



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E
DESIGN, PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

**A INTER-RELAÇÃO DESIGN E TERRITÓRIO EM
EVENTO DE VALORIZAÇÃO DOS SABERES
TRADICIONAIS: SEMANA CRIATIVA DE TIRADENTES**

RENATA DE OLIVEIRA CRUZ CARLASSARA

BAURU

2023

RENATA DE OLIVEIRA CRUZ CARLASSARA

**A INTER-RELAÇÃO DESIGN E TERRITÓRIO EM EVENTO DE
VALORIZAÇÃO DOS SABERES TRADICIONAIS: SEMANA
CRIATIVA DE TIRADENTES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design, Linha de Pesquisa: Planejamento de Produto, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Campus de Bauru, como parte dos requisitos para exame de defesa, sob orientação do Prof. Dr. Tomás Queiroz Ferreira Barata.

Orientador: Prof. Dr. Tomás Queiroz Ferreira Barata
PPG Design/FAAC UNESP

**BAURU
2023**

Carlassara, Renata de Oliveira Cruz.

A inter-relação design, artesanato e território em
evento de valorização dos saberes tradicionais: Semana
Criativa de Tiradentes/ Renata de Oliveira Cruz

Carlassara, 2023

105 f. : il.

Orientador: Tomás Queiroz Ferreira Barata

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual
Paulista (Unesp). Faculdade de Arquitetura, Artes,
Comunicação e Design, Bauru, 2023

1. Design e Território. 2. Artesanato e Design. 3.
Design e Materialidade. 4. Economia Criativa. I.
Universidade Estadual Paulista. Faculdade de
Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. II. Título.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Tomás Queiroz Ferreira Barata

PPG — Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (FAAC/UNESP) —
Bauru/SP

Prof.^a Dr.^a. Mônica Cristina de Moura

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (FAAC/UNESP) — Bauru/SP

Prof.^a Dr.^a. Cyntia Santos Malaguti de Sousa

Universidade de São Paulo (FAUUSP) — São Paulo/SP



UNIVERSIDADE
ESTADUAL PAULISTA



Campus de Bauru

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE RENATA DE OLIVEIRA CRUZ CARLASSARA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN — CAMPUS DE BAURU.

Aos 07 dias do mês de fevereiro do ano de 2023, às 14:30 horas, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de RENATA DE OLIVEIRA CRUZ CARLASSARA, intitulada A inter-relação design e território em evento de valorização dos saberes tradicionais: Semana Criativa de Tiradentes. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Doutor TOMAS QUEIROZ FERREIRA BARATA (Orientador(a) — Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-Graduação em Design / FAAC Unesp Bauru, Professora Doutora MÔNICA CRISTINA DE MOURA (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-Graduação em Design / FAAC/Unesp/Bauru, PROFESSORA ASSISTENTE DOUTORA CYNTIA SANTOS MALAGUTI DE SOUSA (Participação Virtual) do(a) Departamento de Tecnologia da Arquitetura / UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Após a exposição pela mestranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: _ _ _ **Aprovada** _ _ _ . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Professor Doutor TOMAS QUEIROZ FERREIRA BARATA

DEDICATÓRIA

Gostaria de dedicar este trabalho primeiramente à minha mãe, Márcia, minha grande inspiração, exemplo e força. Ao meu irmão e ao meu pai, Eduardo e Paulo, por acreditarem e me apoiarem durante o processo, incondicionalmente.

Ao meu amor, Luiz Guilherme, que segurou a minha mão durante toda a trajetória sem soltar nenhum minuto.

Aos meus queridos amigos da pós-graduação Júlia, José e Cleiton, pelo apoio, troca de conhecimentos, aprendizados e dores, que me presentearam com a amizade em sua forma mais bonita.

Também dedico este trabalho a todos os artesãos, designers e agentes de transformação, que vivem para garantir a manutenção e prosperar tradições riquíssimas que traduzem a identidade e a beleza de cada território local brasileiro, pelos quais eu me apaixono diariamente.

RESUMO

A presente pesquisa trata-se de um estudo de caso que busca compreender as inter-relações de designers, artesãos e território no âmbito de um evento de fomento e recuperação dos saberes tradicionais locais, associados ao artesanato de Tiradentes — MG e região, através de uma investigação histórica, programática e organizacional, para compreender as competências do design para com o território local. O estudo possui abordagem qualitativa e fundamenta-se na combinação entre pesquisa bibliográfica narrativa, estudo de caso e pesquisa documental. Somando o estado da arte, consultas documentais e investigações *in loco*, buscou-se compreender de que maneira ocorrem as relações entre design e território na Semana Criativa de Tiradentes, evento que promove a valorização do artesanato, baseando-se nas tradições culturais da cidade e região, para estabelecer novas diretrizes para o design no Brasil, que possui em seu escopo o papel de facilitador de processos e mediador de relações sócio-culturais, permitindo acesso à tecnologia e à sustentabilidade ambiental, social e econômica por parte das comunidades e territórios, colaborando para fomentar a autonomia e poder de competição no mercado, através da valorização de seus produtos locais.

Palavras-chave: Design e Território; Artesanato e Design; Design e Materialidade; Economia Criativa; Design Contemporâneo.

ABSTRACT

This research is a case study that seeks to understand the interrelations of designers, artisans, and territory in the context of an event to promote and recover local traditional knowledge, associated with the crafts of Tiradentes - MG and region, through historical, programmatic and organizational research to understand the competences of design with the local territory. The study has a qualitative approach and is based on the combination between narrative bibliographic research, case study and documentary research. Adding the state of the art, documentary consultations and on-site investigations, we sought to understand how the relations between design and territory occur in the Semana Criativa de Tiradentes, event that promotes the valorization of handcrafts, based on the cultural traditions of the city and region, to establish new guidelines for design in Brazil, which has in its scope the role of process facilitator and mediator of sociocultural relations, enabling access to technology and environmental, social and economic sustainability by communities and territories, contributing to foster autonomy and power of competition in the market, through the valorization of its local products.

Keywords: Design and Territory; Crafts and Design; Design and Materiality; Creative Economy; Contemporary Design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Estrela de valor (dimensão de valores) de Lia Krucken.....	33
Figura 2: Relação entre as práticas sociais e os artefatos.....	36
Figura 3: Mapa dos setores da indústria criativa.....	38
Figura 4: Paisagem de Tiradentes, MG.....	44
Figura 5 - Igreja Matriz de Santo Antônio e conjunto arquitetônico de Tiradentes; Conjunto Arquitetônico de Tiradentes; Teto Capela de Nossa Senhora das Mercês.....	45
Figura 6: Mapa de artesãos cadastrados por município.....	46
Figura 7: Mapa de artesãos cadastrados por microrregião.....	48
Figura 8: Mapa de stakeholders identificados pela autora na Semana Criativa de Tiradentes.....	52
Figura 9: Página da Semana Criativa de Tiradentes no Pinterest.....	59
Figura 10: Primeiro logotipo da Semana Criativa de Tiradentes e bandeira do estado de Minas Gerais.....	60
Figura 11: Primeira postagem no Instagram da nova identidade visual da Semana Criativa de Tiradentes.....	61
Figura 12: Aplicações da nova identidade visual da Semana Criativa de Tiradentes.....	62
Figura 13: Uso do triângulo nas comunicações da Semana Criativa e aplicações da marca em produtos diversos.....	63
Figura 14: Aplicação do cobogó desenvolvido pela Semana Criativa de Tiradentes, exposto durante a edição do evento de 2022.....	64
Figura 15: Página inicial do site da Semana Criativa de Tiradentes.....	65
Figura 16: Postagens no Instagram da Semana Criativa de Tiradentes com aplicação da identidade visual do evento durante suas edições.....	66
Figura 17: Páginas do material gráfico informativo do ano de 2022 da Semana Criativa de Tiradentes.....	67
Figura 18: Mapa dos locais abrangidos pela Semana Criativa de Tiradentes.....	68
Figura 19: Parte da instalação “Floresta na Praça”.....	71

