

## Os produtos de moda, o artesanato e o design no contexto acadêmico

*The fashion products, the handcrafts and the design in academic context*

Mariana Santana de Oliveira, Pedro Renan de Oliveira, Emanuely Kelly Silva

Universidade Federal do Ceará - UFC

Instituto de Cultura e Arte - Bacharelado em Design - Moda

{emanukelly@gmail.com, marianasantanadeoliveiraa@gmail.com, pedro.oliveiras@outlook.com}

**Resumo.** O trabalho apresenta resultados dos estudos e pesquisas realizados pelo grupo de estudos no âmbito do curso de graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará. A partir de observações sobre a produção artesanal e de levantamentos bibliográficos e documentais, além de aplicação de questionários entre os estudantes do curso. O grupo buscou refletir sobre as interfaces entre design, cultura local e inovação.

**Palavras-chave:** *artesanato, moda, inovação e design.*

**Abstract.** *The paper presents results of the studies and research carried out by study group within the undergraduate degree in Fashion Design, the Federal University of Ceará. From observations on artisanal production and bibliographic and documentary surveys, and questionnaires among students of the course. The group sought to reflect on the interfaces between design, local culture and innovation.*

**Key words:** *crafts, fashion, innovation and design.*

## **1. Introdução**

O presente artigo apresenta os resultados obtidos durante as pesquisas realizadas no grupo de estudos intitulado PET Naïf, que foi iniciado no período letivo de 2014.1 como parte do Programa de Educação Tutorial do curso Design-Moda da Universidade Federal do Ceará. A ideia que impulsionou a realização dos estudos empreendidos no citado grupo centrou-se na observação das relações estabelecidas entre o artesanato e o design de moda no estado do Ceará, visto que esta é uma temática pertinente ao contexto econômico local, mas tem sido contemplada de forma incipiente no universo acadêmico.

O objetivo dos estudos foi buscar compreender as interfaces criadas entre a moda e a cultura local a partir da utilização do artesanato para o desenvolvimento de produtos no contexto contemporâneo, tendo em vista que o mesmo vem sendo utilizado não só como bem de consumo, mas, também, como elemento de distinção, uma vez que explora questões aliadas à cultura e às práticas tradicionais regionais. As pesquisas desenvolvidas no PET Naïf visam acrescentar à formação do estudante do curso de Design de Moda, conhecimentos que auxiliem na prática consciente do design em sua relação com os bens culturais, neste caso, o artesanato.

As atividades do grupo de estudos pautaram-se no desenvolvimento de ações que contemplaram tanto o levantamento de material bibliográfico, a fim de se estabelecer uma fundamentação teórica pertinente aos estudos, como a realização de atividades mais associadas ao ambiente empírico que são desenvolvidas a partir do contato direto com as técnicas artesanais. Para isso, estabeleceu-se um cronograma que contemplou encontros quinzenais voltados tanto para o desenvolvimento de pesquisas e apresentações de estudos de caso, como a realização de visitas guiadas aos centros produtores ou de comercialização do artesanato. O estudo contou também com uma pesquisa empírica realizada mediante a aplicação de questionário entre os estudantes do curso a fim de perceber a interação destes com a temática e seu interesse pela mesma.

Este artigo busca apresentar os resultados obtidos com a realização das atividades do grupo de estudos PET Naïf, dentre eles destacam-se a ampliação do interesse dos estudantes pelo objeto da pesquisa, a aproximação entre o fazer científico e o contato com as técnicas artesanais, possibilitada tanto pelos estudos de caso realizados, como pela vivência de experiências envolvendo o conhecimento de novas tipologias de artesanato.

## **2. O contexto do artesanato aplicado ao design de moda e o mercado cearense.**

As evoluções tecnológicas e científicas advindas com o processo de globalização acarretaram numa padronização de técnicas de desenvolvimento de produto, deixando em segundo plano saberes manuais e conhecimentos regionais. Teorias afirmavam, inclusive, que esse processo de industrialização iria destruir elementos culturais de determinadas regiões. Contudo, percebe-se, ultimamente, um resgate por produtos e processos artesanais, dotados de simbologias e da identidade dos atores que os fazem. (BORGES, 2011)

Características típicas, combinações específicas, singularidades, identidade. Seja no campo da moda, do design ou da arquitetura, seja nas manifestações artísticas ou na gastronomia, contrariando o que se cogitou ser uma tendência da nossa época a homogeneização das culturas diante da globalização, observa-se uma valorização cada vez

maior dos elementos e “talentos” que compõem o “DNA” das diferentes sociedades e culturas. (DALPRA, 2009, p.09)

Essa retomada pode ser associada às práticas mais humanizadas no processo de aquisição de bens e serviços, promovidas por indivíduos que buscam produtos mais naturais, que respeitem o meio ambiente e os profissionais envolvidos na sua execução. Além disso, esses bens carregam a identidade do local de onde foram produzidos, agregando valores sociais que são valorizados no seu processo de comercialização. (DINIZ, 20012)

Caldas (2006) defende a ideia de que as empresas e marcas devem adotar essa postura como estratégia de diferenciação, diante de um mercado, cada vez mais, competitivo e com oferta de produtos uniformizados, sem elementos que representem seus valores e posicionamentos.

