoado ao redor de suas atividades agrícolas e pecuárias.

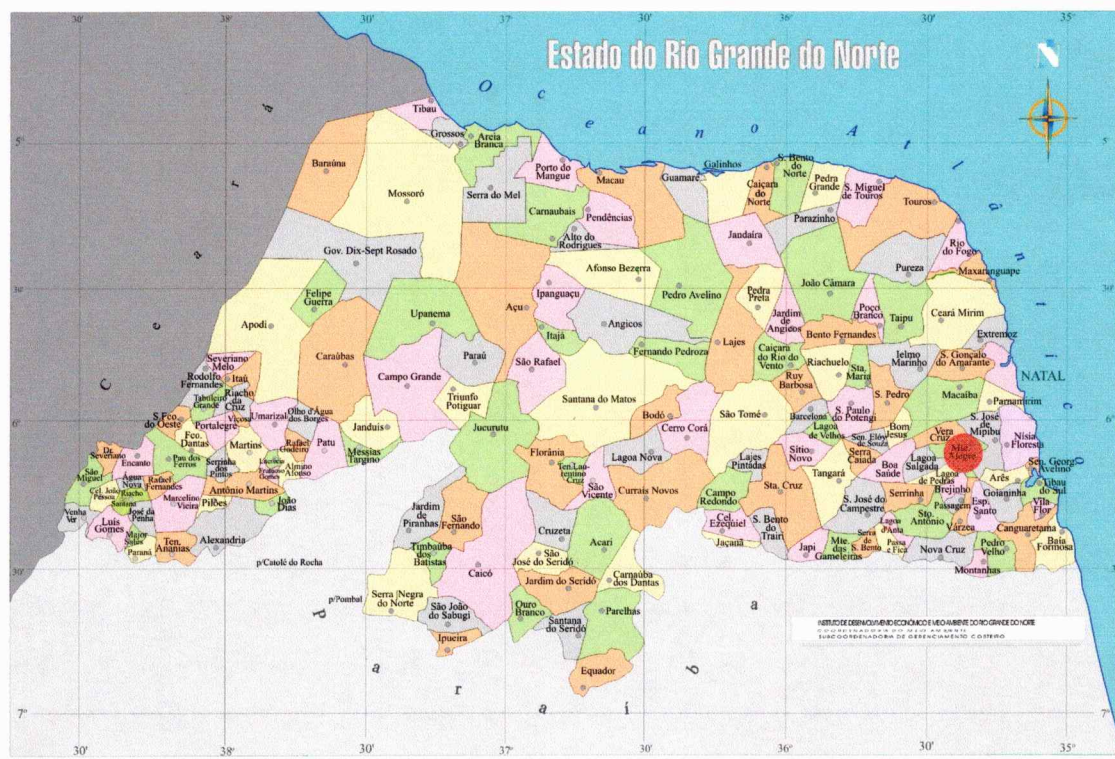
Por volta do século XIX, a localidade foi apelidada de “Bagaço” dado o acúmulo de resíduos da cana de açúcar produzida pelo engenho rústico de propriedade do comerciante Antônio Miranda. Somente no final do século XIX a localidade passou a se chamar Monte Alegre.

Em 1943 foi criado o distrito de Monte Alegre, pertencente a São José de Mipibu e dez anos depois, Monte Alegre conquistou sua emancipação política. Atualmente a cidade conta com 18.874 habitantes e tem uma área total é de 221 km².

A oficina de intervenção de design aconteceu mais precisamente na

Figura 29 – Mapa do RN localizando Monte Alegre

Fonte: http://www.idema.rn.gov.br/ae00/graf_mapas/MAPA%20POLÍTICO%20DO%20RN.jpg, acesso em agosto de 2004



comunidade de Sobrado II, conhecida nas redondezas pela tradicional atividade das louceiras (mulheres que trabalham na confecção de louças em argila do tipo terracota).

O processo produtivo desta comunidade consiste na extração da argila, limpeza manual de impurezas, modelagem, secagem e queima. A particularidade neste processo é que as louceiras fazem sua modelagem sentadas no chão, de modo completamente manual (sem o uso de torno ou estecos), e somente utilizam algum instrumento para os acabamentos finais das peças.

Quando numa visita anterior à da realização da oficina propriamente dita, pôde-se constatar que apesar da precariedade das instalações (até o presente momento o prédio da associação ainda não havia sido concluído, e desta maneira, as louceiras trabalham em separado, cada um no chão de suas próprias residências) e dos instrumentos de trabalho, a qualidade da cerâmica produzida é muito boa; as panelas e vasos são bastante regulares e com um acabamento muito bom.

A produção local é composta em sua maioria por peças utilitárias e eventualmente peças escultóricas (especialmente em datas comemorativas, como na época do natal, quando são produzidos vários presépios), todas executadas em argila do tipo terracota.

Para a intervenção de design junto a este grupo, foi pensado na criação de novos conjunto de louças (composto por duas panelas, duas travessas, pratos, bules, xícaras e pires), totalizando dois conjuntos e de conjuntos de peças de toucador (conjunto para banheiro, composto por saboneteira, toalheiro, porta algodão, porta cotonete, e porta escova e pasta de dentes).

Além desta intervenção de design, pensou-se em introduzir algumas ferramentas/ instrumentos que pudessem ser incorporados paulatinamente aos seus processos tradicionais de produção, e também repassar para as ceramistas a técnica de modelagem de vasos relitínios.

Esta oficina foi fruto de uma parceria entre o SEBRAE – RN (fornecimento da consultoria) e da Prefeitura de Monte Alegre (que providenciou o material utilizado na oficina).

Desta forma, foi solicitado à Prefeitura de Monte Alegre uma listagem de materiais para serem trabalhados na oficina, que encontram - se logo abaixo discriminados:

Figura 30 – Listagem de Materiais Solicitados Intervenção de Design em Monte Alegre

Fonte: Elaboração da autora, 2004

Material	Fornecedor	Valor	Quant.	Total
30 kg de argila forte para cada participante	Cooperativa	-	500 kg	-
Rolo de cozinha	supermercado		20	
Palito de churrasco	supermercado	2,59	03	7,77
Palito de dente	supermercado	-	02	-
Vasilhas de plástico e baldes	supermercado	-	20	-
Régua de plástico de 50 cm	Loja da impressão	-	20	-

Bloquinho de papel branco	-	-	20	-
Lápis grafite	Loja da impressão	0,60	20	12,00
Borracha	Loja da impressão	0,50	20	10,00
Pincel macio para aquarela em 2 tamanhos	Loja da impressão	-	20	-
Trincha $\frac{3}{4}$	Lotus	0,80	20	16,00
Saco de lixo 20l	Supermercado	-	60	-
Saco de lixo 50l	Supermercado	-	60	-
Esponja de cozinha	Supermercado	-	20	-
Lona de algodão grosso de 2 larguras	Brito Retalhos	7,40	20 m	148,00
TOTAL		-		

No capítulo a seguir será descrito a metodologia aplicada nesta oficina de intervenção de design, assim como as atividades realizadas e seus resultados, concluindo este relatório com algumas considerações finais sobre o trabalho desenvolvido e finalmente imagens da oficina e dos produtos finais.

3.3.2 Atividades Realizadas

Este item do relatório descreverá as atividades realizadas na oficina de intervenção de design ocorrida na cidade Monte Alegre – RN.

Inicialmente houve uma conversa informal com o grupo, na qual foram feitas as apresentações (pediu-se que elas dissessem se já trabalhavam com barro ou não, há quanto tempo trabalhavam e as que estivessem na oficina somente como ouvinte) e em seguida foram passados alguns conceitos de design e de artesanato de forma bem prática.

Para abordar a questão de design, a consultora trouxe para a sala de aula alguns produtos (a saber: odorizador de ambiente, desodorante, vidro decorativo para cozinha, gloss labial, hidratante corporal e uma cerâmica do tipo marajoara) sobre os quais foram tecidos alguns comentários e introduzidas algumas discussões.

Foi colocado o que seria cada produto e porque a consultora havia trazido tais objetos para a sala de aula – ou seja, que aspectos de design estes produtos incorporavam, porque eles apresentavam um diferencial em relação aos seus concorrentes de mercado.

Uma das artesãs então, comentou que “era muito bonito fazer aqueles objetos em vidro, em plástico, mas como fazer coisas bonitas como aquelas na cerâmica de Sobrado?!”

A consultora explicou então que existia como trabalhar aquelas mesmas idéias de design em qualquer tipo de artesanato; que isso ia implicar, contudo, em pensar de forma diferente, em mudar a função de algumas peças tradicionais ou trazer novas formas para objetos de uso cotidiano. E que para fazer intervenções de design era preciso que se identificasse que tipo de artesanato o grupo produzia, pois cada grupo demandava uma intervenção específica.

Dessa forma, foram passadas à turma essas noções de artesanato, de acordo com o trabalho “Artesanato, Design, Identidade”, desenvolvido por um grupo de designers a pedido do SEBRAE. Foi explicitado as repercussões da globalização no artesanato; as dificuldades competitivas para o artesanato; os pontos favoráveis e oportunidades; o conceito de artesanato e as diversas tipologias (arte popular, artesanato indígena, tradicional, conceitual, de referência cultural, produtos típicos, trabalhos manuais e o industrianato – e após as explicações de cada um, o grupo chegou ao consenso de que seriam uma mescla entre o “artesanato tradicional” o “artesanato conceitual”).

Em seguida, foram comentadas algumas maneiras de se aprimorar a produção artesanal, como por exemplo, através da pesquisa e aplicação de referências culturais (que podem ser obtidas por meio da Arte, Arquitetura, Artefatos, Folclore e Ambiente), a questão da iconografia regional, da aplicação de técnicas de composição e estudo de cores, objetivando o equilíbrio e a harmonia dos produtos e finalmente, tentando agregar valor aos produtos (desenvolvendo campanhas promocionais, melhorando a apresentação comercial, desenvolvendo embalagens personalizadas e explicitando seu valor cultural).

Foi passado ainda, em linhas gerais, o que seria trabalhado na oficina: primeiro, ia lhes repassar uma técnica de modelagem possivelmente desconhecida por elas, a execução de uma peça retilínea a partir de moldes; com essa técnica elas fariam conjuntinhos de três vasos decorativos, com o mesmo formato mas tamanhos diferentes.