Figura 20: Designers e artesãos participantes das imersões da Semana Criativa de Tiradentes ao longo dos anos.....	73
Figura 21: Designers e artesãos participantes dos desdobramentos da Semana Criativa de Tiradentes ao longo dos anos.....	74
Figura 22: Fluxograma de associação de artesão e técnica produtiva.....	88
Figura 23: Produtos feitos em couro por Nôca e Bela, em conjunto com os designers.....	89
Figura 24: Kit de piquenique bordado feito por Camila, em conjunto com os designers.....	90
Figura 25: Produtos de latão feitos por Leonardo, Carlos e Tiago, em conjunto com os designers.....	90
Figura 26: Luminárias de flor-de-palha feitas por Edna, Wellington e Tatiane, em conjunto com os designers.....	91
Figura 27: Peças de mobiliário feitas por Alisson, em conjunto com os designers.....	92
Figura 28: Luminárias bordadas feitas por Maria e Cristina, em conjunto com os designers..	93
Figura 29: Quadros bordados feitos por Maria e Lília, em conjunto com os designers.....	93
Figura 30: Peças de decoração feitas por Marlon, em conjunto com os designers.....	94
Figura 31: Peças de decoração feitas por Fábio, Deise, Gabriel e Mariana, em conjunto com os designers.....	95
Figura 32: Peças de decoração e mobiliário feitas por Eliana, Luciano e Valcir, em conjunto com os designers.....	95

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Principal referencial teórico da presente pesquisa.....	21
Quadro 2: Fontes documentais utilizadas para estruturar uma pesquisa.....	22
Quadro 3: Tópicos de análise utilizados para a delimitação do estudo de caso.....	23

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Origem do artesanato dos artesãos cadastrados no município de Tiradentes, MG...	47
Tabela 2: Finalidade do artesanato dos artesãos cadastrados no município de Tiradentes, MG.....	48
Tabela 3: Finalidade do artesanato dos artesãos cadastrados no município de Tiradentes, MG.....	49
Tabela 4: Tipos de atrações presentes na programação de cinco edições da Semana Criativa de Tiradentes.....	69

LISTA DE GRÁFICOS

Gráficos 1: Destino das vendas e faixa de renda familiar em salários mínimos dos artesãos cadastrados.....	52
Gráfico 2: Origem da maior fonte de renda familiar e distribuição por sexo do trabalho dos artesãos cadastrados.....	50
Gráfico 3: Quantidade de colaboradores distribuídos por ano na Semana Criativa de Tiradentes.....	55
Gráfico 4: Quantidade e especificidade de colaborações feitas anualmente em cada edição da Semana Criativa de Tiradentes.....	56

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 Caracterização do problema	16
1.2. Questões de pesquisa	17
1.3 Objetivos	18
1.3.1 Objetivo geral	18
1.3.2 Objetivos específicos	18
1.4 Material e métodos	18
1.4.1 Revisão Bibliográfica	19
1.4.2 Estudo de Caso e Pesquisa Documental	20
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	24
2.1 A atuação do design na contemporaneidade	25
2.2 O designer no século XXI e a transdisciplinaridade	27
2.3 O design como ferramenta de valorização do território local	29
2.3.1 Design, cultura e materialidade	34
2.3.2 As relações entre design e artesanato: manutenção das tradições culturais.	39
3. RESULTADOS E DISCUSSÕES DO ESTUDO DE CASO: Semana Criativa de Tiradentes e as inter-relações com o design, artesanato e território.	42
3.1 Dados gerais sobre o território de Tiradentes — MG	43
3.1.1 A cidade de Tiradentes, MG	43
3.1.2 O Artesanato em Tiradentes e na microrregião de São João Del Rei	45
3.2 Origens e organização da Semana Criativa de Tiradentes	51
3.2.1 Aspectos gerais do evento	51
3.2.2 Origens, motivações e organização do projeto	52
3.2.3 Apoio e colaboração para a realização do festival	54
3.3 Divulgação e comunicação visual	58
3.3.1 Identidade visual	58
3.4 A programação do festival	67
3.5 Atores e processos de imersões e desdobramentos da Semana Criativa de Tiradentes	72
3.6 Reflexões sobre as imersões e desdobramentos: interação design, artesanato e território na Semana Criativa de Tiradentes de 2022.	77
3.6.1 Dados qualitativos acerca da Semana Criativa de Tiradentes: perguntas elaboradas aos organizadores, designers e artesãos	77
3.6.2 Panorama, reflexões e relatos da imersão de 2022	80
3.6.3 Panorama, reflexões e relatos dos desdobramentos de 2022	84
3.6.4 Os produtos resultantes da Semana Criativa de Tiradentes de 2022	87
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100

Relembrar a importância da continuidade do processo cultural a partir de nossas raízes não representa uma aceitação submissa e passiva dos valores do passado, mas a certeza de que estão ali os elementos básicos com que contamos para a preservação de nossa identidade cultural.

Aloísio Magalhães.

1. INTRODUÇÃO

Este estudo é resultado de uma série de reflexões que surgiram a partir de inquietações sobre o design e o universo híbrido em que está inserido. Na contemporaneidade, o design é frequentemente abordado enquanto ferramenta inter e transdisciplinar, direcionado para ações políticas e sociais. Por mais que a discussão sobre as suas responsabilidades perante a sociedade não seja recente, ainda flertamos com um design de raiz racionalista e funcionalista que, em seu discurso, muitas vezes desconsidera o design enquanto ferramenta de transformação. Esta análise dos papéis atribuídos ao design já ocorria desde os primeiros movimentos que marcam a era moderna, como o *Arts and Crafts*, *Art Nouveau*, *Werkbund*, e Bauhaus, por exemplo.

Em meados do século XX, alguns teóricos, como Gui Bonsiepe, instituíram que o design poderia ser um instrumento muito poderoso para a defesa da autonomia local, servindo de base para a regeneração dos modelos de desenvolvimento, propondo-se como estratégia para diferenciação e valorização (MORAES, 2005). Sennet (2009) aponta que o trabalhador industrial do mundo moderno passou a ser incentivado a partir de duas grandes receitas: trabalhar bem para o bem da própria comunidade em que se insere, recorrendo à moral — o que o autor observa ser falho — ou trabalhar para ser recompensado, estimulando a competição interna e o bom desempenho individual, deslocando-o do coletivo. Porém ambas as maneiras de incentivo do bom trabalho não envolvem o propósito do trabalho do artesão, que seguiu desvalorizado e com acesso dificultado ao mercado global.

No cenário brasileiro, a desvalorização da cultura artesanal autóctone marcou o desenvolvimento de um design eurocentrista, dotado de pouquíssimas características que de fato o diferenciam enquanto brasileiro, levando à certa dificuldade em entender qual é essa cultura de fato. Um país que, segundo o designer Andrea Branzi (2005), possui forte identidade, porém evasiva, ambígua e misteriosa, que vem de uma nação híbrida, que, em sua maioria, se constitui de minorias. O desenvolvimento de estilo próprio brasileiro foi substituído pela necessidade da absorção de um modelo moderno já completamente elaborado, importado da Europa. Trata-se então de uma sociedade que possui a história de uma cultura estrangeira que, lentamente, foi absorvendo o que restou de sua cultura autóctone e desenvolvendo novos aspectos dela a partir desses resquícios. No contemporâneo o designer

é colocado frente a estas questões culturais, sociais e políticas, sendo associado ao papel de facilitador de processos em ações institucionais colaborativas. No que condiz com a esta pesquisa, nota-se o direcionamento do design no Brasil para ações que contribuem para a manutenção e perpetuação do território, cultura e identidade locais, fortemente representados pelo artesanato, restituindo a cultura autóctone a partir de sua manutenção aplicada ao cenário contemporâneo.