O artesanato, antes esquecido ou negligenciado, passa a ser figura central nesse debate, como detentor de técnicas historicamente aprendidas, geralmente no âmbito familiar, relacionadas ora com seu processo de socialização dentro do seu grupo, ora como auxílio no sustento de sua família. (BORGES, 2011)

Trabalhar com artesãos em países menos industrializados faz que todos esses elementos se relacionem com os processos de design de forma imediata e vital. À primeira vista, como muitos desses artesãos desconhecem as preferências dos consumidores das cidades e dos países industrializados, o olho treinado do designer pode unir estilos culturais para desenvolver produtos que expressem as tradições dos artesãos e, ao mesmo tempo, se ajustem aos estilos de vida do mercado-alvo. (FLETCHER; GROSE, 2011, p. 110)

Diante dessa nova realidade, designers vão em busca desses saberes populares e desses mestres da cultura local para nutrir seu processo de criação de novos elementos, dotando seus produtos de características simbólicas que vem atender às novas demandas do mercado. Estilistas, por exemplo, se apropriam de vocações regionais, para o desenvolvimento de coleções com essências artesanais e dotadas de histórias. (TREPTOW, 2013)

No entanto, Borges (2011), chama nossa atenção sobre como essa relação ainda é delicada, devendo ser encarada, sobretudo, com respeito. O designer não pode simplesmente se apropriar dos saberes populares, propondo inovações que não estão de acordo com as expectativas dos produtores artesãos. Deve-se, antes de mais nada, conhecê-los, analisar seus anseios e quais os símbolos sociais relacionados à prática do artesanato. Só então, dotado dessas informações, é que se pode propor melhorias e inovações nos produtos.

Artesãos e designers destacam-se, dessa forma, como personagens principais nesse novo contexto. Produtos que unem técnicas artesanais e processo de *design* podem, hoje, ser considerados como objetos de alto valor agregado e com características de objetos de luxo, tendo em vista seu caráter único, sua produção em pequena escala e de forma artesanal (no estilo “feito à mão”).

Ferreira, Neves e Rodrigues (2012) destacam a relação entre *designer* e artesanato como sendo primeiramente pautada por uma desconfiança, que é superada quando se estabelece afinidades de partilha e humildade entre esses atores. Outro problema identificado pelas autoras é sobre a comunicação, que nem sempre é do mesmo nível. Porém, elas ressaltam que há um acordo de que o trabalho de *design* no artesanato contribui para a valorização do mesmo, não desvirtuando, mas, sim, sendo um elemento de mais-valia.

Borges (2011) contribui sobre essa reflexão dizendo que os artesãos não podem ser tratados como sujeitos imutáveis, imunes das interferências do tempo e das mudanças culturais. Por estar em interação com o seu meio, esses atores sociais influenciam-se pelo que estão observando e transmitem isso para suas criações, dando continuidade e garantindo a sobrevivência de sua arte.

Os *designers* podem ser uma forte ajuda nesse processo de revitalização, oferecendo alternativas desconhecidas, despertando para possibilidades nunca antes percebidas e tornando o trabalho mais atrativo esteticamente, pensando nas demandas do mercado contemporâneo. Porém, sempre baseado no respeito às tradições e reais necessidades dos envolvidos nesse processo.

O pressuposto básico da aproximação entre designers e artesãos deveria ser o respeito. O respeito, por sua vez, vem do conhecimento. O *designer* precisa se abrir para as virtudes do objeto, observá-lo com atenção, procurar compreendê-lo, perceber a riqueza e a criatividade "embutidas" num trabalho é essencial. (BORGES, 2011, p.147)

Silva (2015) discorre sobre alguns entraves para a intervenção de *designers* na produção junto com artesãos. Um deles é a dependência deste último com aquele, havendo uma relação de subordinação nessa parceria. Portanto, é preciso que o designer não se coloque ou não se deixe colocar na posição de dominação, mas ao contrário, que ele se posicione ao lado do artesão para compreender seus interesses, suas habilidades e seus limites (SILVA, 2015, p. 120).