Na sequência, a segunda etapa de trabalho, foi repassada para cada artesã a confecção de um conjunto de louças (composto por duas panelas, duas travessas, pratos, bules, xícaras e pires), e um conjunto de toucador (conjunto para banheiro, composto

por saboneteira, toalheiro, porta algodão, porta cotonete, e porta escova e pasta de dentes).

Ainda nesse primeiro dia a consultora desenhou com caneta marcadora em folhas de jornal os novos moldes dos vasos a serem trabalhados no dia seguinte. Enquanto elas recortavam, a consultora executou um protótipo em menor escala de uma peça mais simples, para que elas compreendessem o processo de execução da peça através do molde. Foi solicitado então que elas trouxessem barro para a oficina do dia seguinte.

No dia seguinte foi executado o vaso retilíneo com molde: cada uma produziu duas placas de argila (foi ensinado, para a realização dessas placas, a utilização do rolo de cozinha, que torna a superfície da placa mais lisa do que a simples batida da palma da mão), as quais foram recortadas no formato do molde (o molde é posto sobre a placa e seu contorno é decalcado com o uso de uma faca ou estile).

Em seguida mediram os lados da peça, exceto os equivalentes ao fundo e à boca do vaso, usando um barbante ou uma tira de saco plástico. Depois foram produzidas mais duas placas com comprimento igual ao medido previamente; a largura e a espessura foram determinadas pela consultora (cada peça tinha proporções que pediam larguras diferentes, quer por questões estéticas, quer por questões estruturais). Com a ajuda de outra artesã, os quatro lados foram colados. Quando a peça ficou mais seca, suportando ficar “em pé”, foi feita mais uma última placa quadrada para servir de fundo do vaso.

Tendo realizado uma das peças – todas começaram pela peça de maior dimensão – elas iniciaram a confecção das peças menores, uma vez que agora já compreendiam o processo. Algumas artesãs aperfeiçoaram prontamente o método de produção das peças menores, por exemplo, realizando simultaneamente o corte de duas placas de argila, sobrepondo-as. Outras, à medida que cortavam, faziam a ranhuras nas bordas das peças laterais a serem coladas; algumas cortaram previamente os barbantes nos comprimentos das laterais das peças que, por sua natureza sinuosa, resultam em comprimentos maiores do que a altura resultante da peça em si. Por fim, elas se apropriaram da técnica e a adaptaram conforme sua preferência, comodidade e experiência.

No dia seguinte, ainda empolgadas com a nova técnica, as artesãs pediram para desenhar novos moldes para a confecção de novos vasos. Novos formatos foram então

desenhados e repassados às artesãs. Juntamente com esses, foram também entregues croquis de conjuntos de toucador a serem executados no mesmo dia.

Elas foram deixadas à vontade para que cada uma montasse seu próprio planejamento de execução das peças. Foi esclarecido que não havia necessidade de utilizar a técnica recentemente aprendida, mesmo por que os formatos das peças propostas eram facilmente executáveis com suas técnicas tradicionais.

Eventualmente alguma artesã requisitava a consultora para o esclarecimento de questões relacionadas a formatos ou dimensões das peças. Em outras ocasiões a consultora intervinha no trabalho para efetuar eventuais correções. A partir desse momento, a intervenção de design adquiriu um ritmo de trabalho personalizado, pois cada uma alcançou um objetivo diário a ser alcançado (em virtude de algum outro compromisso que elas tivessem assumido: por exemplo, se alguma sabia que faltaria no dia seguinte, já tirava dúvidas sobre as peças seguintes e levava a peça que acabara de fazer para fazer o acabamento em casa) e sabiam que ao término da oficina deveriam ter confeccionado um conjunto de vasos decorativos (pelo menos três), um conjunto de louça (total de oito peças) e um conjunto de toucador (compreendendo seis peças no total).

Com este sistema muitas vezes ocorreram alterações em formas de peças que acabaram dando origem a outros objetos (vasos decorativos, cinzeiros, etc) que, apesar de não terem seguido o protótipo original, geraram resultados interessantes. Nestes casos pediu-se a continuação do novo resultado conseguido, desde que fosse completado o conjunto projetado inicialmente.

3.3.3 Algumas Considerações

Ao término da oficina, ficou muito claro uma certa divisão das artesãs a respeito da preferência metodológica e das atividades realizadas ao longo da oficina. Enquanto o grupo de artesãs mais idosas não se sentia à vontade com a nova técnica introduzida no início da parte prática, o grupo das mais jovens se sentia bem mais estimulado.

No segundo momento da oficina, apesar de todas terem produzido as peças com suas técnicas tradicionais e algumas terem se surpreendido com alguns detalhes de acabamento (inicialmente estranhas no processo de modelagem, mas bonitas quando

queimadas as peças), percebeu-se que as mais idosas, além de se sentirem mais à vontade desenvolviam as peças mais rapidamente.

Um comportamento um tanto contraditório foi observado em algumas das artesãs mais idosas: ao mesmo tempo em que achavam difíceis as novas técnicas ensinadas (e algumas simplesmente se recusaram a aplicá-las) não queriam fazer as peças da maneira tradicional, pois de tal maneira “elas já conheciam”. Surgiu daí a questão: se elas não queriam aplicar as novas técnicas nem as antigas, o que elas gostariam de fazer?

Não se sabe se esse impasse ocorreu pelo baixo nível de escolaridade, o que se observou de imediato no primeiro contato (algumas não sabiam escrever o próprio nome) – daí a parte teórica da oficina ter sido feita de forma mais interativa do que expositiva, diferentemente de outras oficinas – ou se pela natural falta de interesse e compromisso por não compreender a importância dessa oficina como novo diferencial em sua produção.

Na própria apresentação aos novos instrumentos e ferramentas na primeira atividade prática da oficina, verificou-se, que em geral, as mais novas buscam mesclar sua técnica tradicional com o que foi visto na oficina — o que surtiu uma melhora no acabamento do produto final. Algumas artesãs comentaram que o uso do rolo de cozinha, por exemplo, fez com que o tempo de polimento das peças tenha reduzido.

Algumas artesãs, como mencionado no capítulo anterior, ficaram muito entusiasmadas com as novas técnicas que foram passadas na oficina, pedindo para ficarem com os moldes desenhados e requisitando à consultora a confecção de novos formatos.

Outro fato que chamou à atenção foi o grande interesse pela oficina por parte das artesãs com muitas encomendas (e que conseguem se manter com o retorno financeiro adquirido com suas atividades) ao passo que as artesãs que não têm tantas encomendas freqüentaram muito pouco às aulas. Daí pode-se inferir que as artesãs mais empreendedoras e de maior sucesso em suas atividades reconhecem a importância da reciclagem e do estudo para incrementarem seus negócios.

Espera-se que o sucesso, mesmo que somente para alguns artesãos os que participaram mais ativamente das oficinas, sirva no futuro como fonte de inspiração e exemplo para os demais, que passem assim a se interessar mais por oficinas, palestras, etc. se for o caso, que esses artesãos mais empreendedores incorporem os demais nos

seus processos produtivos, de modo que o retorno financeiro seja repassado para todo o grupo, não mais se concentrando em um grupo reduzido de artesãos.

3.3.4. *Imagens da Oficina*



Figura 31 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 32 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 33 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 34 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 35 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 36 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 37 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 38 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Adriana Borba, 2004



Figura 39 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 40 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 41 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Napoleão Nunes, 2004



Figura 42 – Oficina em Monte Alegre
Autoria: Napoleão Nunes, 2004

4 ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS

Neste item serão analisadas e comparadas três intervenções de design em grupos de artesanato ocorridos no ano de 2004 entre os meses de agosto e dezembro. Estas intervenções foram feitas em cidades do estado do Rio Grande do Norte (a saber Galinhos, São Gonçalo do Amarante e Monte Alegre) sob a orientação da consultora do Sebrae – RN, a arquiteta e urbanista Adriana Carla de Azevedo Borba.

A seguir serão descritos resumidamente em forma de tópicos, os procedimentos metodológicos/ atividades identificados em cada uma destas intervenções:

Galinhos:

Aula teórica

- ❖ Exposição da ementa da oficina, a metodologia a ser empregada;
- ❖ Noções de Design através da leitura e discussão em grupo de um artigo;
- ❖ Aula expositiva sobre artesanato sobre como aprimorar a produção artesanal;
- ❖ Aula expositiva sobre como o design pode intervir no processo produtivo;
- ❖ Análise de Produtos confeccionados pela associação feito em grupos;

Aula Prática

- ❖ Subsidiadas por “exercícios de casa”
- ❖ Pintura de quadrinhos com o tema geometrização da paisagem local (a partir de observação), utilizando cores que representariam a cidade e tecido ou trama nativo;
- ❖ Texturização gráfica em caixas de MDF (técnica diferente para cada sub grupo) e uso de colagem de elementos nativos;
- ❖ Técnica de pintura “jacarelado” e texturização com massa acrílica em outra caixa;
- ❖ Técnica livre, com a qual mais se identificaram;
- ❖ Avaliação geral da oficina;
- ❖ Esboços de idéias para a logomarca, logotipo e embalagem;

São Gonçalo do Amarante:

1) Intervenção de Design**Aula Teórica:**

- ❖ Aula expositiva com conceitos como “design”, “artesanato”;
- ❖ Aula expositiva sobre artesanato sobre como aprimorar a produção
- ❖ Análise individual de alguns trabalhos produzidos pelo grupo;
- ❖ Avaliação geral a respeito dos produtos;
- ❖ Identificação de peças em estoque, peças que não foram vendidas;

Aula Prática:

- ❖ Visita às matas nas proximidades da cooperativa (coleta de elementos nativos)
- ❖ Oficina de design utilizando as peças de estoque e os elementos coletados nas proximidades da cooperativa;

2) Formação de Grupo**Aula Teórica:**

- ❖ Aula expositiva sobre processo da confecção de peças cerâmicas;
- ❖ Aula expositiva sobre as diferença entre os diversos tipos de argila;

Aula Prática:

- ❖ Produção de massa cerâmica;
- ❖ Confecção de placas de gesso;
- ❖ Aulas de modelagem em terracota simultâneas com a produção de massa
- ❖ Dicas de aproveitamento de material (argila, barbotina, chamote);
- ❖ Exercício que foi denominado de “peça-desafio”;
- ❖ Divisão da turma em áreas de interesse para criação de peças definitivas;
- ❖ Produção de engobes naturais;
- ❖ Preparação do vidrado e aplicação de acordo com as dimensões e formato de cada peça.