O designer possui o papel de mediador de dimensões imateriais e relaciona-se profundamente com inovações tecnológicas e socioculturais, configurando-se como ferramenta de competitividade e desenvolvimento de estratégias que possam inserir essas inovações nas comunidades, a partir de um pensamento sistêmico. Esse movimento gerado em torno das ações do design ajuda a impulsionar e valorizar o investimento na área, destacando a preocupação de órgãos públicos e privados com o produto local e com a sinergia entre os atores locais, para que se fortaleçam enquanto território.

A partir do reconhecimento deste modo de atuação do design, antes invisíveis para a autora diante de um ensino de design também pautado no discurso funcionalista, racionalista e de natureza europeia, um novo olhar sobre a profissão do design foi configurado, direcionando a temática da presente pesquisa. O tema deste estudo de caso só foi de fato consolidado após a ida da autora a Semana Criativa de Tiradentes de 2019, evento que reúne artesãos, designers, arquitetos e pessoas de todo o país para fomentar a atividade artesanal da microrregião de São João Del Rei. A horizontalidade do evento, somada a sua imersão no território local e a proposta de valorização do artesanato, foram responsáveis por um despertar para essa realidade e, desde o primeiro momento, perguntou-se se de fato havia ética, transparência e respeito nas relações entre designers e artesãos, já que era possível notar questionamentos quanto à legitimidade da prática em diversos outros projetos e parcerias de fomento à atividade artesanal no país — assunto bastante delicado e discutido em artigos recentes.

Ainda, o incentivo ao estudo também partiu de uma conversa da autora — já bastante instigada pelas questões citadas acima — com um dos artesãos participantes da Semana Criativa de 2019 que, bastante emocionado, contou sua trajetória de vida e apresentou as mudanças em suas perspectivas a partir do primeiro contato com os designers no evento, aguçando ainda mais a necessidade de compreender com profundidade a natureza destas relações. Esta conversa bastante marcante foi responsável por abrir os olhos para o território

local e seus representantes, ao compreender que a identidade e a carreira destes artesãos são praticamente indissociáveis.

A partir de questionamentos acerca da atuação do design contemporâneo frente ao território local e a tradição artesanal, somados ao interesse da autora em aprofundar-se nas inter-relações propostas pela Semana Criativa, consolidou-se o tema do presente estudo de caso.

1.1 Caracterização do problema

Para esta pesquisa, tomamos por base alguns questionamentos que serviram de guia para a escolha do tema, bem como do objeto de estudo. Qual o papel do design contemporâneo para com o território e a cultura local? Quais tipos de ações o design desempenha para a manutenção dessa cultura? É possível manter uma relação ética e genuína entre o designer e os representantes desse território? Como é construída, de maneira geral, essa relação no ambiente dos eventos de fomento ao design e cultura local no Brasil?

A partir do movimento moderno e por um importante período, o design de raiz racionalista e funcionalista utilizou um discurso que contribuiu para a formação de ideias limitadas sobre a profissão. Já na contemporaneidade, o design vem desfazendo algumas amarras e sendo explorado enquanto ferramenta de transformação social, política e econômica. Para esse sentido, o design precisa ser configurado como ferramenta multidisciplinar e transdisciplinar.

Na interação design e território, essa configuração não é muito diferente, já que o mesmo é reconhecido “como ferramenta estratégica para a valorização de produtos locais” com cada vez mais frequência. Nesse sentido, o design ajuda a estimular e potencializar o uso dos recursos do território para favorecer o “seu patrimônio cultural imaterial” a partir do reconhecimento dos seus valores locais. Para Lia Krucken esse papel faz se cada vez mais necessário frente o cenário da globalização (KRUCKEN, 2009, A, p. 2). Este mesmo cenário traz efemeridade e diminuição de barreiras físicas e temporais, causa confusão nos sentidos locais e individuais, acelera o ritmo da rotina e do consumo e causa interrupções em tradições históricas.

No Brasil, o rompimento do saber ancestral acontece desde a sua colonização, desconsiderando quase por completo a herança da cultura material. Assim, a produção

material brasileira voltou-se para os princípios internacionais da forma, caminhando do lado oposto da tradição artesanal (BORGES, 2011). Branzi (2005) acredita que a história do design no país não é espontânea, e que a cultura brasileira autóctone foi sendo gradualmente inserida nesse contexto. Atualmente, podemos verificar ações que promovem “o revigoramento, o resgate do artesanato baseado em nossas tradições culturais, abrindo caminhos para uma possível nova realidade no design brasileiro”. O designer nesse sentido deve conseguir integrar o global e local e equilibrar essas duas dimensões, ativar diálogos entre as partes para valorizar e trazer competitividade para o produto local, abrangendo “atividades de planejamento, decisões e práticas, que vão afetar direta ou indiretamente a vida das pessoas” (FRANÇA, 2005, p.10).

Nesta pesquisa, o estudo de caso abordado tem em vista investigar de que maneiras ocorrem as relações entre design e território na Semana Criativa de Tiradentes, projeto¹ cujo propósito é divulgar e valorizar saberes tradicionais da cidade de Tiradentes, em Minas Gerais. Fica clara a impossibilidade destes territórios tradicionais em se manter blindados aos fatores globais, portanto, Aloísio Magalhães afirma que a continuidade de uma cultura está justamente em sua flexibilidade e força para comportar mudanças e alterações, que, se harmonizadas com seu passado histórico fortalecido, garantirão a sua sobrevivência. O território local deve estar aberto ao novo, que, como disse Magalhães, nunca será novo de fato, será uma forma transformada de passado (LEITE, 2017). Portanto, o fortalecimento e mestiçagem são essenciais para a organicidade do processo de transformação e perpetuação de uma cultura.

1.2. Questões de pesquisa

- É possível manter uma relação genuína entre o designer e os representantes de um território local, no evento de fomento aos saberes tradicionais locais da Semana Criativa de Tiradentes?
- Como ocorreram os processos inter-relacionais dos designers, artesãos e território no âmbito do evento Semana Criativa de Tiradentes de 2022?

¹ A denominação “projeto” justifica-se pela ação projetual contínua desenvolvida durante o ano pela Semana Criativa de Tiradentes.

- Os artesãos se veem representados nos produtos resultantes da imersão com os designers na Semana Criativa de Tiradentes?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Analisar as inter-relações de design, artesanato e território, no âmbito da valorização dos saberes tradicionais locais, no festival Semana Criativa de Tiradentes a partir de uma abordagem histórica, programática e organizacional.

1.3.2 Objetivos específicos

- Investigar e analisar o festival de forma sistemática a partir dos seguintes tópicos: Dados gerais sobre o território de Tiradentes — MG; Origens e organização da Semana Criativa de Tiradentes; Divulgação e comunicação visual; Programação do festival; Atores e processos; Reflexões sobre as imersões e desdobramentos: interação design, artesanato e território.
- Compreender em que medidas o design pode colaborar para a ressignificação e valorização do trabalho dos artesãos participantes das imersões e desdobramentos do festival em Tiradentes, MG.
- Investigar e analisar como ocorrem as interações entre designers e artesãos nos processos de imersão e desdobramentos do festival, por meio de registros documentais coletados *in loco*.
- Constituir um panorama dos produtos resultantes da semana criativa a partir de registros fotográficos *in loco* das exposições temporárias “Design feito à mão” e “Desdobramentos”.