Infelizmente, ocorrem muitos casos de programas de aproximação entre saberes de artesãos e designers em que o seu tempo de duração é muito limitado e seus resultados são pouco estimulantes para a continuidade do trabalho por parte dos grupos que recebem essas intervenções.

Para que isso não aconteça é preciso, em um primeiro momento, que seja realizado um estudo do ambiente no qual se pretende trabalhar, analisando a culturas, as relações e as simbologias atribuídas aos objetos confeccionados. Devem-se conhecer as reais necessidades dos artesãos e suas possibilidades de criação, estimulando-os a criar e a sair de sua zona de conforto. Os gestores dos programas devem ficar atentos a essas questões e aos objetivos estabelecidos, visando contribuir para que os atendidos possam criar autonomia, estudando desde os materiais até a forma de comercialização do produto (BORGES, 2011).

Com isso, estabelece-se uma parceria entre esses dois atores, durante a qual o designer, com toda sua bagagem teórica e acadêmica, fornece bases para que o produto artesanal ganhe um maior status em termos estéticos e de mercado, e o artesão mune o produto de informações culturais e locais, como texturas, cores, formas e materiais. No contexto do mercado brasileiro, essa relação vai corroborar para tornar o produto mais competitivo no mercado internacional, dotado de características que vão distingui-lo e valorizá-lo. (SILVA, 2011)

No processo de desenvolvimento de artigos de moda isso não é diferente. Observa-se um movimento de regionalização de tendências e produtos, que versam sobre a identidade brasileira nesse setor, influenciado outrora basicamente pelos ditames da moda estrangeira, notadamente a europeia e a norte americana. Sobre isso Fletcher e Grose (2011), colocam que:

Revisar a escala da atividade da moda com base na localização é, sem dúvida, uma direção diferente daquela da norma industrial. Rejeita as transações anônimas e impessoais associadas com as negociações comerciais de grande escala e favorece o contato humano, em que conhecer o efeito do negócio sobre o produtor, a região e a comunidade é parte

integral das decisões tomadas no desenvolvimento dos produtos. (p. 110)

O Estado do Ceará, mais especificamente, é polo dessa ligação entre a moda e os produtos regionais no Brasil. A variedade muito grande de tipologias, indo das rendas aos trançados de palha, inspira designers no planejamento e na execução de suas coleções, que passam a ser mais competitivas e autorais, lançando tendências com produtos de boa qualidade e capazes de seduzir a clientela. (TRAVESSONI, 2014)

Jorge (2001) destaca a importância do artesanato para o contexto social, cultural e econômico do estado. Para o autor, além de sua expressão como cultura, o artesanato cearense surge como uma fonte geradora de emprego e renda. Porém, essa produção sofre um contexto de crise, criado pela alta concorrência com produtos industrializados e pela dificuldade de comercialização dos artesãos, sendo necessária a figura de um intermediário para o escoamento do que é produzido. O autor conclui que, para a inserção no vestuário, por exemplo, é necessário que o designer atue no setor, aplicando melhorias no que tange à modelagem e à qualidade da peça acabada.

Dessa forma, faz-se necessária uma atenção especial das universidades que oferecem cursos de design de moda, para incentivar o trabalho junto a grupos de artesãos, contribuindo com os conhecimentos adquiridos em sala de aula, desenvolvendo futuros profissionais conscientes das potencialidades inerentes ao nosso Estado.

### **3. Design e o artesanato no contexto acadêmico**

Este capítulo responde ao objetivo de compreender a formação do designer e o seu preparo no que diz respeito ao trabalho com bens culturais<sup>1</sup>, identificando as possibilidades e os limites da atuação do novo profissional. Busca-se refletir sobre o papel da universidade no contexto das intervenções no artesanato.

Com base nos dados coletados a partir de entrevistas realizadas com os estudantes do curso de Design-Moda da UFC e da análise dos currículos das graduações em design da Universidade Federal de Pernambuco, Universidade Federal do Cariri e Universidade Federal do Ceará, procuramos erigir algumas reflexões sobre a formação acadêmica do designer na atualidade de maneira a compreender como os conhecimentos específicos são aliados ao artesanato.

Da análise dos currículos dos cursos supracitados e seus respectivos Projetos Pedagógicos, constatou-se que apesar de explorar os aspectos culturais para justificar a sua implantação e reconhecer a diversidade da produção artesanal local, bem como suas singularidades, em todos os cursos há disciplinas voltadas para as metodologias projetuais em design sem, no entanto, considerar a produção cultural e/ou artesanal local como algo que exige uma abordagem diferenciada daquela vivenciada na indústria.