Monte Alegre:Aula Teórica:

- ❖ Conversa informal com o grupo e apresentação;
- ❖ Aula expositiva com conceitos de design, utilizando objetos para visualização dos conceitos;
- ❖ Aula expositiva com conceito de artesanato;
- ❖ Ementa da oficina: execução de uma peça retilínea a partir de moldes; e confecção de produto através de sua técnica tradicional;

Aula Prática:

- ❖ Execução da peça retilínea através do molde;
- ❖ Confecção das demais peças em escalas reduzidas;
- ❖ Elaboração de novos formatos de molde
- ❖ Execução dos conjuntos de toucador;
- ❖ Execução dos conjuntos de louças;

No que se refere aos resultados ou considerações finais, verificou-se uma maior variedade nos temas abordados em cada cidade. Logo abaixo, encontra-se uma síntese dos resultados mais significativos verificados nos relatórios analisados.

Galinhas:

- ❖ Diagnóstico do próprio grupo com análise de elementos positivos e negativos de sua produção;
- ❖ As “tarefas de casa” que as forçou a olhar sua cidade com mais cuidado;
- ❖ Repercussão na cidade destas atividades de casa;
- ❖ A mudança (para melhor) de atitude perante o espaço de trabalho e demais utensílios de artesanato;
- ❖ A utilização de materiais reciclados incorporados no processo produtivo;
- ❖ Quebra de paradigma no uso de materiais nativos da cidade, antes considerados “menos nobres”;
- ❖ A auto confiança e o novo ânimo em relação ao produto da oficina e ao potencial do grupo;

São Gonçalo do Amarante

- ❖ Particularidades: dois grupos distintos, com metodologias diferenciadas;
- ❖ Dificuldade na intervenção de design com o grupo mais experiente em virtude de suas encomendas pendentes;
 - ❖ No grupo de formação a oficina teve rendimento maior, houve mais interesse nas atividades;
 - ❖ Modificações no processo produtivo e à qualidade do produto final;
 - ❖ Uso inadequado de ferramentas quando estas pertencem à COOPAP;
 - ❖ Rotatividade de pessoal e faixa etária baixa, causando um descompromisso para com o trabalho na COOPAP;
 - ❖ Participação da consultora em reunião interna da COOPAP: resultado positivo;
 - ❖ Ações de “conduta ecologicamente correta de trabalho”: o uso de sucata, engobe natural, desperdício interno e visita à mata;
 - ❖ A COOPAP precisa de um acompanhamento sistemático para fortalecer a consciência de grupo, melhorar técnicas de produção e gerenciamento das encomendas;

Monte Alegre

- ❖ Divisão (por faixa etária) das artesãs com relação à preferência por atividades;
- ❖ Um comportamento contraditório de algumas artesãs que não queriam aplicar as novas técnicas nem as antigas;
 - ❖ Melhora no acabamento do produto final pelo uso de novas ferramentas; Algumas artesãs ficaram entusiasmadas com as novas técnicas;
 - ❖ Grande interesse pela oficina por parte das artesãs com muitas encomendas ao passo que as artesãs que não têm tantas encomendas freqüentaram muito pouco às oficinas;
 - ❖ Espera-se que o sucesso dos artesãos sirva como fonte de inspiração para outros;

Apesar de se ter trabalhado em grupos de artesanato de tipologias diversas (pintura/ biscuits e cerâmica), foi possível traçar conceitualmente um comparativo entre as diversas linhas de trabalho adotadas em cada oficina de intervenção. No que se refere à estrutura didática das intervenções, identificou-se uma base comum a todas as intervenções, foi a divisão de trabalho em dois blocos: um bloco de aulas teóricas e outro de aulas práticas.

Dentro do bloco de aulas teóricas verificaram-se ainda outras semelhanças: as aulas teóricas abordavam momentos de conceituação e esclarecimento acerca de “design” e “artesanato” e um momento mais interativo e participativo, quando foi classificada a que categoria artesanal o grupo pertencia e quando o grupo fez a análise de produtos (tais produtos foram produzidos pelo grupo – no caso de Galinhos e São Gonçalo do Amarante – ou indicados pela consultora – no caso de Monte Alegre).

As diferenciações mais significativas dentro do bloco de aulas teóricas ficaram por conta da metodologia de abordagem dos temas supracitados; o momento de conceituação de design em Galinhos foi feito em subgrupos a partir de leitura e análise de um texto seguidas pela avaliação de seus produtos. Em São Gonçalo foi através de aula expositiva e análise individual da produção do grupo. Em Monte Alegre foi uma mescla de aula expositiva e análise com a participação de todo grupo de produtos industrializados trazidos pela consultora.

Com relação às análises de produtos, observaram-se também diferenças de abordagem metodológicas nos três casos estudados. Houve análises de produtos produzidos tanto pelo grupo (Galinhos e São Gonçalo do Amarante) quanto produtos industrializados (Monte Alegre). No que se refere à quantidade de pessoas trabalhando simultaneamente na análise (individual no caso de São Gonçalo do Amarante; através de subgrupos em Galinhos e com toda a turma em Monte Alegre).

A exceção completa a esta estrutura ficou por conta do grupo de formação, em São Gonçalo do Amarante, cuja temática – apesar de ter se dado em dois blocos de aulas teóricas e práticas – era o aprendizado da técnica em si, não cabendo assim (em virtude do reduzido tempo de trabalho para um conteúdo tão amplo) questões pertinentes ao design ou artesanato, que ficariam para um momento posterior.

No que se refere ao bloco de aulas práticas, as diferenças são, notoriamente, mais significativas em primeiro lugar devido às tipologias de artesanato diferenciadas, e em segundo lugar devido às particularidades de cada grupo. Sem entrar no mérito da

atividade específica, pode-se, contudo, extrair um conjunto de idéias que norteiam todas as intervenções: o fato de primeiro se buscar observar a realidade local para depois se proceder algumas intervenções (muito nitidamente em Galinhos nas idas à praia e na coleta de elementos nativos para aplicação no trabalho e, em São Gonçalo do Amarante, a visita a uma mata nas proximidades da COOPAP) insere noções de uso da iconografia local; a ampliação de um trabalho meramente técnico para a abordagem também da compreensão humana e do diálogo acerca de problemas pessoais internos do grupo; a identificação e solução de problemas não só de produtos finais (que era a meta final da intervenção em todos os casos), mas também de processos (layout produtivo, limpeza, organização e outros).

Outro aspecto relevante identificado nas oficinas foi o processo de divisão do grupo maior em subgrupos, o repasse de técnicas individuais para cada subgrupo e a troca de informações entre os subgrupos: tal método permite que o grupo como um todo detenha mais conhecimentos e possibilita uma troca de informações, estimulando o diálogo e a troca de experiências.

Como não poderia deixar de ser, os resultados das oficinas apresentaram as considerações mais diferenciadas, reflexo das divisões dos próprios grupos; foram identificados relatos acerca da melhora de processos produtivos; de produtos finais e uso de materiais nativos; aspectos pessoais (formação de subgrupos dentro da intervenção, uns apresentando bom rendimento, outros rendimento insuficiente); sugestões para futuras intervenções em outras áreas (como a sugestão de acompanhamento sistemático proposto para o grupo de São Gonçalo do Amarante).

Numa análise geral pode-se dizer, a partir da investigação dos relatórios, que a oficina de intervenção de design que mais proporcionou resultados positivos foi a de Galinhos, seguida pela de Monte Alegre e por último a de São Gonçalo do Amarante. Aparentemente, este tipo de intervenção requer uma maior preparação educacional e de visão mercadológica que os grupos de artesãos, estudados nem sempre possuíam, de forma que em muitos casos não foi possível – através da análise somente dos relatórios de intervenção – detectar transformações tão expressivas nos grupos.

Tendo em vista que a análise proposta nesta pesquisa se proponha ao fornecimento de resultados mais qualitativos do que quantitativos, abre-se, ao término desta intervenção mais perspectivas/ desdobramentos passíveis de estudo: a análise de outros relatórios de intervenções realizadas pelo Sebrae – RN; a criação de um padrão

de relatório, com informações mais facilmente comparáveis; a criação de outro instrumento de análise que considere o distanciamento físico (no caso, do consultor) e temporal (para que o grupo absorva as idéias passadas na oficina); a análise de dados que permeiem também a obtenção de dados quantitativos (estatísticos), e a sugestão de que estes resultados sejam considerados quando do prosseguimento dos programas voltados ao artesanato.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artesanato, em especial o brasileiro, passa por uma fase muito positiva; é seu melhor momento desde o advento da Revolução Industrial, quando os objetos massificados produzidos em série compreendiam a maior parcela dos produtos adquiridos por consumidores do todo mundo. Os avanços tecnológicos baratearam o custo dos industrializados e as melhoraram as condições de transporte e comunicação, globalizando o acesso aos mais diversos bens de consumo.

Ao mesmo tempo, impulsionaram o surgimento de um novo mercado consumidor que em meio ao processo de globalização, ansiava pelo diferencial, pelo individual. O artesanato ressurgiu então para atribuir este diferencial, essa personalização que só as imperfeições do trabalho manual possibilitam.

Como reflexo deste movimento mundial de retomada do interesse pelo artesanal, surgem diversos programas governamentais – dentre eles o Programa Sebrae de Artesanato – que objetivam a promoção e capacitação de grupos de artesanato, instrumentalizando-os e renovando-os para o atendimento aos novos padrões do mercado.

Buscando compreender a implantação, o funcionamento e os resultados parciais do Programa Sebrae de Artesanato, procedeu-se ao estudo de caso de três experiências de intervenção de design no estado do Rio Grande do Norte (nas cidades de Galinhos, São Gonçalo do Amarante e Monte Alegre), ocorridas no ano de 2004 (entre os meses de agosto e dezembro), sob a orientação da consultora do Sebrae RN arquiteta e urbanista Adriana Carla de Azevedo Borba. Para tanto, foram utilizados os documentos denominados “Relatórios de Intervenção de Design” de cada experiência, elaborados pela consultora supra citada.

Através da análise comparativa dos três estudos de caso, sobretudo considerando os procedimentos didáticos e metodológicos, verificou-se a existência de uma estrutura de trabalho que dividiu as atividades em dois blocos: aulas teóricas e aulas práticas. Dentro do bloco de aulas teóricas, foram trabalhados conceitos de design e de artesanato, e feita a análise de produtos (sendo que a abordagem e o número de pessoas envolvidas na análise dos produtos foi variável; podendo ocorrer na forma de aula expositiva ou debate em grupo, envolvendo todo o grupo, sub grupos ou, individualmente, cada artesão).

