

5. Conclusão

O mundo feito à máquina não compreende os bordos irregulares do barro, não gosta dos vidrados escorridos desigualmente, não aprecia a boniteza das canecas, das jarrinhas sem equilíbrio total.

Cecília Meireles



Figura 87 - A Fazedora de redes, desenho a bico de pena de Percy Lau (IBGE, 1970).

Nesta pesquisa demonstramos como a mediação das relações entre o artesanato, o designer e o mercado se desenvolveram, através da participação do designer como interlocutor entre o artesanato e o mercado consumidor.

Apresentamos uma breve narração, a partir da década de 40, da participação conjunta de designers e artesãos no segmento artesanal. Localizamos designers, artesãos e profissionais afins que, cada um a seu tempo e modo, contribuíram para o desenvolvimento e valorização do artesanato brasileiro.

Através das citações do escritor Octavio Paz e do designer Viktor Papanek determinamos as correntes de design que vigoravam durante os anos 60 e 70. Uma corrente ligada a um design construtivo moderno, e outra em formação, ligada a uma linguagem histórica, vinculada a referências culturais, como por exemplo o artesanato.

Destacamos a personalidade de dois designers; Aloísio Magalhães e Jacques Van de Beuque, e do artista plástico Augusto Rodrigues, que desempenharam papel significativo no reconhecimento e na mediação entre o artesanato, a sociedade e o mercado consumidor.

Através do exemplo da embalagem da aguardente Ypióca, confeccionada artesanalmente desde a década de 70, ilustramos a união de uma estética artesanal, que procurou identificar o produto a valores tradicionais, em um produto industrial.

Apontamos a associação do artesanato às questões da identidade cultural e a sua importância como referência cultural dos artesãos e das comunidades artesanais. Salientamos que a distinção do ofício artesanal reside no saber e na técnica do artesão, e não, na sua nação ou crença.

Em seguida, apresentamos as estratégias de marketing que as políticas públicas utilizam ao relacionar o artesanato à identidade cultural brasileira, buscando dessa maneira, a diferenciação do produto artesanal brasileiro em um mercado globalizado.

Analisamos as trajetórias dos artistas populares, Mestre Vitalino e D. Isabel, em busca do reconhecimento e valorização comercial de suas peças junto à sociedade e ao mercado consumidor.

Mostramos o papel duplo da Sala do Artista Popular, na apresentação e comercialização dos produtos artesanais, e também apresentamos o acervo do Museu Casa do Pontal e sua relevância como o maior acervo de arte popular brasileira.

A pesquisa registrou as diversas categorias artesanais, e apresentou as fronteiras imprecisas entre o artesanato e a arte popular.

Em seguida, destacamos o artesanato de referência cultural, fruto da intermediação entre designers e artesãos e apontamos a valorização desse artesanato junto ao mercado, como produto portador de referências culturais de seus produtores e comunidades.

Apontamos o papel do designer como tradutor entre artesanato e mercado, na inserção de novas tecnologias e ferramentas de design para um melhor posicionamento do produto artesanal junto ao mercado.

Apresentamos a cadeia produtiva do artesanato, onde ilustramos graficamente as etapas de desenvolvimento dos produtos artesanais, da matéria-prima ao consumidor final.

Apresentamos a metodologia empregada nas oficinas de design para artesanato, desde o diagnóstico da atividade, passando pelas oficinas de sensibilização, até às oficinas de design.

Apresentamos a aplicação em Moçambique, na África, da metodologia de design para artesanato, através da experiência do Laboratório Piracema de Design.

Lembramos que o designer é moldado para a implementação das estratégias de fomento e mediação entre produtor e mercado. Esse papel foi demonstrado na medida em que as formas de incentivo à produção e comercialização do artesanato utilizam necessariamente ferramentas do design.

As ações do design junto ao artesanato encerram polêmicas e são fontes de conflitos entre os atores envolvidos, demandando habilidades de mudança e adaptação a novas conjunturas, novas relações, na busca de novos mercados e novos horizontes para a produção artesanal.

O trabalho conjunto de designers e artesãos, que contribua para a melhoria das condições de vida e de trabalho dos artesãos, deverá contemplar soluções para os principais problemas da cadeia produtiva do artesanato.

O conhecimento para o artesão e para o designer das origens, do passado e da história dos artefatos é o ponto fundamental para a construção de uma identidade cultural junto aos produtos artesanais direcionados ao mercado.

O distanciamento das referências culturais dos artesãos pode levar a um processo de descaracterização dos produtos, de maneira que, com o tempo a produção de determinados objetos, possa vir a parecer ser uma deformação daquilo que já foi um dia.

O artesanato firmando-se como um importante agente de manutenção e de perpetuação de manifestações culturais, e, na medida em que é identificado pelo resgate de técnicas, processos e produtos do passado, apresenta também uma propagação de uma memória cultural, quando nos remete a tempos passados.

Concluimos, portanto que os designers podem contribuir para a adequação de produtos artesanais no momento em que retirados de sua origem, esses produtos são reinseridos em um contexto urbano e contemporâneo com outros critérios e adaptações, inacessíveis aos artesãos.