Nos cursos observados existem disciplinas que apresentam um roteiro com ênfase no aspecto sociocultural do entorno, mas que ainda estão longe de apresentar conteúdos mais específicos no que diz respeito à formação do designer para sua atuação em contextos fora indústria e, mais precisamente, no universo do trabalho artesanal.

---

<sup>1</sup> De acordo com Chauí (2006), são considerados como bens culturais aqueles itens pertencentes ao conjunto de objetos que compõem a cultura material e imaterial de um povo, são elementos capazes de identificar ou localizar no tempo e no espaço um determinado grupo, povo ou “uma certa cultura”. (CHAUÍ, 2006, p. 114),

É interessante notar que alguns autores, como Estrada (2004), Canclini, (1983), Fleury (2005) e Borges, (2011), além das entidades promotoras de intervenções, procuram elevar o artesão a um patamar especial, justificando as ações como formas de geração de renda e “preservação” do saber e da cultura do mesmo. No entanto, pode-se notar que isso não é o que ocorre na prática; cada vez mais estudos são feitos, cartilhas são desenvolvidas, projetos são aprovados, treinamentos são ministrados a artesãos e a designers, entre outras coisas do tipo, mas tudo sempre centrado na qualidade do produto final e não naquele que produz e seu contexto cultural.

O mesmo ocorre no contexto acadêmico, em que a falta de articulação entre a teoria, ou o saber acadêmico, e a prática cotidiana dos artesãos abre uma grande lacuna na relação entre profissionais de design e artesãos, impossibilitando uma experiência vívida de intersecções de saberes e, portanto, o crescimento de ambos durante o processo, bem como a colheita de resultados mais eficazes.

Apesar de observarmos que o designer desempenha funções junto aos artesãos que vão além da prática projetual, como a função pedagógica em que ele é responsável por ensinar certas metodologias e processos aos artesãos, nenhum dos cursos de design estudados oferece conteúdos que habilite o profissional a lidar com essa realidade. Isso revela um paradoxo: ao mesmo tempo que os PPCs dos cursos enfatizam a importância da produção cultural local e do artesanato como fatores relevantes e que demandam a constituição dos cursos de design para seu próprio desenvolvimento, não é previsto nenhum conteúdo específico que contemple as questões culturais locais e, tampouco, metodologias projetuais voltadas especificamente para o artesanato.

Essa realidade encontra eco pelos corredores das universidades quando encontramos estudantes que tecem questionamentos como os seguintes:

Eu não entendo porque o artesanato é tão deixado de lado aqui no curso de moda? Acho que isso ocorre porque o artesanato ainda é muito encarado como folclore e isso provoca a sua desvalorização. Falta o despertar para que entendamos que o que a gente tem não é folclore, que não é algo do passado; o artesanato é passado como patrimônio, mas não o é como algo do presente, como cultura. (Estudante 1 – cursando o 5º semestre do curso Design-Moda UFC).

É preciso parar para pensar no porque uma Universidade federal nordestina e cearense não tem esse despertar para o artesanato. Ele pode ser pensado até como um aspecto que diferencie a formação que recebemos aqui das demais, o artesanato pode ser colocado como uma opção a mais para a formação do aluno, haja vista a importância atual do *handmade* para o design. (Estudante 2 – cursando o 6º semestre do curso Design-Moda UFC)

Tal situação direciona às seguintes hipóteses: ou a questão cultural é mero instrumento de comoção que serve para tornar plausível a implantação de tais cursos e escamotear as verdadeiras intenções economicistas dos cursos de design que assumem uma postura eminentemente tecnicista e industrial, com metodologias voltadas à reprodução do sistema vigente; ou o artesanato e a questão do manuseio de bens culturais, apesar de se fazer presente no contexto econômico atual, ainda não tem recebido a atenção do ponto de vista acadêmico, apesar de a sua importância não ser negada, mas ratificada pela academia.

Apesar da situação delicada em que se encontra a produção artesanal no que se refere ao ambiente institucional de modo geral e, também, acadêmico, vale ressaltar que

algumas ações vêm sendo empreendidas a fim de se valorizar o artesanato no contexto da universidade. Pode-se mencionar duas iniciativas recentes verificadas no curso de Design – Moda da UFC: o *Projeto de Qualificação em Fundamentos do Design para Artesãos do Ceará* que foi desenvolvido pela UFC em parceria com a Central de Artesanato do Ceará (CEART) que foi importante por promover o contato dos estudantes com a realidade dos artesãos, despertando-os para uma reflexão mais crítica em relação ao “fazer design” e à própria metodologia de intervenção praticada. Outra importante ferramenta que tem promovido um ambiente fecundo de reflexão sobre as relações entre design, moda e artesanato no Ceará é o grupo de estudos criado por estudantes bolsistas do Programa de Educação Tutorial (PET-Moda/UFC), intitulado PET Naïf, cujas ações serão apresentadas no tópico a seguir.