A análise do bloco de aulas práticas mostrou-se mais complexas dadas as diferentes metas a serem atingidas em cada grupo, e as próprias particularidades de cada grupo (tempo de existência, experiência dos artesãos, faixa etária, escolaridade, disponibilidade para o trabalho, etc.).

Apesar desses entraves, pode-se ainda identificar um conjunto de idéias que direcionaram as intervenções pesquisadas: o uso da noção de iconografia local; o incentivo à reciclagem e ao reaproveitamento de materiais; à identificação e busca por soluções de problemas não só relativos ao produto final, mas também aos processos produtivos; o incentivo ao diálogo como forma de resolver conflitos pessoais; o estímulo à troca de informações e experiência a partir do ensino de técnicas diferenciadas para cada sub grupo dentro do mesmo processo de intervenção.

No que se refere aos resultados obtidos ao término das intervenções, verificou-se que as considerações finais são ainda mais diferenciadas, consequência das diferentes realidades de cada grupo. Esses resultados dizem respeito à melhoria de processos produtivos, melhorias de produtos finais; uso de materiais nativos antes ignorados; aspectos pessoais que eventualmente interferiam no processo de intervenção de design; e sugestões para intervenções em outras áreas.

Considerando os estudos de caso estudados, seus comparativos metodológicos e respectivos resultados, constatam-se as dificuldades de se estabelecer um procedimento padrão com os grupos de artesanato; suas particularidades tanto técnicas quanto pessoais inviabilizam a pré-determinação de atividades ou procedimentos fechados, que não permitam uma acomodação às realidades locais.

É possível, por outro lado, trabalhar alguns conceitos gerais que norteiem as atividades. Por exemplo: conceitos que foram introduzidos nos estudos de caso analisados e que se encontram detalhados no item 4 desta monografia.

Aparentemente – e este é um novo tema a ser pesquisado – a intervenção de design em grupos de artesanato requer uma maior preparação educacional e uma visão mercadológica por parte dos artesãos, para que atinja seus resultados de forma satisfatória; num trabalho como este, o ideal era que fosse suprimido o bloco de aula teórica e se centrasse na intervenção em si, o que ganharia tempo na prática propriamente dita.

Esta modificação, por outro lado, exigiria uma palestra ou oficina anterior que sanasse o despreparo teórico do grupo de artesanato. Pode-se ainda questionar os

objetivos/ metas dos programas governamentais de artesanato: sua finalidade é trabalhar intervenções pontuais, que sanam momentaneamente uma demanda do artesanato ou é formar grupos auto suficientes que consigam perceber e auto avaliar sua performance com o mercado, definir problemas e criar soluções?

O formato atual da intervenção parece só funcionar plenamente em grupos que têm uma certa vivência, percepção da realidade e estudo; grupos que só necessitam de um “ponta pé” inicial para despertar a criatividade e as maneiras de colocar seus idéias na prática.

Supõe-se, contudo, que para a grande maioria dos grupos de artesanato, o trabalho deve ser ampliado: dar conta do analfabetismo; de desenvolver a consciência de grupo; de fornecer noções básicas de economia, contabilidade, administração de empresas, etc (pois em geral, os grupos não tem como pegar profissionais de tais áreas para trabalhar integralmente em seus grupos); e sobretudo – possivelmente o mais importante – dar continuidade a essas ações.

Ressalta-se desta forma a importância desses programas para o desenvolvimento do país e em especial de seu povo; estas ações vêem no artesanato uma possibilidade de resgate social tão necessário e a tanto esperado no Brasil.

Acredita-se que uma das formas de otimizar as intervenções de design, seja o diagnóstico mais preciso das reais condições dos grupos de artesanato, antes de lhes propor intervenção de design e orientá-los para solução de seus problemas – quaisquer que sejam. Contanto não seja conclusiva, a presente pesquisa sinaliza para uma necessidade maior de maturação dos grupos de artesanato que sofrem (os sofreram) intervenção de design.

Ao término deste trabalho, identificam-se ainda muitos outros desdobramentos que carecem de investigação, tendo em vista abarcar o complexo objeto de estudo trabalhado, tais como: a análise de outros relatórios de intervenções realizadas pelo Sebrae – RN; a criação de um padrão de relatório, com informações mais facilmente comparáveis; a criação de outro instrumento de análise que considere o distanciamento físico (no caso, do consultor) e temporal (para que o grupo absorva as idéias passadas na oficina); a análise de dados que permeiem também a obtenção de dados quantitativos (estatísticos), e a sugestão de que estes resultados sejam considerados quando do prosseguimento dos programas voltados ao artesanato.

6 REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Maria Margarida. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 1999.
- BARROSO, Eduardo. **Artesanato, Design, Identidade**. Material didático utilizado na disciplina “Design no artesanato: necessidade e demandas” ministrada na FARN, julho de 2004.
- BORBA, Maria do Socorro de Azevedo, CARDOSO, Espedito. **Esquema para Descrição dos Casos de Sucesso**. Material didático produzido na Oficina Casos de Sucesso SEBRAE – RN. Natal, 2004.
- CARELLI, Gabriela. **Design – o Poder do Belo**. IN: Revista Veja. São Paulo: Globo. 26 de maio de 2004.
- CARREIRO, Patrícia Porto e REGO, Sônia. **Os Métodos de Investigação Científica**. Trabalho apresentado à disciplina de Metodologia do Trabalho Científico. Programa de Pós graduação em Arquitetura e Urbanismo, UFRN: Natal, 2004.
- CHIZZOTTI apud SILVA, Sheila, A. P. **A Pesquisa Qualitativa em Educação Física**. Disponível em: <http://www.efmuzambino.org.br/refeinet/revusp/edicoes/1996/uspvl0n1/8sheil.htm>. acessado em 20 de maio de 2004.
- FACHIN, Odélia. **Fundamentos de Metodologia**. São Paulo: Atlas, 1993.
- MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação dos dados**. São Paulo: Atlas, 1986.
- MEDEIROS, Renato e PANTOJA, Lílian. **Seminário Pesquisa Quantitativa e Qualitativa**. Trabalho apresentado à disciplina de Metodologia do Trabalho Científico. Programa de Pós graduação em Arquitetura e Urbanismo, UFRN: Natal, 2004.
- PROGRAMA DE ARTESANATO POTIGUAR. Disponível em: http://www.sine.rn.gov.br/proart/proart_artepotiguar.htm. Acesso em 08 de janeiro de 2005.

- SARMENTO, Christiane Finizola e MUNIZ, Maria Águeda. **Os Métodos de Pesquisa**. Trabalho apresentado à disciplina de Metodologia do Trabalho Científico. Programa de Pós graduação em Arquitetura e Urbanismo, UFRN: Natal, 2004
- SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE. Disponível em: http://www.setur.rn.gov.br/sao_goncalo_amarante.html. Acesso em 08 de janeiro de 2005.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 20 ed. Ver e ampl. São Paulo: Cortez, 1996.
- CITY BRAZIL. Disponível em: <http://www.citybrazil.com.br/rn/montealegre/>. Acesso em 08 de janeiro de 2005.
- ARTESANATO. Disponível na seguinte página de internet: <http://www2.rn.sebrae.com.br/modules/wfsection/article.php?articleid=6> Acesso em 08 de janeiro de 2005.
- CITY BRAZIL. Disponível em: <http://www.citybrazil.com.br/rn/sgoncaloamarante/>. Acesso em 08 de janeiro de 2005.
- GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE. Disponível em: <http://www.rn.gov.br/principal/cidades.asp?descricao=MONTE%20ALEGRE>. Acesso em 08 de janeiro de 2005.
- BORGES, Adélia. **Panorama Crítico do Design Brasileiro**. Apostila desenvolvida para o curso de Especialização em Design Estratégico promovido pela Universidade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte. Natal: FARN, 2004.
- SOUTO, Álvaro Guillermo G. **Design: do virtual ao digital**. São Paulo: Demais Editora; Rio de Janeiro: Rio Books, 2002, 110 p.
- PROGRAMA NACIONAL DE ARTESANATO. Termo de Referência. São Paulo: SEBRAE, 2004.
- BARROSO NETO, Eduardo. **O que é artesanato: Módulo I**. Apostila desenvolvida para o curso de Especialização em Design Estratégico promovido pela Universidade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte. Natal: FARN, 2004.
- VALLADARES, Clarival do Prado. **Artesanato Brasileiro**. Rio de Janeiro: FUNARTE, 3 ed., 1986, 165p.
- RIBEIRO, Berta G. et al. **O artesão tradicional e o seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: FUNDART/ Instituto Nacional do Folclore, 1983, 256 p.

BARROSO NETO, Eduardo. **Artesanato e Mercado: Módulo II**. Apostila desenvolvida para o curso de Especialização em Design Estratégico promovido pela Universidade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte. Natal: FARN, 2004.

ANEXO

O ESCANDALO DA ONG PETISTAS

Empresário íntimo de Lula e auxiliar de Lula e Dirceu se enroscam em notas fiscais



COD ASS 152876496-002 2004.021 VE

INTERNET: WWW.ASSINEABRIL.COM

ASSINANTE: [illegible]

NATAL

0111070000

Editora ABRIL - edição
ano 37 - nº 21 - R\$ 1,90
26 de maio de 2004



PARTICIPE!
A Abril
basta mais
sonhos.
LEMBRE-SE! PRÊMIOS E 3 CAS

Como o design,
o estilo e a aparência
se tornaram
fundamentais
no mundo atual,
decidindo o sucesso
ou o fracasso
de pessoas,
empresas e produtos

O PODER DA FORMA

EXEMPLAR DE
ASSINANTE
VENDA PROIBIDA

DESIGN

A beleza e o estilo ganham o centro das atenções no mundo de hoje e influenciam a economia, o comportamento e a cultura

Gabriela Carelli

“**S**ó as pessoas fúteis não fazem julgamentos baseados na aparência. O verdadeiro mistério do mundo são as coisas visíveis, não as invisíveis.” A frase acima, escrita pelo autor irlandês Oscar Wilde (1854-1900), atravessou um século sendo repetida apenas como uma provocação e soando para muitos quase como um insulto. Pois bem, neste começo de século e milênio ela define uma atitude que tem enorme peso nas relações pessoais e que é fundamental na definição de sucesso ou fracasso de carreiras, empresas e produtos. A arte de fazer coisas belas, o design, tornou-se um componente vital da economia moderna. O termo design, da língua inglesa, está dicionarizado em português e definido pelo *Dicionário Aurélio* como “concepção de um projeto ou modelo”. No mercado de trabalho em empresas de ponta e altamente competitivas, os designers são hoje mais bem pagos e admirados do que os engenheiros e administradores. Um dos primeiros estudiosos a detectar e explicitar essa tendência foi o guru econômico americano Tom Peters. Diz ele: “Posso escrever sem esforço uma centena de situações em que o design é decisivo no mundo. Ele varia da aparência física de um quarto ao artista que faz a maquiagem de um apresentador de televisão. As pausas e os improvisos brilhantes nos discursos de Winston Churchill e os computadores da Apple são materializações de excelência no design. O design é tudo aquilo que torna uma coisa cotidiana mais usável ou desejável.”