1.4 Material e métodos

O presente estudo possui abordagem descritiva e foi elaborado a partir da combinação de metodologias que possibilitaram uma análise com abordagem histórica, programática e

organizacional das inter-relações de design, artesanato e território, utilizando como base a revisão bibliográfica narrativa, partindo dos principais temas e autores relacionados ao assunto da pesquisa. Também foi desenvolvido um estudo de caso com visita técnica e pesquisa documental, organizado a partir de seis tópicos que estruturaram a coleta de dados de natureza quali-quantitativa e, sobretudo, o processo de análise do objeto de estudo da dissertação. Estes tópicos são: dados gerais sobre o território de Tiradentes — MG; origens e organização da Semana Criativa de Tiradentes; divulgação e comunicação visual; programação do festival; atores e processos; e reflexões sobre as imersões e desdobramentos.

1.4.1 Revisão Bibliográfica

A revisão bibliográfica narrativa, no que lhe concerne, pode ser correspondida pela investigação do estado da arte, analisando temas específicos, bem como suas perspectivas e pluralidades em contextos históricos, teorias e práticas. Esta categoria de revisão não carece de sistematização e análise crítica, estando muitas vezes sujeita “à subjetividade dos autores”, também “observa-se que não existe nessa opção um critério detalhado e específico para a seleção da fonte material, basta tratar-se do tema investigado” (VOSGERAU; ROMANOWSKI, 2014, p.169). Nesta etapa da pesquisa, foi feito um levantamento bibliográfico em que foram elencadas as principais fontes de referência, que estão representadas no quadro 1.

Para a seleção, buscou-se por temas centrais da pesquisa como: “design e identidade”, “design contemporâneo”, “design e território”, “cultura e materialidade” e “design e artesanato”. Também foram consultadas obras conceituadas da literatura sob o tema geral: “história do design”. A partir da reunião do referencial, tem-se como objetivo a construção de toda a análise bibliográfica da pesquisa.

Quadro 1: Principal referencial teórico da presente pesquisa.

AUTORES	CONTRIBUIÇÃO	ÁREA
PAPANEK (1973)	Design; sustentabilidade; sociedade	DESIGN
LARAIA (2001)	Cultura; materialidade	SOCIOLOGIA
ONO (2006)	Cultura; materialidade	DESIGN
MCGREW (1992)	Globalização; cultura; sociedade	SOCIOLOGIA
MARGOLIN (2006)	Design; sustentabilidade; sociedade	DESIGN
BORGES (2011)	Artesanato e design;	SOCIOLOGIA
HARVEY (2016)	Pós modernismo; capitalismo; globalização	SOCIOLOGIA
CANCLINI (2011)	Cultura; design e sociedade	DESIGN
KRUCKEN (2014/2012/2009)	Design e território	DESIGN
AGANBEM (2009)	Contemporaneidade; sociedade	EDUCAÇÃO
MOURA(2018/2011/2005)	Design Contemporâneo	DESIGN; SOCIOLOGIA/ DESIGN
SERROY; LIPOVETSKY (2015)	Capitalismo artista, consumo; pós modernismo	DESIGN; SOCIOLOGIA
SANTOS (2020)	Território	SOCIOLOGIA; GEOGRAFIA

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

1.4.2 Estudo de Caso e Pesquisa Documental

Na dissertação, utiliza-se o estudo de caso intrínseco que, de acordo com Santos, A (2018), “é aquele em que o caso constitui o próprio objeto da pesquisa”, não exige a formulação de teorias e parte do desejo do pesquisador em aprofundar-se no tema. O interesse no estudo e investigação está diretamente associado ao estudo de caso particular, sendo o principal objetivo a compreensão específica do caso em si, fora de suas relações com terceiros e suas problemáticas (MEIRINHOS; OSÓRIO, 2010). Como ferramenta de estudo de caso, utiliza-se a pesquisa documental em meio físico e digital.

Durante a pesquisa, buscou-se analisar as inter-relações de design, artesanato e território, no âmbito da valorização dos saberes tradicionais locais no festival, partindo de um panorama acerca de suas cinco edições passadas e um olhar mais apurado para sua edição atual, em 2022, no qual a autora esteve presente em visita técnica. Para esta análise, foram elencados seis tópicos, a serem especificados mais a frente, que serviram de norte para o estudo: dados gerais sobre o território de Tiradentes — MG; origens e organização da Semana

Criativa de Tiradentes; divulgação e comunicação visual; programação do festival; atores e processos; e reflexões sobre as imersões e desdobramentos.

Dados os tópicos, foi planejada e realizada uma pesquisa documental com base principal em meio digital, utilizando fontes diversas provenientes de acervos de acesso público e acesso restrito (quadro 2).

Quadro 2: Fontes documentais utilizadas para estruturar uma pesquisa.

ACESSO PÚBLICO	ACESSO RESTRITO
DOCUMENTOS OFICIAIS DOCUMENTOS PARLAMENTARES DOCUMENTOS JURÍDICOS ACERVOS ICONOGRÁFICOS	ACERVOS PESSOAIS ACERVOS DE INSTITUIÇÕES PRIVADAS ACERVOS DE INSTITUIÇÕES PÚBLICAS

Fonte: Elaborada pela autora com base em Santos, A. (2018).

Os meios de coleta dos dados documentais foram pré-definidos e divididos em duas partes: meio digital e meio físico. No meio digital, foram utilizadas plataformas como sites, jornais, revistas, blogs, redes sociais e repositórios acadêmicos de dissertações e teses. É importante ressaltar a necessidade de levar em consideração ao menos duas fontes de dados, portanto, buscaram-se documentos como fotos, vídeos, publicações em mídias sociais, matérias, reportagens jornalísticas e artigos científicos. Para a pesquisa em meio físico, a autora esteve presente no evento em visita técnica a fim de expandi-la e complementá-la. As principais análises foram realizadas por observação direta, perguntas específicas para os idealizadores, designers e artesãos, participação em bate-papos, palestras e documentação fotográfica.

A seleção de tópicos de análise (quadro 3) favoreceu a delimitação dos assuntos a serem abordados durante a pesquisa e tornou a visita técnica mais assertiva e objetiva, visto que a autora pôde elencar previamente aqueles que ainda não haviam sido respondidos. Os tópicos se organizam da seguinte forma:

Quadro 3: Tópicos de análise utilizados para a delimitação do estudo de caso.