### **A revalorização dos produtos de moda e design cearenses no ambiente acadêmico**

A supracitada necessidade de ações que proporcionem o estudo e o aprofundamento sobre trabalho artesanal do estado do Ceará e sua relação com o design foi o alicerce para a criação do grupo de estudos PET Naïf. O termo Naïf é utilizado para descrever um tipo de arte “ingênua, primitiva, singela e pura que apreende as coisas do mundo que a cerca através de um vocabulário plástico criado e construído a partir da própria sensibilidade”. Compreendendo-se, assim, a arte naïf como um trabalho a partir de traços “rústicos”. (ARDIES; DE ANDRADE; DO PRADO; 1998, p.1).

O referido grupo de estudos foi criado com o intuito de desenvolver pesquisas e ações que busquem refletir sobre as interseções entre as atividades artesanais com o design, fornecendo subsídios práticos e teóricos aos futuros profissionais do curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará.

As atividades do grupo iniciaram no semestre letivo de 2014.1 com o desenvolvimento de algumas ações voltadas para a captação de outros estudantes e professores interessados em estudos sobre moda, design e artesanato. A primeira ação empreendida como forma de divulgar o grupo de estudos e atrair outros estudantes que tivessem interesse pela temática do artesanato em sua interação com o design foi a realização de uma mesa redonda que contou com a presença de profissionais importantes do mercado cearense que trabalham com o artesanato: o designer Ivanildo Nunes, Celina Hissa, proprietária da marca Catarina Mina, e Manuela Medeiros, designer da marca MissMano.

Os convidados apresentaram suas experiências, que envolvem diversas formas de aplicação de artesanato em produtos de moda, e debateram sobre os desafios e perspectivas que envolvem o setor do artesanato em meio à sua articulação com a economia e a indústria cearense.

Após esse primeiro encontro proporcionado pelo grupo de estudo, passou-se a uma série de estudos mais teóricos, onde foi privilegiado o estudo sobre as tradições culturais locais e a diversidade de tipologias artesanais existentes no Brasil.

Ao passo que os encontros do grupo de estudos foram sendo realizados, muitas propostas de temas a serem estudados foram apontadas pelos próprios estudantes. Paralelamente às ações do grupo, os colaboradores também realizaram a apresentação de pesquisas individuais sobre as rendas produzidas no Nordeste, como a renda renascença, o filet, o labirinto, o richelieu, o crochê e outras tipologias artesanais têxteis com o intuito de apontar a novas referências para o design de vestuário. Além do enfoque dado à inovação na área do design de vestuário, a reflexão também foi direcionada sobre as formas de comercialização e divulgação deste tipo de produto, bem como sobre as dificuldades encontradas nesse processo.

Em resumo, esses estudos preliminares do grupo foram imprescindíveis para a abordagem da temática em questão não apenas no seu aspecto crítico, mas também criativo e projetivo, trazendo à luz novas possibilidades de desenvolvimento de

produtos que atendam às demandas sociais e ambientais de sustentabilidade por parte dos estudantes de design.

**Imagem 1: Mesa Redonda "Artesanato, design e indústria: interseções criativas"**



**Fonte: Acervo dos autores, 2014**

O compartilhamento de informações propiciado pela apresentação das pesquisas individuais dos participantes do grupo aliado à observação das diferentes tipologias artesanais encontradas no estado do Ceará e sua adoção por designers de sucesso no âmbito nacional, proporcionou aos estudantes uma reflexão ampla que vai do objeto artesanal em sua forma original, ainda sem a intervenção do design até a sua abordagem mercadológica e também simbólica.

Segundo Estrada (2004), o *design* brasileiro evoluiu e conquistou o mercado. Para esta autora, isto foi possível porque o *design* transformou-se em ferramenta para a competitividade, alavanca da produtividade e condição para a inclusão do produto brasileiro no mercado internacional. Devido à ênfase dada aos aspectos culturais locais, estes elementos são representados nos objetos por meio de formas ou cores. Desta forma, pode-se perceber no mercado o atual inúmeros exemplos de convergências entre *design*, artesanato, cultura e indústria para a consolidação da imagem dos produtos brasileiros no exterior.