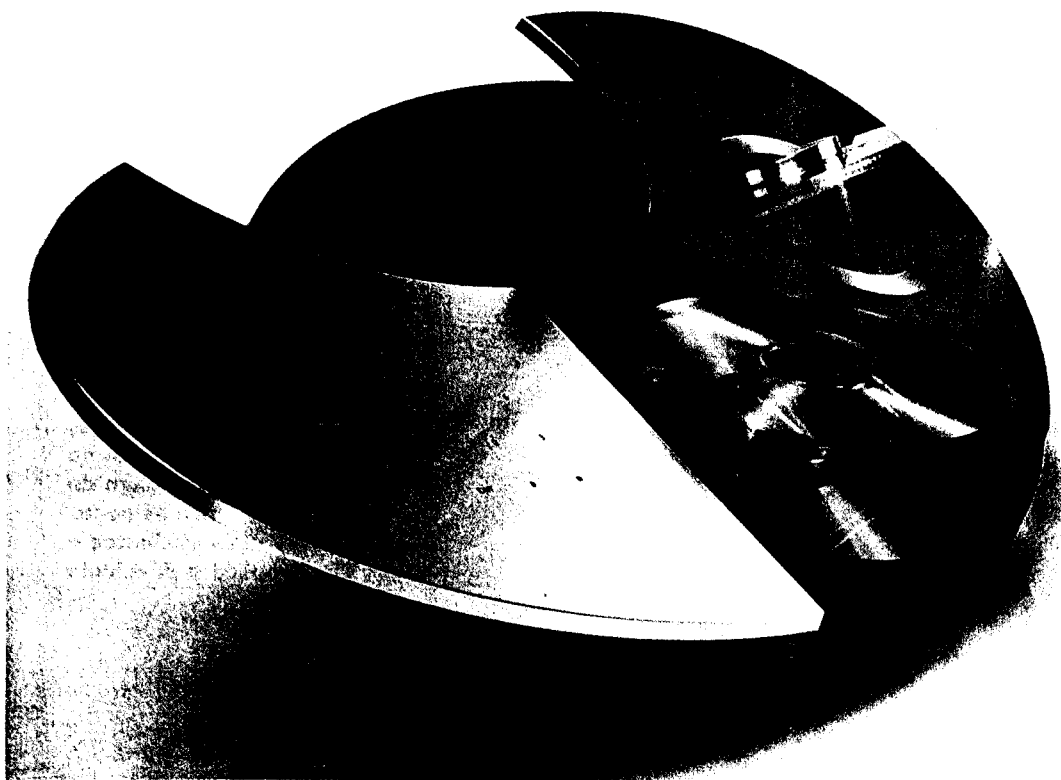


O NOVO QUE VIROU CLÁSSICO

Aspirador de pó *Dual Cyclone*,
de 1996, exposto no
Museu de Design de
Londres: entre as peças
mais eficientes e
ousadas do século

OPVULGAÇÃO

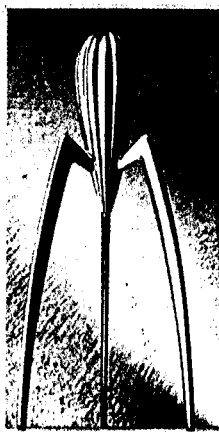
A FORMA E A FUNÇÃO
Versão reformulada do infusor de chá Bauhaus, de 1924, lançada pela italiana Alessi, e o novo tocador de CD e DVD da dinamarquesa Bang & Olufsen: o impacto das formas



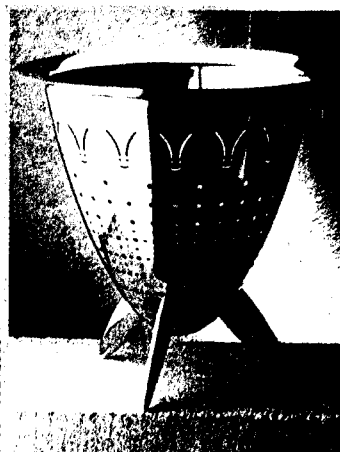
FOTOS DIVULGAÇÃO BANG OLUFSEN

Eu diria que viveremos daqui para a frente em um mundo em que a forma das coisas adquirirá mais e mais poder”.

Ao americano Steve Jobs, o chefe da empresa de computadores Apple, citada por Tom Peters, atribui-se o feito de ter salvado sua companhia da falência simplesmente desenhando produtos irresistíveis. O mais recente deles, o iPod, um pequeno tocador de músicas em MP3, tornou-se uma mania mundial e a grande fonte de receita da empresa de Jobs, superando os computadores Mac em unidades vendidas. Jobs tem uma definição de design que resume como poucos sua importância no mundo atual: “O design é a alma das criações humanas”. Pode ser um sacrilégio, mas, se não é a alma, o desenho de um produto tornou-se nos dias de hoje o principal componente de sua trajetória no mercado. A elevação de uma peça qualquer à condição de ícone e sonho de consumo ou seu esquecimento nas prateleiras das lojas depende muito mais da forma que de outras características. Diz Peters: “O design já foi apenas um departamento das indústrias onde se dava o acabamento aos produtos. Hoje ele é, ou pelo menos deveria ser, o centro das atenções de todos. O desenho da gravata do executivo principal, a forma da linha de monta-



FOTOS NICOLA ZOCCHI

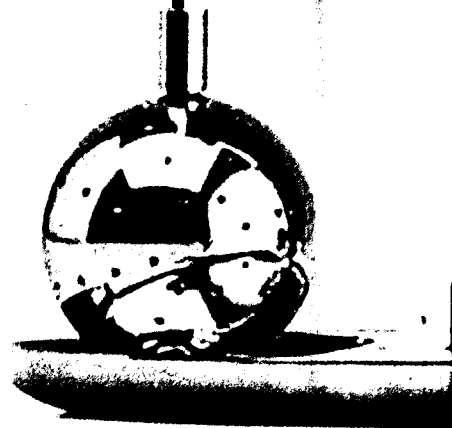


ESTÉTICA NA COZINHA

Espremedor de frutas (à esq.) e escorredor de macarrão, ambos do francês Philippe Starck: o glamour no dia-a-dia doméstico

gem, a capacidade de comunicação da logomarca da companhia ou a sinalização das portas de emergência fazem parte da mesma mensagem que a empresa emite para o público externo. É por esses sinais aparentes que ela será julgada”.

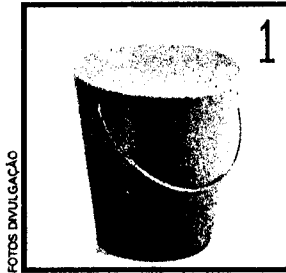
Até pouco tempo atrás, a palavra design evocava produtos de aparência ex-



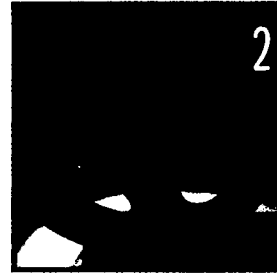
do
is,
ela
vo
/D
sa
m:
to
as

O QUE É, O QUE É?

A criatividade pode produzir ilusões de ótica. Tente identificar para que servem os objetos abaixo. As respostas estão no pé da página.