TÓPICOS					
TERRITÓRIO	ORIGENS E ORGANIZAÇÃO	COMUNICAÇÃO	PROGRAMAÇÃO	ATORES E PROCESSOS	REFLEXÕES
dados gerais sobre o território de Tiradentes - MG	origem do festival	a identidade visual do festival	atividades anuais do festival	atores envolvidos: designers e artesãos	critérios para a curadoria dos atores
produção artesanal da região	sujeitos envolvidos na organização	aplicações gráficas	temas recorrentes nas atividades propostas	área de atuação dos envolvidos	metodologia de interação entre os atores
terroir e produto local	órgãos patrocinadores do festival	conceito por trás da marca e sua relação com o território e o festival	dados gerais sobre o evento	importância dos atores na configuração do evento	inter-relações do design e artesanato no âmbito do festival

Fonte: Elaborada pela autora.

a) Dados gerais sobre o território de Tiradentes — MG

Buscou-se compreender as principais características do território local de Tiradentes e região, bem como dados sobre a inserção do artesanato na microrregião de São João Del Rei. Assim, investiga-se a distribuição espacial do evento, (no que diz respeito a origem dos artesãos participantes), produtos e serviços. Outra característica importante levantada na pesquisa sobre a região é sua cultura material, *terroir*² e recursos econômicos envolvidos na produção artesanal local. Os dados do território sistematizados na pesquisa são: a área, população e localização da cidade de Tiradentes; números sobre a atividade artesanal na região e no país; o mapeamento da microrregião de São João Del Rei (que engloba Tiradentes) e sua relação com o artesanato; a finalidade produtiva do artesanato da microrregião; as técnicas e origem destas atividades artesanais; e dados econômicos gerais ligados ao artesanato local.

b) Origens e organização da Semana Criativa de Tiradentes

Neste tópico, foram abordadas as principais características do evento, bem como as questões sobre a origem e os idealizadores, em busca de compreender quem são seus

² “O *terroir* (...) é um território caracterizado pela interação com o homem ao longo dos anos, cujos recursos e produtos são fortemente determinados pelas condições edafo-climáticas e culturais” (KRUCKEN, 2009, p.32).

responsáveis, suas motivações e razões. Também investigaram-se as relações entre estes sujeitos, o design e o território onde o evento se realiza. Estes dados foram identificados em respostas de entrevistas em vídeo e texto disponíveis no YouTube e no site da revista Casa e Jardim.

Buscou-se identificar os atores envolvidos de maneira geral no projeto/festival, apresentados em um mapa de stakeholders e os órgãos responsáveis pelo patrocínio e realização do evento, em uma análise por edições e tipo de apoio. Para tal, buscaram-se informações através do site do evento e suas redes sociais.

c) Divulgação e comunicação visual

Buscou-se neste tópico, analisar de maneira descritiva a identidade visual do festival, suas características gráficas, aplicações, cores, texturas e sua relação conceitual com a cidade de Tiradentes e a proposta do evento. Os objetos analisados foram a rede social Instagram, o website do evento e o material gráfico informativo disponibilizado no ano de 2022.

d) Programação do festival

Neste tópico, foram agrupados os aspectos gerais sobre o evento em si, sua programação, a recorrência e tipos de temas de suas palestras e bate-papos, os tipos de oficinas, workshops e exposições durante os quatro dias de realização do evento em suas seis edições.

e) Atores e processos

O quinto tópico tratou-se de responder quem são os atores participantes do projeto proposto pelo evento, porque foram escolhidos para estar lá e sua importância na configuração do evento. A Semana Criativa de Tiradentes propõe projetos de imersão entre designers e artesãos “para que troquem conhecimentos, levando frescor ao artesanato e brasilidade aos projetos de design” (SEMANA CRIATIVA DE TIRADENTES, 2021?, Online). Os dados sobre este tópico foram elencados através do site e mídia sociais da Semana Criativa, onde estão documentadas informações sobre os atores presentes nas seis edições do festival. A área de atuação de cada artesão pôde ser identificada através dos eventos e produtos.

f) Reflexões sobre as imersões e desdobramentos: interação design, artesanato e território.

No sexto e último tópico, questiona-se como é feito o processo de curadoria destes artesãos e designers e quais seus critérios. Ainda neste mesmo tema, busca-se responder como são feitos os diálogos entre designers e artesãos e se existe alguma metodologia utilizada para este e para o desenvolvimento do produto em si. Este é um aspecto importante para conseguir discorrer sobre a relação entre os atores. Ainda, pretende-se investigar os resultados gerais do evento e quais foram os produtos desenvolvidos — o evento tem como tradição a exposição e venda de produtos resultantes das imersões entre designers e artesãos. Durante a visita técnica, documentou-se dados a partir de fotografias, participações em bate-papos e palestras, observações e perguntas específicas feitas aos atores envolvidos nos processos propostos pelo evento.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Para compreender os processos e relações sociais, econômicas e políticas que ocorrem no estudo de caso proposto, é de suma importância a reunião do estado da arte dos principais temas abrangidos pela pesquisa. A partir desta análise, o estabelecimento de associações e críticas pertinentes torna-se fundamentado.

2.1 A atuação do design na contemporaneidade

O ser contemporâneo, para Agamben (2009), é aquele que possui a sensibilidade de estabelecer divisões racionais no tempo para compará-lo a tempos passados e realizar uma nova leitura da história — entendê-la é um fator fundamental para construir conhecimento e firmar alguns de seus significados, já que este está em processo constante, podendo representar maior ou menor importância conforme o tempo.

Por meio da história, podemos compreender “o significado das mudanças de significado” (MACHADO, 2016, p.49), estabelecer críticas e soluções para problemas do presente e traçar planos para o futuro. Para Agamben:

A contemporaneidade, portanto, é uma singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, dele toma distâncias; mais precisamente, essa é a relação com o tempo que a este adere através de uma dissociação e um anacronismo. Aqueles que coincidem muito plenamente com a época, que em todos os aspectos a esta aderem perfeitamente, não são contemporâneos porque, exatamente por isso, não conseguem vê-la, não podem manter fixo o olhar sobre ela (AGAMBEN, 2009, p.59).

Sob o olhar do design, além da relação singular com a história e o tempo, faz-se necessária a leitura das relações sócio-culturais que compreendem dinâmicas plurais e hibridizadas de códigos e diálogos construídos por um universo transdisciplinar — característico da contemporaneidade. O design contemporâneo, portanto, configura-se como “uma ação de tradução do momento presente que permite delinear o futuro” (MOURA, 2011, p. 7).

Neste exercício de leitura da história, observa-se outra configuração do design. Em meados do século XX, o capitalismo proporcionava aos sujeitos a experiência intensificada e acelerada da compra e do tempo. Nos fundamentos deste capitalismo, o design encontrava-se generalizado nas indústrias de consumo como uma das principais ferramentas de venda por

meio da estética. É justamente neste cenário que se observa uma retomada emergencial sobre a responsabilidade social do design, que ecoava desde o final da década de 1960, com a manifestação de diversos pensadores, designers e teóricos. (McCOY, 1993).

Em 1972, Victor Papanek, escrevia sobre a necessidade da direção do olhar produtivo do design aos países periféricos, às camadas mais necessitadas da população e às pessoas com deficiência. Em uma crítica aos excessos da indústria, o designer propunha que se projetasse para o mundo real, destacando fatores urgentes como saúde, desenvolvimento e tecnologia assistiva.

Nossa responsabilidade como designers encontra-se em garantir que as nações emergentes não emulem os nossos próprios erros em fazer desuso do talento do design como alimento para o ego dos ricos, e alimento para os lucros da indústria. (PAPANEK, 1973, p.152 — Tradução nossa).

Nos anos 1990, outros designers e críticos manifestaram, por meio de uma coletânea de textos, suas indignações a respeito do direcionamento que o design seguiu. Katherine McCoy (1993) disserta sobre como, nos Estados Unidos, a sociedade experienciou o início crescente de um colapso nos valores compartilhados, que criavam senso comum e geravam propósitos em comunidades e, como o design, adotando um viés politizado, poderia contribuir no re-desenvolvimento desses valores, da diversidade cultural e liberdade individual. A autora chamava atenção para a necessidade de um designer pró-ativo, não só profissional, mas cidadão, que pudesse colaborar para a construção de uma sociedade melhor. Neste sentido, havia a necessidade da desconstrução da figura atribuída a ele — principalmente ao designer gráfico — de sujeito neutro em sua comunicação e distante de assuntos como ética e política. Além de sua ausência política, o design marcado pelo funcionalismo também distanciava-se da cultura local, guiando-se por formas e metodologias ‘universalistas’ homogeneizadas, que ignoravam o “(...) o poder e o potencial de vocabulários estilísticos regionais, idiossincráticos, pessoais ou culturalmente específicos” (McCOY, 1993, p. 22 — tradução nossa). Assim como Agamben e Machado, McCoy também pontuava a história como forma de compreensão dos contextos sociopolíticos e socioculturais desassociados dos projetos de design.