No entanto, a busca pela diferenciação de mercado para a exportação não é a única razão do enfoque dado às técnicas artesanais na atualidade. Esta também responde à uma demanda nova de consumidores mais conscientes em relação ao consumo de bens sustentáveis que seguem a linha do *slowfashion*<sup>2</sup> e também daqueles que buscam características de exclusividade e distinção social. Um exemplo disso é o mercado de moda de luxo que absorve as técnicas artesanais como forma de agregação de valor aos bens.

As atividades do grupo tiveram continuidade com a realização de visitas aos centros de artesanato da cidade, museus e ao acervo de rendas da Casa de José de Alencar, em Fortaleza. As referências observadas durante a visita serviram de base para uma atividade coletiva de criação de croquis baseados nas peças em exposição a fim de incentivar a capacidade criativa dos presentes. Os croquis foram os primeiros passos no processo de planejamento de peças que unissem os conhecimentos adquiridos no

---

<sup>2</sup> O *slowfashion* caracteriza-se como um novo direcionamento de mercado que segue na contramão da produção de roupas massivas e de baixa qualidade. Com uma proposta mais sustentável ele defende a criação de peças atemporais, feitas à mão, com tecidos naturais e duráveis, além da produção em baixa escala.

curso de design de moda, como noções de modelagem e desenho, com trabalhos artesanais já existentes, a fim de que os estudantes expressassem suas "identidades" e leituras culturais em um novo produto.

Como parte das atividades do grupo de estudo, os participantes do PET Naïf conheceram um pouco mais sobre a história cearense numa visita ao Museu da Indústria, localizado no centro de Fortaleza (CE). O exercício visou ampliar o conhecimento dos presentes para a evolução da economia do estado, compreendendo como as atividades industriais, com destaque para a indústria de confecção, se desenvolveram ao longo dos anos para se tornarem o que são hoje, numa linha do tempo que identifica a história do trabalho manual cearense até a atividade industrial dos dias atuais.

As atividades de pesquisa e levantamentos técnicos acerca do objeto em questão tiveram continuidade com ênfase no debate sobre a valorização do artesanato brasileiro e suas perspectivas no design, gerando algumas publicações e comunicações orais no ambiente acadêmico.

As ações desenvolvidas pelo grupo de estudos e pesquisa PET Naïf foram muito relevantes para a ampliação da reflexão acerca das possibilidades de inovação no campo do design e da moda. O envolvimento de estudantes e professores do curso de Design-Moda da UFC e a repercussão das ideias compartilhadas abriram perspectiva para a criação de um grupo de pesquisa cadastrado no CNPQ<sup>3</sup> que pretende ampliar as discussões com o desenvolvimento de novos estudos, gerando publicações e experiências nesse campo.

O grupo fomentou debates não apenas sobre as perspectivas do trabalho artesanal e sua utilização a partir das metodologias projetuais de design, sobretudo no design de moda, mas ajudou o grupo a compreender a representatividade desse patrimônio cultural do estado e observar as intervenções do design no produto. A preocupação com o poder de modificação do design em suas ações trabalho artesanal tornou-se um ponto bastante discutido ao longo dos encontros do grupo. Isso possibilitou o desenvolvimento de uma consciência coletiva que foca na preservação dos aspectos que caracterizam o artesanato, mesmo que alterações ocorram.

Essa linha de pensamento direcionou as ações dos encontros que seguiram, abordando a valorização do artesanato brasileiro e discutindo sobre a complexidade da sua relação com o design e observando sua adaptação às demandas da contemporaneidade. Essas considerações podem ser melhor exploradas pela citação de Adélia Borges a seguir:

Não há um procedimento padrão ou receituário para o processo de revitalização do artesanato – e nem poderia ser de outra forma, já que diferentes situações exigem diferentes respostas. Se não há uma resposta única, há alguns pressupostos. A constatação e a análise do que preexiste em determinado lugar são condições indispensáveis para traçar uma estratégia de trabalho, caso a caso. (BORGES, 2011 p.59)

A passagem retirada da obra de Adélia Borges (2011) revela alguns dos principais achados obtidos a partir das reflexões erigidas nos estudos do PET Naïf. Com o aprofundamento teórico e a observação de casos reais envolvendo o design e o artesanato, pode-se ampliar a visão sobre as intersecções estabelecidas entre a moda, o design e o artesanato, bem como entre a tradição e a modernidade, entre o rural e o urbano (SILVA, 2011), entre a teoria e a prática.

---

<sup>3</sup> Naif CNPQ

## Pesquisa de campo

As pesquisas desenvolvidas no PET Naïf visaram acrescentar à formação do estudante do curso de Design-Moda, conhecimentos que auxiliam na prática consciente do design em sua relação com os bens culturais, neste caso, o artesanato. Para tanto, o grupo de estudos pautou-se no desenvolvimento de atividades que contemplaram tanto o levantamento de material bibliográfico, a fim de se estabelecer uma fundamentação teórica pertinente aos estudos, como a realização de atividades mais associadas ao ambiente empírico que foram desenvolvidas a partir do contato direto com as técnicas artesanais.