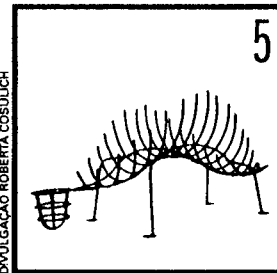
FOTOS DIVULGAÇÃO



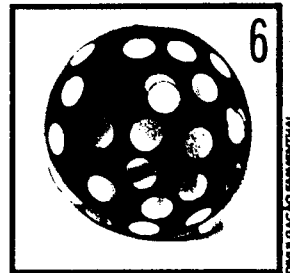
RON ARAD



DIVULGAÇÃO PHILIPPE STARCK



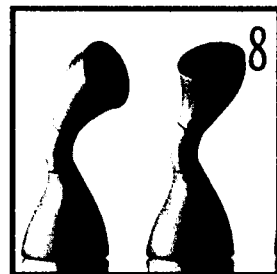
DIVULGAÇÃO ROBERTA COSULICH



DIVULGAÇÃO EMMENTHAL



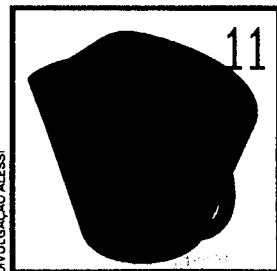
DIVULGAÇÃO PHILIPPE STARCK



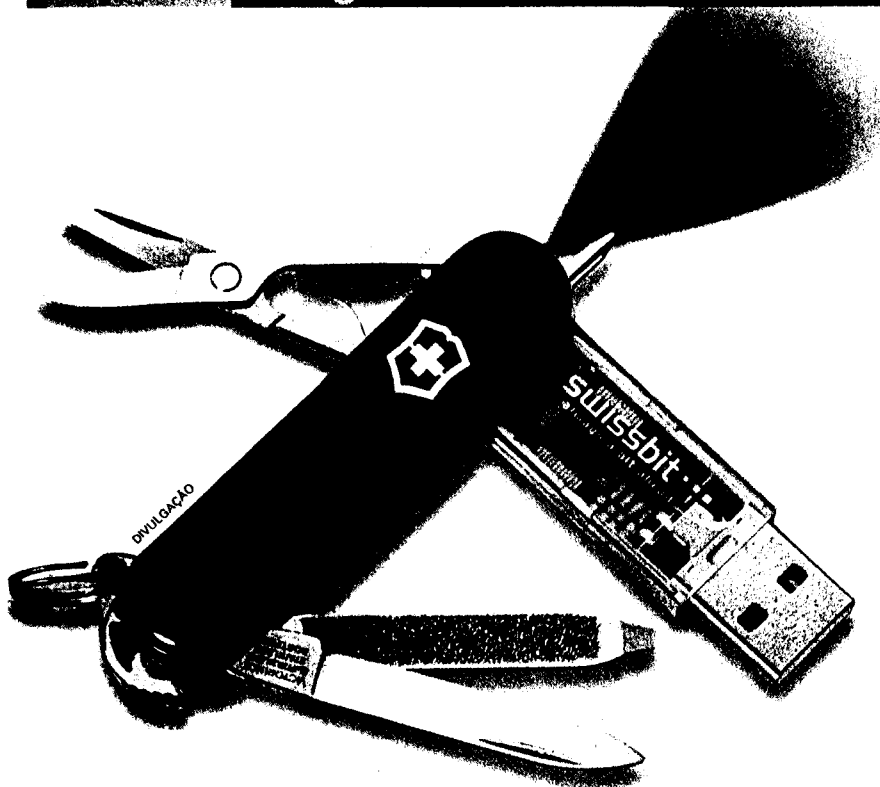
DIVULGAÇÃO ALESSI



DIVULGAÇÃO ALESSI



1. Banco que imita um balde, criado pelo belga Gabriele Pezzini
2. Cadeira de balanço *Ohvrid*, do israelense Ron Arad
3. Aspirador de pó portátil do italiano Stefano Giovannoni
4. Háltere do designer francês Philippe Starck
5. Escorredor de pratos criado pela brasileira Roberta Cosulich
6. Revisteiro de Roberta Cosulich. As revistas são enroladas e colocadas nos furos
7. Banco de alumínio *W.W. Stool*, do francês Philippe Starck
8. Luminárias *Nerflex*, da empresa Alva Lighting, feita de porcelana
9. Porta-gelo de aço com tampa de plástico criado pelo egípcio Karim Rashid
10. Escova de unhas *Candito*, do italiano Stefano Pivovano
11. Balde de gelo *Chirringuito Cooler*, do israelense Ron Arad
12. Luminária *Sentinel*, do belga Marc Savary, feita com anéis de aço



CANIVETE CIBERNÉTICO

Mesmo o tradicional canivete suíço foi reinventado: vem com cartão de memória com capacidade de até 128 MB

travagante e, sobretudo, caros. O conceito está hoje totalmente mudado. Pela primeira vez na história, o cuidado estético com objetos, aparelhos, prédios e ambientes não está restrito a uma elite social econômica ou artística, limitado a alguns segmentos da indústria, nem está sendo feito, usado ou adquirido para passar a idéia apenas de refinamento. O apelo estético está em todos os lugares, em todas as coisas e, felizmente, se tornou acessível a quase todos. A origem dessa popularização repousa, em boa parte, numa mudança de percepção por parte da indústria e do comércio. Tradicionalmente, a forma de um produto era mero complemento de sua funcionalidade. No desenvolvimento de um objeto utilitário ou um aparelho, apostavam-se todas as fichas em sua qualidade, eficiência e durabilidade — a aparência era um detalhe adiciona-



A VOLTA DE UM ÍCONE

A garrafa da Coca-Cola, lançada em 1915 e de novo no mercado: inspiração nas formas femininas

do no fim do processo. Criar produtos nos quais a probabilidade de surgir defeitos era próxima de zero foi o mantra entoado pelas corporações. O resultado é que, em inúmeros segmentos, os produtos concorrentes ficaram muito semelhantes. Como se diferenciar e chamar a atenção do consumidor para determinada marca? Resposta: fazendo com que o produto, além de cumprir bem sua função específica, atraia pela beleza, ou pelo estilo inusitado, ou por uma aparência identificada com o próprio jeito de ser e de pensar de seu usuário. Em suma, pelo design.

Essa nova configuração é a economia do design. Apesar do nome, não se trata de um mero fenômeno industrial e comercial, e sim de uma inédita confluência de tecnologia e cultura. A própria expressão design superou a definição original, ligada a peças únicas de decoração, e abrange agora um espaço amplo. Serve para tornar os ambientes de trabalho mais prazerosos, melhorando a produtividade das em-

A IMPORTÂNCIA DA BELEZA

A todo momento, mesmo sem perceber, fazemos julgamentos estéticos sobre o que enxergamos, sejam objetos, pessoas ou paisagens. Mas em que critérios se baseiam nossas avaliações? Em outras palavras, como definir a beleza? Eis aí uma questão que, através da história, preocupou filósofos e cientistas — e cada época deu uma resposta diferente a ela. As curvas da modelo Gisele Bündchen hoje deslumbram os homens e provocam inveja nas mulheres, mas nas duas últimas décadas do século XIX sua silhueta esguia seria considerada sinal de pouca saúde ou desleixo: bonitas mesmo eram as mulheres rechonchudas. Durante muitos séculos, beleza foi um conceito intrinsecamente ligado à geometria. "Os ideais matemáticos da beleza, a noção de que ela está ligada à unidade, à organização espacial e à ordem, nasceram na Grécia antiga, perpetuaram-se em outras culturas e até hoje, de certa forma, continuam a ser usados", diz a psicóloga Nancy Etcoff, da Universidade Harvard.

O filósofo grego Platão fez eco a Pitágoras, ao dizer que o belo residia no tamanho apropriado das partes, que se ajustavam de forma harmoniosa no todo, criando assim o equilíbrio. Esse ideal estaria personificado em Helena, pivô da Guerra de Tróia, episódio que pode ser visto atualmente no cinema em versão de Hollywood. De tão deslumbrante, Helena foi elevada à categoria de semideusa no celebre poema épico *Ilíada*, de Homero. Sabe-se que a beleza da rainha egípcia Nefertiti, exposta no Museu Amnófis IV, que viveu no século XVIII antes de Cristo, também se apoiava no equilíbrio das formas. O busto com sua imagem, hoje exposto no Museu Egiptológico de Berlim, mostra que tinha o semblante perfeitamente simétrico e perfil bem delineado, além de maçãs do rosto salientes e lábios carnudos — detalhes que remetem ao conceito grego de beleza feminina. A definição grega de beleza comportava ainda um outro conceito importante — o da harmonia. Em Homero, pode-se ler que o rosto de Afrodite, doze deuses por ela se apaixonaram, era como o de uma mulher, com o corpo de uma deusa. A beleza, portanto, não se tornava assim um ideal abstrato.



**AS MAIS
BELAS**
Gisele Bündchen, a atriz Diane Kruger como Helena de Tróia e a rainha egípcia Nefertiti: simetria e proporção nos traços



guido, principalmente na pintura renascentista. Também durante a Renascença, artistas como Leonardo da Vinci, Albrecht Dürer e Michelangelo passaram a utilizar uma equação matemática chamada proporção áurea — aplicada no projeto arquitetônico da maioria das grandes catedrais desde a Idade Média —, para ilustrar o conceito de que muito da beleza de homens e mulheres dependia das proporções entre a cabeça e o corpo. A escultura *Davi*, de Michelangelo, é um dos exemplos mais perfeitos da aplicação da proporção áurea.

Foi no século XVIII que nasceu a disciplina filosófica que leva o nome de estética e que se ocupa do belo e da arte. Na segunda metade do século seguinte, as explicações sobre a natureza da beleza tomaram um rumo inesperado com as teorias do naturalista inglês Charles Darwin. Em seu livro *A Origem das Espécies*, de 1859, ele a definiu como um fator biológico necessário à reprodução dos animais. Hoje, psicólogos evolucionistas defendem suas teorias sobre a beleza calcados na premissa darwiniana de que ela serve para assegurar a sobrevivência da espécie humana. A preferência dos homens por mulheres jovens, de quadris largos e cintura fina — atributos ligados à fertilidade — seria uma

forma de garantir a geração de filhos saudáveis. Já as mulheres se sentiriam atraídas por homens altos e fortes, porque esses seriam atributos de bons provedores e de defensores da prole em qualquer circunstância.

Muitos estudiosos vão à frente nessa teoria e afirmam que atualmente, mais do que nunca, a aparência física é levada em conta não apenas no terreno do amor e do sexo, mas em todos os relacionamentos pessoais. No ambiente de

trabalho, por exemplo. Anter-

mente, para avaliar a

impressão quanto

ao visual, bastava

que o funcionário

se apresentasse

com roupas adequa-

das. Hoje, diz o econo-

mista Marius Mobilius,

Universidade de

ciso mais do que isso para

o *Why Beauty Matters* (Por

Beleza Importa). Mobilius publicou

resultado de seu estudo em dezessete

empresas americanas. Ele concluiu que as

pessoas mais bonitas — e não as mais bem ves-

tidas ou educadas — ganham mais do que

aquelas a quem falta esse atributo. Bele-

za evoca confiança e ser confiável

hoje, se traduz em melhores salá-

rios", ele escreve. Para os menos

belos, restam os recursos hoje

disponíveis, que incluem des-

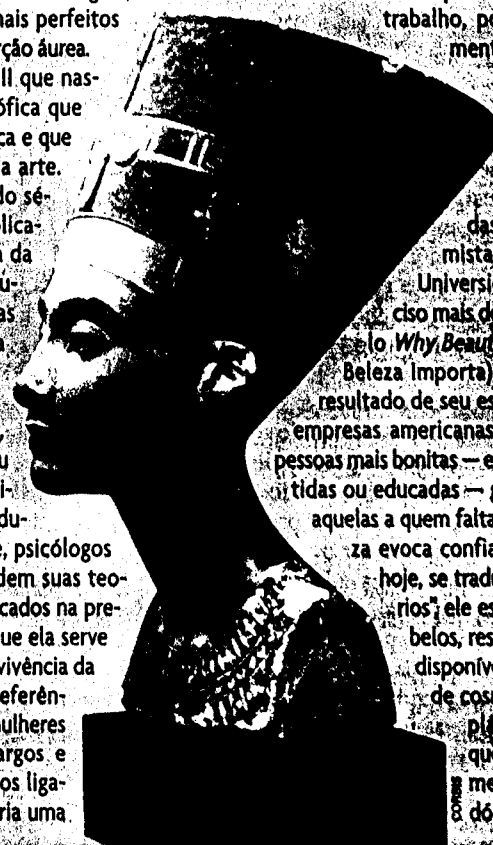
de cosméticos, cirurgias

plásticas e um tempo

que, movimenta anua-

mente 160 bilhões de

dólares no mundo.