Margolin (2006) chamava atenção para que designers e consumidores buscassem aprender a reconhecer em seus projetos aspectos como seus valores e efeitos na esfera pública, procedência de seus materiais, a condição dos trabalhadores envolvidos no processo

de produção, o uso de recursos naturais, seus impactos e o grau de sustentabilidade em todos os níveis. Estas percepções não são facilmente desenvolvidas, mas são necessárias para a compreensão daquilo que pode ser prejudicial para a sociedade como um todo.

Para a formação do sujeito contemporâneo, o design com aspecto social munido de ações colaborativas e políticas voltadas para a cidadania torna-se essencial (MOURA, 2018, p.48).

Portanto, na contemporaneidade, a partir da atual conjuntura sociocultural, são necessárias novas maneiras de estar e interpretar o mundo, afetando diretamente o fazer do design contemporâneo (NIEMEYER, 2014).

Na contemporaneidade, os projetos de design devem, além de cumprir os requisitos de sustentabilidade, possibilitar a universalidade de seu uso, a inclusão social, a incorporação de desenvolvimento da inovação e, além do atendimento de requisitos ergonômicos e de usabilidade, garantir satisfação de desejos, boa experiência de uso e construção de significação (NIEMEYER, 2014, p. 42).

Espera-se que o designer contemporâneo tenha a capacidade de gerir e mover as inter-relações entre mercado, produção, consumo e sociedade, também espera-se deste profissional o papel ativo nos processos de transformação social e na sistematização destes, projetando não apenas produtos, mas todo o sistema que os envolve.

No Brasil, de acordo com Moura (2012, p.3), o design contemporâneo é diluído em seus segmentos para poder ser repensado fora de suas barreiras, abrangendo novas fronteiras e assumindo papéis políticos e sociais, “deixando de lado a fragmentação das áreas e subáreas divisórias em busca de um pensamento projetual mais amplo e consistente”. Ainda conforme a autora, é apenas no contemporâneo que os profissionais da área do design conseguem assumir e transitar livremente pelas inter-relações da profissão junto a campos como o da arte, da arquitetura e da moda no país.

Niemeyer considera que, designers têm o poder de intervir em aspectos culturais e materiais da sociedade, além de difundir crenças e valores. Assim, a autora afirma que deve se ocupar este lugar de transformação social através da criatividade, das competências e métodos do design, a fim de “suprir as necessidades humanas” e, ainda, destaca seu desejo de que, no cenário brasileiro contemporâneo, o designer saiba cumprir e desempenhar seu papel como transformador social, potencializador da diversidade humana, criador de novas tecnologias e

significados — sempre através da sua responsabilidade perante à identidade cultural do país, da ética e da sustentabilidade (NIEMEYER, 2014).

2.2 O designer no século XXI e a transdisciplinaridade

O designer do século XIX era figura importante nas indústrias no que diz respeito à impulsão nas vendas e consumo atrelado a estetização dos produtos. No século XX, seu papel se mantém atrelado ao consumo, destacando-se nas áreas do design gráfico e de produto (SILVA, 2012). No contemporâneo, as inter-relações do design se mantêm fortes e essenciais para a configuração desta área na transformação social. Suas fronteiras com outros campos de conhecimento são diluídas. Bonfim (2014), afirma que o design em sua teoria deve manter-se interdisciplinar e transclássico, dado que sua prática também demanda de conhecimentos de diversas áreas das ciências, como a matemática e a fisiologia. Assim, o design, “(...) através de sua práxis, seria o elo conciliador ou interventor entre especialistas de diversas áreas” (BOMFIM, 2014, p. 38).

Para Gontijo (2016), a interdisciplinaridade trata-se da interação entre duas ou mais disciplinas, cada uma portadora de seus diferentes métodos e conceitos, já a transdisciplinaridade exige que a interação destas disciplinas seja mais profunda e abrangente, para que, eventualmente, possam desenvolver e trabalhar juntas os mesmos métodos e definições. Krucken (2016, p. 31) ainda traz um terceiro conceito, o da transversalidade, termo que, segundo a autora, “vêm sendo usado para descrever as relações transversais que se estabelecem na sociedade, no governo e nas organizações — temas abrangentes, que exigem pluralidade de saberes e referências.”

O designer contemporâneo deve portanto interagir com atores de outras áreas de conhecimento, trabalhando como integralizador, “conduzindo uma visão mais ampla” entre as áreas (ibid, p.32).

Um ponto-chave das discussões atuais é a abordagem do design sob a perspectiva da configuração dos atores envolvidos, com intuito de criar e promover formas de interação e de parcerias inovadoras entre atores, requerendo do designer novas competências, como operacionalizar/facilitar processos de design participativo entre empreendedores, usuários, ONGs, instituições entre outros, direcionando esse processo para soluções sustentáveis. (VEZZOLLI, 2010:207 *apud* STRAIOTO, 2011 p. 2)

A interdisciplinaridade, de acordo com Moura (2011, p.10), pode ocorrer através das relações dialógicas entre profissionais e suas áreas, segundo a necessidade do designer em compor e desenvolver seus projetos quando necessários conhecimentos “(...) relacionados à produção, mercado, serviços, comércio e indústria”. Mas, o lado da interdisciplinaridade que mais compete ao tema trazido nesta pesquisa é um pouco mais complexo, Moura destaca:

(...) há uma relação interdisciplinar mais complexa que se desenvolve por meio de projetos interdisciplinares que implicam no desenvolvimento de pesquisas científicas e referenciais nas quais aspectos como subjetividade, coletividade, cultura, sociedade, política, economia e a dinâmica de mudanças da vida do homem devem ser consideradas (MOURA, 2011, p. 10 org).

Neste sentido, projetar de forma inter e transdisciplinar pode garantir resultados e possibilidades que, muito provavelmente, o designer atuando individualmente não conseguiria alcançar. O coletivo deve ser parte fundamental do processo de atuação do designer contemporâneo, aliando saberes, desestruturando sistemas de hierarquização (ibid). Outra característica presente na atuação do designer contemporâneo, de acordo com Krucken (2016, p.32) é a “perspectiva sistêmica”, que estimula a “competitividade organizacional” e “essa percepção vem reforçando o potencial do design como elemento estratégico para inovação centrada nos recursos e nas competências de um território”, por exemplo.

Para Krucken (ibid, p.36), o design pode ser aplicado a um território, destacando suas vocações e recursos locais para estimular sua economia e inseri-la com capacidade competitiva no mercado global. Segundo a autora, a qualificação do designer como desenvolvedor de redes e sistemas a partir da integração de relações transversais é essencial; no âmbito do território, essas relações se dão junto a agentes locais, órgãos públicos e privados e a própria comunidade a fim de incorporar novas leituras e “diálogos entre redes locais e globais”.

O uso — e o projeto — de ferramentas para interagir com o ambiente e resolver problemas constituem, em si mesmos, alguns dos principais focos de atuação do designer. A habilidade para interagir com grupos heterogêneos é essencial na mediação e na integração de diversos universos e para a compreensão de contextos culturais plurais no projeto de produtos e serviços. Saber interagir também é crucial para o desenvolvimento de soluções que envolvem formas de inovação colaborativa e participação social. E, por fim, a autonomia é fundamental para a atuação do design em nível sistêmico, para a valorização da identidade e da cultura local, dos nossos recursos e territórios. O desenvolvimento (ou aperfeiçoamento) destas competências transversais, portanto, é crucial para sustentar a ação do designer na contemporaneidade e ampliar o seu espaço de atuação (ibid, p. 37).