**Imagem 2: Visita ao acervo de Rendas da Casa José de Alencar**



**Fonte: Acervo Pessoal, 2014**

Para isso, estabeleceu-se um cronograma que contemplou encontros quinzenais voltados tanto para o desenvolvimento de pesquisas e apresentações de estudos de caso, como para a realização de visitas guiadas aos centros produtores ou de comercialização do artesanato.

Para avaliar o interesse do corpo discente do curso, foi realizada uma pesquisa quantitativa, com questões que buscaram observar se os estudantes do curso de Design-Moda da UFC sentem necessidade de um aprofundamento sobre o artesanato em sua formação. O questionário, constituído de sete perguntas objetivas e aplicados *on-line*, foi respondido por trinta e cinco alunos do curso ao longo do primeiro semestre de 2015. Detalhes dessa pesquisa podem ser vistos no apêndice A

A partir da análise dos dados obtidos pela aplicação dos questionários, constatou-se que havia necessidade de criação de uma disciplina específica sobre a temática do artesanato no âmbito do curso de Design-Moda da UFC, uma vez que muitos estudantes se mostraram interessados por esta área de estudo. Porém, como visto no gráfico a baixo, a maioria dos alunos que participaram da pesquisa, afirmou que o artesanato não é contemplado como objeto de estudo durante o curso.

**Imagem 8 – A abordagem do artesanato como objeto de estudo no curso de Design-Moda da UFC: “Você acha que o curso Design - Moda da Universidade Federal do Ceará abrange o artesanato em sua grade curricular? ”**



**Fonte: Pesquisa realizada pelo grupo de estudo PET Naïf (2014.2)**

De fato, a matriz curricular do curso Design-Moda não oferecia disciplinas voltadas para lidar com o caso específico do artesanato e sua relação com o design até o primeiro semestre de 2015.1.

Diante da necessidade de se observar mais atentamente essa questão e também pela demanda apresentada pelos estudantes, foi aprovada a criação da disciplina intitulada “Pesquisa e Inovação em Artesanato” que passará a ser ofertada como optativa do curso a partir de 2016.1. A criação da disciplina é resultado das discussões empreendidas no grupo de estudos PET Naïf. Ela foi proposta com o objetivo de oferecer ferramentas teóricas e conceituais aos estudantes sobre os limites e possibilidades existentes na relação Moda, Design e Artesanato a fim de que o aluno desenvolva seu senso de observação, pesquisa, criatividade e sensibilidade para o desenvolvimento de produtos a partir do desempenho de atividades junto a artesãos. Além de fomentar o debate, a pesquisa e ensinar a criação de uma disciplina específica, as atividades desenvolvidas pelo grupo de estudo ao longo do ano de 2014 foram importantes para entender a relação que se estabelece entre o *design* e o artesanato na promoção de um produto com identidade local. A ampliação do interesse dos estudantes pelo objeto da pesquisa, a aproximação entre o fazer científico e o contato com as técnicas artesanais, possibilitada tanto pelos estudos de caso realizados, como pela vivência de experiências envolvendo o conhecimento de novas tipologias de artesanato, também foram alguns outros resultados obtidos com o PET Naïf.

#### **4. Considerações Finais**

Hoje, produtos que unem técnicas artesanais e elementos de *design* são vistos como objetos de alto valor agregado, com características de luxo, pois tem caráter único e sua produção é feita em pequena escala. No processo de produção desses bens, o artesão deposita toda a bagagem de conhecimentos adquiridos através da sua família e da sua comunidade, lançando mão da matéria-prima que sua região oferece. Muitos *designers* utilizam essas referências em seus trabalhos, reformulando-as e agregando mais valor as suas criações.

Cria-se, nesse novo contexto, um novo perfil do profissional de *design*, preocupado com o respeito pela cultura popular e a consciência de identidade coletiva, a utilização de recursos renováveis, o uso e descarte de matéria-prima, a não acumulação de resíduos no ecossistema e o uso de recursos locais na concepção de produtos.