O CARTÃO-POSTAL
Museu Guggenheim de
Bilbao: Gehry usou um
software próprio para
projetar aviãos e navios

AFP

presas. Também está presente no herético desenho dos circuitos eletrônicos no chip de memória dos computadores. "Foi o design que conseguiu comprimir dentro de uma ambulância e, mais tarde, de um helicóptero os aparelhos imprescindíveis para emergências médicas", diz Flávio Murachovsky, vice-presidente de tecnologia do Hospital Israelita Albert Einstein, em São Paulo. Os objetos de design passaram a ser consumidos em larga escala, tornando o cotidiano das pessoas mais agradável. "Depois de passar um século focados em outros objetivos, como resolver problemas de fabricação e baixar custos, estamos cada vez mais engajados em tornar nosso mundo especial, e o design é fundamental para isso", pondera a filósofa americana Ellen Dissanayake, da Universidade de Maryland.

Se antes o design era uma criação de ateliês, hoje ele representa o bom gosto em escala industrial. No novo xadrez da economia do design, os jogadores são as

GUERRA DE CURVAS E EGOS

O canadense Frank Gehry e o holandês Rem Koolhaas são hoje as duas maiores estrelas da arquitetura — e o estilo de ambos não poderia ser mais diferente, tanto no trabalho quanto na vida pessoal. Gehry, de 75 anos, tem como marca registrada as construções apoteóticas, cobertas por chapas de aço ou titânio que se entrelaçam em curvas côncavas e convexas. Suas obras mais vistosas são o Museu Guggenheim de Bilbao, na Espanha, e o auditório Walt Disney Concert Hall, em Los Angeles. Ambas brilham tanto quanto seu ego. Frequentemente acusado de se repetir, costuma retrucar dizendo que se utilizar das mesmas formas é uma questão de estilo. "Ninguém nunca acusou Picasso ou Matisse de repetir o tema de suas pinturas", disse ele a VEJA, numa conversa recente.



Gehry: o mais famoso

As obras de Koolhaas, de 59 anos, costumam guardar poucas semelhanças entre si. As mais festejadas são a recém-inaugurada Biblioteca Pública de Seattle, uma caixa com paredes de vidro irregulares coberta por uma espécie de colmeia de aço, e o sensacional túnel ferroviário que passa sobre o campus de Chicago do Instituto de Tecnologia de Illinois. O holandês é um teórico da arquitetura, que abomina os arranha-céus (diz que eles isolam as pessoas em vez de promover sua integração) e em 1978 lançou o explosivo best-seller *Delirious New York*.

A COLMEIA DE AÇO

A biblioteca central de Seattle, de Koolhaas: feita para acomodar as tecnologias do futuro



Koolhaas: o mais influente

um manifesto ranzinza contra o perfil urbano de Manhattan.

Com personalidades tão diferentes, é compreensível que as duas estrelas freqüentemente troquem dardos certos. "As posições intelectuais de Koolhaas são muito úteis para os jovens recém-saídos da faculdade", diz Gehry. "Alguns arquitetos começam a capitalizar o sucesso e se rejeitam em vez de tentar novos territórios", devolve Koolhaas. Enquanto os dois discutem, as grandes cidades do mundo ganham cartões-postais instantâneos com suas obras de ótimo design.

grandes corporações, como a Philips e a Sony. Mesmo os grandes designers que antes desenhavam para poucos clientes endinheirados, como o francês Philippe Starck e o americano Michael Graves, hoje trabalham para empresas que fabricam suas criações em grande escala e as distribuem para lojas de departamentos e supermercados — e, graças à escala, com preços em conta. Com sua popularização, o design tornou-se um combustível de peso das economias.

Os designers são a parte mais visível de uma nova e cada vez mais influente categoria de profissionais, a daqueles que usam a criatividade como fator-chave nos negócios, na educação, na medicina, no direito ou em qualquer outra profissão. Autor de *The Rise of the Creative Class* (A Ascensão da Classe Criativa), o americano Richard Florida, professor de economia na Universidade Carnegie Mellon, diz que são eles que estão dando forma ao modo como trabalhamos, aos nossos valores e desejos — ou seja, tornaram-se a gran-

de "filosofia visual" do nosso cotidiano. "Como essa criatividade é o motor do crescimento econômico, em termos de influência a classe criativa está se tornando a classe dominante em nossa sociedade", escreveu Florida.

Nos anos 20, a presidência das grandes corporações era em geral ocupada por um engenheiro. Nos anos 50, o posto muito provavelmente caía no colo de um dos administradores mais brilhantes da empresa. Os advogados reinaram nas décadas de 60 e 70. Nos anos 80, foi a vez dos homens de marketing. Hoje, o líder empresarial precisa ter sólido vínculo com o design e o processo criativo — de outra forma, sua empresa arrisca-se a perder a sintonia fina com o mercado.

O aumento na oferta de produtos com desenho inovador acabou por criar uma via de mão dupla: o consumidor também passou a exigir objetos mais bonitos e com os quais se identifique. "Vivemos uma época única, em que a estética se tornou prioridade porque ficou



UMA IDÉIA CRIATIVA: ORDEM NA BAGUNÇA

Embora ofereçam grande variedade de roupas íntimas, as lojas de departamentos nunca foram o local preferido das mulheres para comprá-las. Na hora da escolha, a profusão de ofertas, em vez de ajudar,

atrapalha. Disposta a contornar esse problema, a cadeia americana Warnaco contratou a empresa de design Ideo para reformar seu setor de calcinhas e sutiãs. A primeira providência foi ordenar a bagun-

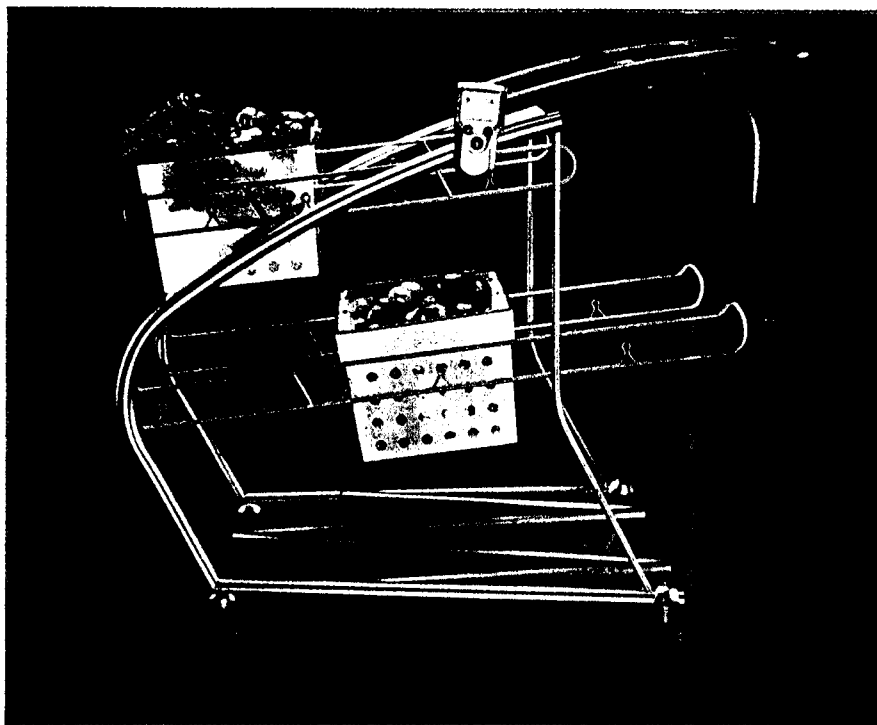


FOTO: WARNACO INC.

PARA O FUTURO

Protótipo de carrinho de supermercado com divisórias e balanço para as crianças (acima). Ao lado, instrumento para cirurgia de sinusite cujo design minimiza os traumas operatórios

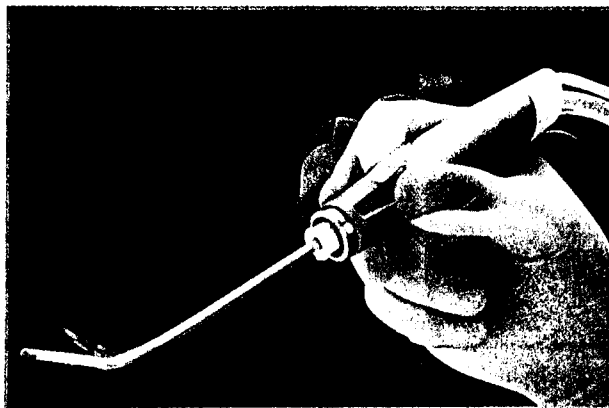


IMAGEM: HEALTH TECH

mais fácil enfeitar nosso dia-a-dia, nossa vida, e desejamos fazê-lo", disse a VEJA a jornalista americana Virginia Postrel, autora do recém-lançado livro *The Substance of Style — How the Rise of Aesthetic Value Is Remaking Commerce, Culture & Consciousness* (A Essência do Estilo — Como a Valorização da Estética Está Mudando o Comércio, a Cultura e a Consciência). Virginia chama atenção para o fato de que a revolução do design se deu não apenas nos produtos industriais, mas também nos ambientes que frequentamos e nos quais vivemos. Foi justamente ao compreender o papel vital do ambiente na experiência do consumidor que a IDEO, baseada na Califórnia, se tornou a mais inovadora e requisitada empresa de seu ramo nos Estados Unidos. Além de criar produtos e embalagens, ela se especializou em organizar espaços físicos.

Uma de suas experiências mais interessantes ocorreu com a maior rede de hospitais americanos, a Kaiser Permanente. Para resolver uma série de queixas e problemas ligados ao atendimento, os executivos da Kaiser viam a necessidade de construir novos e caríssimos edifícios. Para ajudá-los a projetar as novas instalações, contrataram a IDEO e logo tiveram uma surpresa. A firma redesenhou os espaços, criando salas de espera mais confortáveis e consultórios menos gélidos. O problema da Kaiser foi resolvido sem a construção de um único prédio novo. "A IDEO nos mostrou que precisamos construir experiências humanas e não edifícios", disse Adam Nemer, da Kaiser, à revista *Busi-*



e pro-
o con-
ara re-
tiás. A
pagin-



ra. O visual abarrotado, no qual era pratica-
mente impossível encontrar os tamanhos e as
cores desejadas, foi substituído pelos design-
ers por um espaço limpo e desimpedido. Cada
marca de lingerie ganhou uma seção

própria, com divisórias e exibidores colori-
dos que ressaltam o nome do fabricante. Con-
trataram-se vendedoras para auxiliar na
busca de peças, criou-se um espaço social
com sofás e poltronas e um lugar para abrigar

bolsas e pacotes de clientes. Tudo para evitar
que as americanas acabem, como quase sem-
pre acontece, batendo na porta de uma con-
corrente glamourosa e arrumadinha, como a
Victoria's Secret.