Essas trocas entre designers e artesãos podem transformar-se em iniciativas economicamente viáveis e auto-sustentáveis, através da adequação e introdução de novos materiais e novas adaptações nos produtos e serviços artesanais. E também com a atenção aos princípios de responsabilidade social e respeito ambiental.

O mercado que era praticamente inacessível ao artesão pelas diferenças de universos culturais, passa a ser um importante canal de comercialização, que através da associação com o design busca a valorização e promoção dos produtos artesanais.

Essa busca de signos de identidade cultural e diferenciação demonstram a demanda do mercado e dos consumidores dos grandes centros, que emitem sinais de saturação em relação a produtos sem identidade alguma. Em contrapartida, assistimos a uma valorização dos objetos feitos a mão e com referência de seus produtores.

Porém, a questão que se coloca, como já citada, não é mais se o designer deve ou não agir, mas como agir sem descaracterizar, valorizando e reforçando as tradições regionais. Na sua atuação o designer deve saber diferenciar as categorias artesanais e suas particularidades e, a partir daí, orientar a metodologia de abordagem adequada àquela atividade, sem que haja possibilidades de desvirtuamento do valor cultural dos produtos artesanais.

Afirmamos que o artesão, ao produzir uma peça, está atuando para conseguir seu sustento. O artesão é um fabricante de artefatos, inserido em uma sociedade capitalista, e por isso, sujeito às regras do mercado. O artesanato, enquanto produto com valor de troca, obedece às leis da oferta e da procura.

Essa pesquisa delimitou três requisitos básicos da participação do designer junto ao artesanato:

- A informação que alimenta a cadeia produtiva do artesanato deve ser fruto de um processo de trocas entre artesãos, designers e mercados.
- Enfatizar o papel do designer como tradutor e mediador entre o mercado consumidor e o artesão, sendo o designer o agente que traduz às necessidades do mercado consumidor.
- Desenvolver uma participação ética do designer no processo de desenvolvimento da cadeia produtiva,

onde a autoria da peça deve ser de responsabilidade do artesão.

Apresentamos neste estudo o papel do designer não só como mediador entre produtor e mercado, mas também como um dos legitimadores sociais de artesãos e artistas populares junto a sociedade. A partir dessa constatação, foi possível localizar dois momentos distintos da aproximação do artesanato e do design.

O primeiro momento pode ser determinado no artesanato que definiu uma trajetória em direção à arte popular, e que poderíamos denominar de artesanato autoral. Essa definição parte do princípio da trajetória do artesão que procura melhores ganhos para a sua produção, reduzindo a produção e expondo em galerias.

O segundo momento pode ser localizado no artesanato que se profissionalizou. O artesanato que definiu uma trajetória para o empreendedorismo, que vinculado ou não a contextos tradicionais, buscou parcerias com designers e instituições de fomento, a fim de transpor os limites da produção e da distribuição até o mercado consumidor. Poderíamos denominá-lo Artesanato Comercial.

A partir dos dados levantados e trabalhados nesta pesquisa foi possível definir algumas lacunas e sugestões para novos estudos.

O êxito comercial dos produtos artesanais, como parâmetro básico para a definição do sucesso das oficinas de design para artesanato, não pôde ser quantitativamente comprovado, apesar de termos levantado diversos casos de maior visibilidade das produções artesanais após as oficinas de design

Com isso, surge o questionamento se a metodologia de design para artesanato, empregada nas oficinas de design promove realmente a sustentabilidade da atividade artesanal.

Outra questão que se manifesta é definir o que é realmente prioridade em uma intervenção de design no artesanato. A valorização do artesão ou a sua melhora financeira? Como é possível equilibrar esses requisitos?

As Instituições de fomento ao artesanato justificam suas ações de intervenção de design no artesanato, através da proposição do resgate de referências e valores culturais de artesãos e comunidades. Essa proposição é sempre necessária? É uma proposição que parte de um diálogo e de uma necessidade comum a artesãos e designers?

O que mais interessa a artesãos quando participam de oficinas de design para artesanato, o reconhecimento e valorização dos seus saberes ou o incremento na venda de seus produtos?

Como incentivar a proteção ao meio ambiente, a manutenção e o manejo consciente das matérias-primas? E como estimular o uso de refugos e resíduos de matérias-primas no segmento artesanal?

É possível ao designer abdicar do seu gosto pessoal, já que os produtos das oficinas são frutos da interação de designers e artesãos, e também como fica a questão da autoria do produto artesanal e o incentivo à produção coletiva, que anula a autoria do produto?

O incentivo à criação de Associações e Cooperativas e a divisão de tarefas nas oficinas de artesanato, promove união ou conflito entre os grupos? A atividade artesanal é sempre passada de geração em geração e é, necessariamente, a representação de uma cultura local?

E por fim, os discursos das Instituições Públicas e Privadas de fomento ao artesanato, que objetivam tornar auto-sustentável o segmento artesanal confirmam suas práticas?