No processo de desenvolvimento de artigos de moda e design na atualidade, observa-se a um movimento de regionalização de tendências e produtos, que versam sobre a identidade brasileira. Isso ocorre devido à necessidade de diferenciação de bens e serviços em um contexto de mercados globalizados, o que vai corroborar para tornar o produto mais competitivo, dotado de características que vão distingui-lo e valorizá-lo. O Estado do Ceará é polo dessa ligação entre a moda e os produtos regionais no Brasil. A variedade muito grande de tipologias, indo das rendas aos trançados de

palha, inspira designers no planejamento e na execução de suas coleções, que passam a ser mais competitivas. No entanto, essa relação é delicada, devendo ser encarada, sobretudo, com respeito e cautela.

Nesse sentido, o presente artigo versou sobre a necessidade de envolver a universidade nas discussões e ações relacionadas às intervenções sobre a produção artesanal e cultural; atuando diretamente na formação dos estudantes e despertando o ambiente acadêmico para a valorização dos recursos materiais, culturais e humanos como meios para criação e desenvolvimento de experiências inovadoras e sustentáveis no campo do design e da moda.

Foi na perspectiva de gerar uma discussão entre os futuros profissionais, que se criou o grupo de estudos, propondo ao curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará uma reflexão mais acurada sobre a temática.

Creemos que as considerações e as reflexões construídas até aqui foram importantes para a construção do debate acadêmico sobre o artesanato e o design, dando visibilidade à temática e valorizando algo que é de suma importância para um *fazer design* de forma mais crítica e criativa. Sabendo-se que as atividades do grupo ainda estão em andamento e que o projeto de se pensar o artesanato na universidade deve ser algo constante, esperamos que outros estudos possam ser somados a este possibilitando a ampliação do debate sobre a temática em questão e o envolvimento de outros estudantes, docentes e profissionais.

## Referências

ALEGRE, Silvia Porto. **Mãos de Mestre**: Itinerários da arte e da tradição. São Paulo: Maltese, 1994.

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

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. São Paulo. SENAC SP, 2004.

CALDAS, Dário. **Observatório de Sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. 2. ed. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2006.

CANCLINI, Nestor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

\_\_\_\_\_. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008a.

\_\_\_\_\_. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 2008b.

CHAUÍ, Marilena. **Cidadania cultural**: O direito à cultura. São Paulo: Abramo, 2006.

DALPRA, Patrícia (Org.). **DNA Brasil**: tendências e conceitos emergentes para as cinco regiões brasileiras. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

DINIZ, Cláudio. **Mercado do Luxo no Brasil**: tendências e oportunidades. São Paulo: Seoman, 2012.

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

FERREIRA, Ângela Sá; NEVES, Manuela; RODRIQUES, Cristina. **Design e Artesanato**: um projeto sustentável. *REDIGE* v. 3, n. 1, abr. 2012

FINKELSTEIN, Lucien. **Arte Naif**: na origem das origens. Rio de Janeiro: Edições MIAN.

Disponível em [http://ijpr.org.br/doc/monografias/Trabalho%20de%20Denise%20Maia%20%20Arte%20Na%20C3%AEf%20\\_%20O%20esp%20C3%ADrito%20livre%20e%20espont%20A2neo%20da%20arte.doc](http://ijpr.org.br/doc/monografias/Trabalho%20de%20Denise%20Maia%20%20Arte%20Na%20C3%AEf%20_%20O%20esp%20C3%ADrito%20livre%20e%20espont%20A2neo%20da%20arte.doc). Acesso em 14/09/2014, às 15h37.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade**: design para mudança. São Paulo: Editora SENAC SP, 2011.

FLEURY, Catherine Arruda. **Renda de bilros, Renda da terra, Renda do Ceará**: a expressão artística de um povo. São Paulo: Annablume, 2002.

FREDERICO, Celso. Cotidiano e arte em Lukács *in* ESTUDOS AVANÇADOS. vol.14, nº.40. São Paulo. 2000. ISSN 0103-4014.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

JORGE, Luciana França. **O artesanato como arte aplicada e sua inserção na moda cearense**. 2001. 66 f.: Monografia (graduação) - Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências Agrárias, Departamento de Economia Doméstica, Curso de Estilismo e Moda, Fortaleza, 2001.

SILVA, Emanuelle Kelly Ribeiro da. **Quando a Cultura entra na Moda**. Fortaleza: Edições UFC, 2011.

SILVA, Emanuelle Kelly Ribeiro da. **Novas Faces do Trabalho Artesanal**: as intersecções de saberes na relação entre *Designers* de Moda e Artesãos no Interior do Ceará. Tese (Doutorado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015.

TRAVESSONI, Márcia (Org.). **Anuário da Moda no Ceará 2013-2014**. Fortaleza: Diário do Nordeste, 2014.

TREPTOW, Doris. **Inventado Moda**: planejamento de coleção. 5 ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013

**Recebido em 30/11/2015. Aceito em 30/09/2016.**