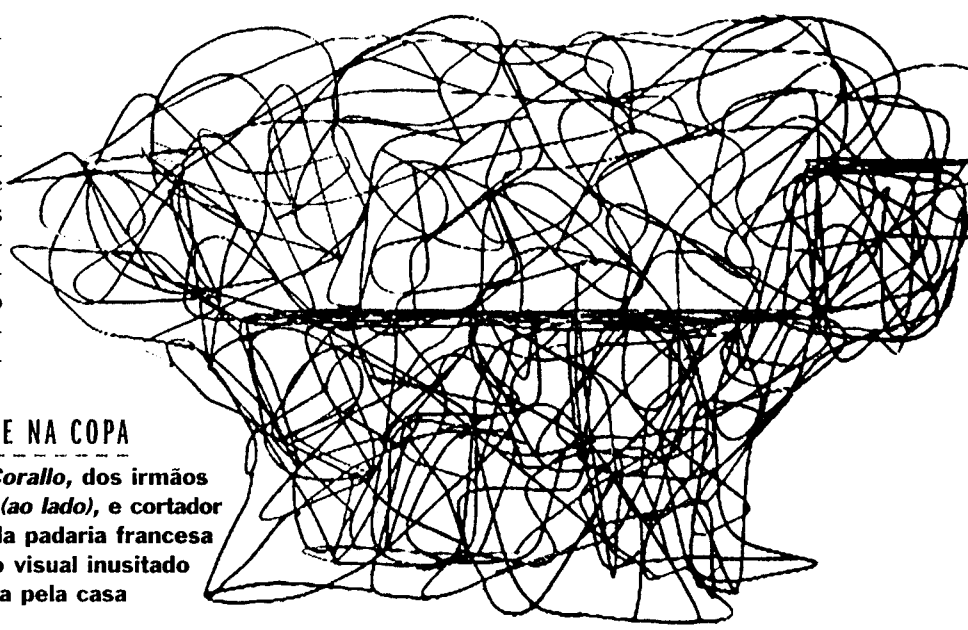
, nos-
isse a
ginia
livro
e Rise
nmer-
Essên-
ção da
cio, a
a cha-
evolu-
is pro-
s am-
ais vi-
ender
iência
ada na
dora e
os Es-
utos e
em or-

ness Week, que estampou a IDEO na ca-
pa de uma de suas últimas edições.

Na arquitetura, os novos cartões-
postais que surgem nas grandes metrô-
poles mundiais mostram que hoje a for-
ma é tão — ou mais — importante que
a função. E que a combinação de ambas
é imprescindível para o sucesso. Milha-
res de pessoas vão semanalmente visi-
tar o museu Guggenheim, inaugurado
em 1997 em Bilbao, e todos o conhe-
cem por fotografias, mas... alguém é ca-
paz de citar uma única
obra que ele abriga? Sa-
be-se que o Louvre, em
Paris, guarda a *Mona Li-
sa*, de Leonardo da Vinci,
assim como o Museu do
Prado, em Madri, hospeda
a melhor produção pic-
tórica de Francisco Goya.

Quanto ao Guggenheim de Bilbao, sua
fama reside na construção, e não em
seu acervo. Foram as silhuetas acintosa-
mente assimétricas criadas pelo arqui-
teto canadense Frank Gehry que trans-
formaram a maior cidade do País Basco
num pólo turístico internacional.

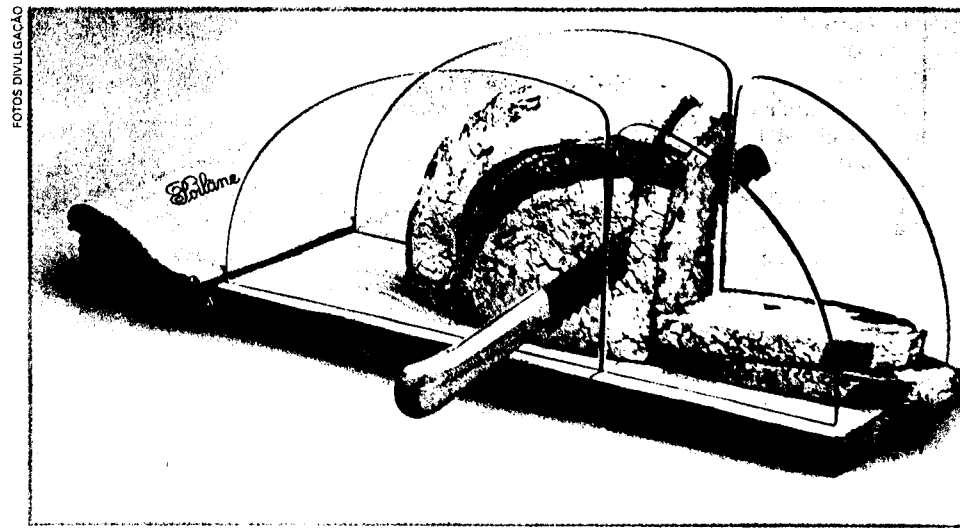
Monumentos como esses inevitavel-
mente convidam à reflexão de que, na
era do design, os arquitetos conquistam
mais reconhecimento e são mais famo-
sos do que os pintores ou escultores. “O
grande desafio do arquiteto contempor-
âneo é construir obras capazes de atrair
cada vez mais pessoas”, afirma Ruy Ohtake,
que vem ajudando a transformar a
paisagem de São Paulo com seus proje-
tos ousados. Entre os prédios erguidos
por Ohtake está um hotel em forma de



NA SALA E NA COPA

Cadeira Corallo, dos irmãos
Campana (ao lado), e cortador
de pães da padaria francesa
Poillâne: o visual inusitado
se espalha pela casa

s inte-
de de
erma-
quei-
limen-
a ne-
arissi-
rojetar
ram a
esa. A
riando
e con-
ma da
trução
O nos
expe-
disse
a Busi-



meia-lua (ou meia melancolia, dependendo do observador) que causa espanto e faz com que os pedestres (e motoristas) se detenham para apreciá-lo. "Hoje há uma procura cada vez maior pela beleza, as pessoas querem lugares bonitos para morar ou visitar", ele completa. Como se pode deduzir, boa parte das transformações no mundo do design se beneficiou de recentes e significativos avanços na tecnologia. As obras de Frank Gehry só estão de pé graças à utilização do Catia, um software destinado à construção de aeronaves militares que o arquiteto adaptou para criar suas curvas e ondulações. De outra forma, os calculistas levariam anos para projetar cada um de seus prédios.

O mesmo se dá com muito mais força no mundo dos automóveis. "Sem a evolução da computação gráfica, a partir dos anos 90, não seria possível construir os elegantes faróis atuais sem perda de intensidade na transmissão da luz", informa Wagner Dias, responsável pelo setor de design da General Motors do Brasil. A tecnologia avançou também na quantidade e na qualidade de materiais disponíveis. "Há hoje milhares de tipos de plástico, o que permite utilizações desse material nunca antes imaginadas", disse a VEJA Bill Moggridge, um dos fundadores da IDEO.

O design industrial surgiu junto com a Revolução Industrial. Os primeiros designers, a maioria artistas, tinham a tarefa de transformar produtos recém-lançados em artefatos agradáveis ao olhar. Afinal, os ornamentos sempre foram um alimento para o espírito humano. Eles não criavam novas formas, apenas repetiam as já conhecidas inspirados principalmente em linhas neoclássicas e gregas. A primeira grande evolução no design ocorreu na Alemanha dos anos 20, com o surgimento da chamada escola Bauhaus. Fielis ao espírito modernista da época, seus ideólo-

QUANDO A RODA ENCONTROU A MALA

Carregar peso é uma condenação da espécie desde que os ancestrais humanos assumiram a postura ereta. Desde esse salto evolucionário, passaram-se milhões de anos até a invenção da roda, cujo exemplar mais antigo foi datado em 5 500 anos. Curiosamente, só em 1987 ocorreu a alguém unir a roda ao peso mais comum que as pessoas carregam, suas malas de viagem. Esse benefício se chama Robert Plath, um piloto da companhia aérea americana Northwest, inventor da mala com rodinhas. Karl Marx foi o primeiro economista a entender o poder dos objetos, seus desenhos e tecnologias. Ele chamou isso de "meios de produção". Abriu-se então um campo de

investigação vastíssimo. Hoje se sabe que o canhão, ao lançar bolas de aço sobre as muralhas medievais, decretou o fim do feudalismo e o começo do capitalismo. A disseminação das portas em casas deu origem à privacidade e à propriedade privada, dois pilares da vida moderna. Os óculos liberaram as mãos para o trabalho, duplicando a produtividade, feito nunca igualado, nem mesmo pelos computadores ou pela internet.

profissionais dessas áreas acreditavam que um único padrão estético era o correto — o estilo em voga traduzia a verdade e a virtude, e quem dele duvidasse poderia ser tachado de louco. "Os detratores do meu projeto devem ser neuróticos", desabafou certa vez Walter Gropius, diante das críticas a um dormitório que idealizara para a Universidade Harvard. Hoje a liberdade de criação é total. Mas a capacidade de rejeição do público também não conhece limites. Da tensão entre essas duas forças é que surgem aquelas poucas formas que vão marcar seu lugar na história. ■

Com reportagem de Gustavo Poloni e Rosana Zakabi

Galeria de fotos em www.veja.com.br

A EVOLUÇÃO

Maleta da americana Züca: rodinhas para subir escadas

gos, como Walter Gropius, defendiam produtos despidos de qualquer enfeite: o importante era que a forma servisse à função. "Ornamento é crime", decretou certa vez Peter Behrens, um dos designers responsáveis pelas formas que vários utensílios de cozinha até hoje possuem. A segunda fase marcante do design ocorreu nos anos 50. Os avanços tecnológicos da II Guerra permitiram