2.3 O design como ferramenta de valorização do território local

A fase imperialista do capitalismo, com avanços mecânicos e tecnológicos, impunha a diminuição crescente das barreiras geográficas. Desde a construção de portos, estradas, cabeadamentos e canais de comunicação, o mundo trabalhou para a facilitação do acesso físico aos espaços mais diversos, acentuando, inclusive, as vantagens de locais privilegiados e as diferenças entre os espaços de produção e consumo nos países subdesenvolvidos (SANTOS, Milton, 2008). Através da expansão do universo capitalista em direção ao globalismo, “(...) os espaços do mundo foram desterritorializados, privados de suas significações precedentes e reterritorializados segundo a conveniência da administração colonial e imperial.” Levando-nos a uma transformação irreconhecível dos espaços dominados (HARVEY, 2016, p.240).

Na visão de Canclini (2011), por parte dos tradicionalistas e dos modernizadores, ambos foram levados pela utopia, seja da autenticidade ou da racionalização. Por parte dos modernizadores, a falsa ideia de progresso desconsiderava completamente as fronteiras entre os territórios. Na fase capitalista atual, Milton Santos (2020) explica que, urbano ou rural, todos os espaços produtivos são ocupados pela economia industrial, além disso, qualquer lugar agora participa da divisão internacional do trabalho, seja produzindo ou consumindo. Outro ponto que o autor destaca é o uso da ciência e técnica para a produção e consumo em um determinado território, deixando de lado o aproveitamento dos recursos naturais pertencentes àquele local. Segundo Santos:

O uso do espaço se tornou mais capitalístico. (...) na medida em que essas companhias se tornam capazes de influir na fixação dos preços independentemente das possibilidades locais, o governo de cada país vai-se tornando cada vez mais impotente para administrar o resto da economia ainda não submetida à jurisdição dessas firmas (ibid., p.61).

É possível afirmar, portanto, a forte ligação entre o uso capitalístico do espaço aos assuntos sociais; o território tornou-se útil através do lucro, e a sua dominância é cada vez mais complexa a depender do capital fixo que esse local carrega. Quanto maior essa complexidade, mais instáveis são as relações entre sociedade e capital, e mais presente tornam-se as lutas sociais. Além disso, as próprias relações internas do território são moldadas por essa complexidade. As variáveis presentes no território local que devem ser avaliadas para um bom uso da região produtiva são diversas. A julgar a impossibilidade do

adentramento do mercado capitalista, a articulação entre o local e o global deve ser trabalhada como única e singular, já que, “no espaço, o econômico, o social, o político e o cultural se dão de forma diferenciada.” (SANTOS, M., p. 97; HARVEY, 2016).

A sustentabilidade social, ambiental e econômica do espaço é determinante para a manutenção do território local diante da globalização e encontra-se no escopo do design, enquanto facilitador de processos. É importante que o território possa ter acesso à tecnologia, infra-estrutura, e principalmente, conseguir competir no mercado através da valorização do produto local. Krucken destaca a necessidade deste tipo de atuação no Brasil, país diverso e múltiplo em aspectos como a cultura e os recursos naturais (KRUCKEN *et al.*, 2014). Para a autora, a garantia de “benefícios coletivos” vêm atrelada a:

- sustentabilidade no uso dos recursos e competências do território;
- desenvolvimento de produtos locais com forte representação do território a partir da riqueza cultural e das competências dos atores;
- promover diálogos abertos entre tradição e inovação;
- aplicação de processos de produção participativos entre os diversos atores envolvidos;
- fortalecer o território e seus produtos;
- elaborar redes e cadeias de valor entre produtores e consumidores;
- abertura para diálogos interdisciplinares para valorização local;
- promoção da gastronomia local presente na cultura do território.

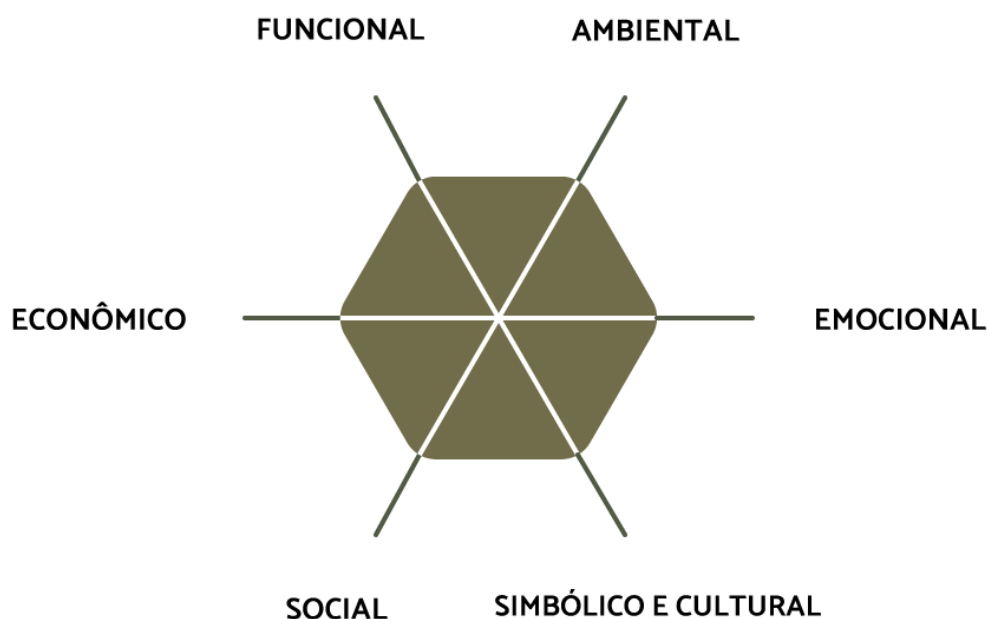
Portanto, o território “(...) sob o ponto de vista de lugar diferenciado pode ser identificado e reconhecido por seus aspectos específicos. Isso faz com que se torne um produto abrangendo fatores imateriais de um sistema (...)” (BATISTA; HEEMANN, 2013, p.2123). Além da possibilidade da interpretação e consumo do território em si, o desenvolvimento de produtos materiais oriundos destes espaços é comum e essencial para o desenvolvimento local. Produtos locais se configuram como aspectos culturais regionais, e possuem como diferencial a autenticidade, valores emocionais e simbólicos, que carregam características do território. Produto local é o conceito brasileiro mais próximo do termo *terroir*, que é definido por Krucken como “(...) um território caracterizado pela interação com o homem ao longo dos anos, cujos recursos e produtos são fortemente determinados pelas condições edafoclimáticas e culturais” — a grosso modo, *terroir* é o resultado da interação

dos aspectos físicos e geográficos de um local com as comunidades a ele pertencentes (KRUCKEN, 2009, p.31).

O designer, portanto, tem como papel fundamental “reconhecer e tornar reconhecíveis valores e qualidades locais”, para isso, deve consolidar estratégias potencializadoras dos seus recursos, comunicar os valores dos seus processos e da comunidade que os desenvolve, e garantir um desenvolvimento de cadeias que fortaleçam a economia local (ibid, p. 22). Segundo a autora, os valores do produto (figura 1) estão diretamente associados à qualidade percebida, que se dá em decorrência de alguns fatores somados:

- **Valor funcional** — qualidades inerentes ao produto.
- **Valor emocional** — qualidades associadas às percepções sensoriais do consumidor.
- **Valor ambiental** — questões sustentáveis e projetos de proteção de serviços ambientais associados à produção do artefato em questão.
- **Valor simbólico e cultural** — manifestação da identidade relacionada ao produto, e todos os seus significados sociais, tradicionais, étnicos, políticos, num contexto histórico local.
- **Valor social** — todos os aspectos de bem-estar e ética envolvidos no processo produtivo relacionado aos atores envolvidos.
- **Valor econômico** — relação custo/benefício de todo o processo de produção, venda e consumo.

Figura 1: Estrela de valor (dimensão de valores) de Lia Krucken



Fonte: Elaborada pela autora com base em Krucken (2009).

Interpretar e comunicar estas qualidades também está no escopo do designer, que deve procurar as maneiras mais adequadas para transmiti-las ao consumidor, que busca por maiores significados nos produtos, através da sua origem, particularidades e identificações.

A característica transdisciplinar do design contemporâneo entra como ferramenta principal nas inter-relações com o território. Intermediar ações e diálogos entre o local e o global não é tarefa fácil e as diferenças entre os envolvidos devem ser tomadas como grande estímulo durante este processo; a dissociação sujeito-objeto também deve ser feita, já que a parte mais importante de todo o trabalho deve ser as inter-relações sujeito-sujeito, alimentando-se mutuamente de suas inconsonâncias (MACIEL et al., 2017).

Através do equilíbrio entre local e global, o design pode favorecer os recursos e as potencialidades locais, atendendo a necessidades de usuários situados em contextos específicos, e, (...) promover a integração das comunidades e das diversidades, incorporando os benefícios dos avanços tecnológicos e ativando diálogos e redes locais e globais (KRUCKEN, 2009, p. 37). A qualidade nas relações entre os diversos atores é essencial para o desenvolvimento local. Algumas das características que Lia Krucken destaca nestas relações

são a confiança, respeito e solidariedade, a possibilidade de comunicação e trocas em espaços abertos e a “sintonia de códigos, linguagens e culturas diversas”.

Vale ressaltar que a manutenção de uma cultura depende fortemente da sua capacidade de flexibilizar-se diante do novo, de mergulhar no processo para o design servir de guia:

Os fazeres e saberes tradicionais locais, o jeito de viver, os aspectos históricos e tantos outros, são os referenciais para a valorização dos produtos locais e das identidades. Neste processo, por meio do design, evidenciam-se tais aspectos tão importantes da cultura local, muitas vezes despercebidos pelos nativos do território, justamente por se tratar de um cotidiano que de tão próximo, tornam-se invisíveis. É preciso que se reconheçam pelo olhar do outro. Pela alteridade. Deixar comunicar em suas produções artísticas, artesanais, intelectuais ou industriais, toda a riqueza que compõe o capital territorial. (MACIEL et al., 2017, p. 5).

2.3.1 Design, cultura e materialidade

Na segunda metade do século XIX, iniciava-se uma discussão séria acerca dos problemas sociais atrelados ao capitalismo, que tinham como base a desigualdade social, a opressão, a falta de autenticidade dos artefatos, sujeitos e sensações causados pela imposição da racionalização e reificação; as mesmas críticas serviram de pauta para a retomada da discussão na segunda metade do século seguinte, atacando diretamente a sociedade de consumo e seus hábitos (LIPOVETSKY; SERROY, 2015). Desde 1967, Marx já discorria sobre a profundidade e extensão dos problemas experienciados através do capitalismo. Alguns destes problemas envolvem diretamente as comunidades tradicionais, que tiveram seus vínculos minados pela economia do dinheiro, economia essa que se torna uma comunidade em si; as relações sociais, diz Harvey (2016), deixam de ser atribuídas às pessoas a quem conhecemos e nos comunicamos, passamos a depender de relações impessoais. Deixamos de ter a noção e percepção das reais relações sociais, que Marx chama de “fetichismo de mercadoria”. Essas percepções ocultas, escondem de nós todas as condições de vida e trabalho do produtor, quando trocamos dinheiro por mercadoria (ibid). Estariam ocultas também, ou mais provavelmente inexistentes, a história e os valores culturais dos produtos das comunidades tradicionais e seus métodos produtivos. A ruptura radical e violenta com o passado durante o período moderno, resultou na concepção capitalista atual, que separa os trabalhadores do controle do meio de produção.

Outra questão importante é que a diluição de barreiras físicas e temporais causadas pelo capitalismo e a globalização proporcionou maiores descobertas de territórios globais e, consequentemente, maior conhecimento acerca dos recursos destes lugares (HARVEY, 2016). A vulnerabilidade de pequenos territórios diante de um mundo dirigido pelo lucro aumenta quando as barreiras são diluídas. A estes pequenos territórios, podem estar diretamente associadas às identidades dos sujeitos a eles pertencentes, suas experiências culturais e sociais, um universo de símbolos e signos que os envolvem no dia-a-dia. Os artefatos portadores de valores nos ajudam a compor parte dessa identidade, seja a partir de memórias, pertencimento ou reconhecimento em um universo globalizado.

Globalização é o termo utilizado para designar todos os processos que ocorrem em escala global, dissolvendo fronteiras e promovendo experiências interconectadas entre comunidades, em um novo conceito de espaço-tempo. Durante a era moderna, três foram as instituições primárias que resultaram em uma progressão da globalização: o industrialismo, o capitalismo e o Estado-nação, que no século XX tomaram proporções gigantescas (MCGREW, 1992). Porém, há um preço a ser pago pelo alcance dessas instituições e, um deles, é justamente a supressão de fronteiras, que trouxe benefícios diversos para a sociedade no geral, mas, no final do século XX, alcançou um patamar de unificação do mundo como se todos os “padrões de interação humana”, pudessem ser reduzidos a um único espaço social. O que pode ser erroneamente interpretado como “homogeneização cultural global ou integração política global”, na verdade, compreende diversas civilizações nunca conectadas, compelidas a interagir com unidade (ibid., p. 65 — tradução nossa). A globalização, discorre McGrew, faz com que eventos e decisões de um lado do mundo, possam afetar direta e significativamente uma comunidade presente do outro lado dele; modas, crenças, culturas e conhecimentos atravessam barreiras. Segundo o autor:

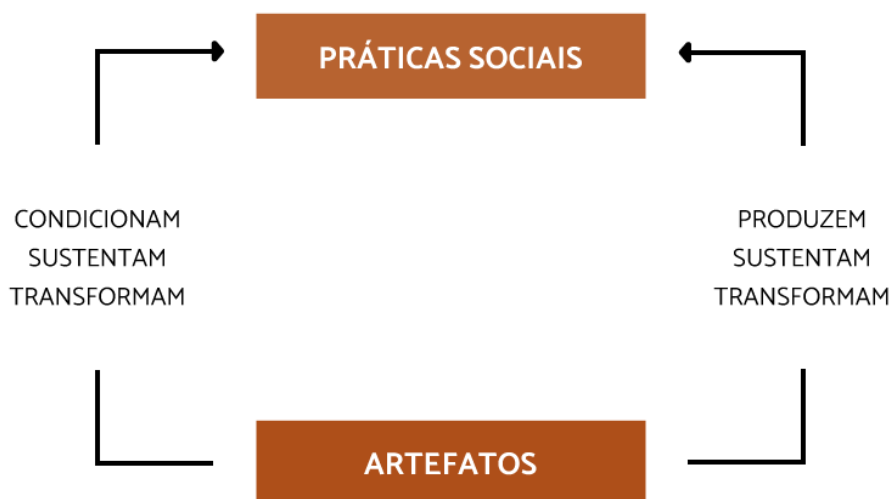
Redes transnacionais, movimentos sociais e relacionamentos se estendem em praticamente todas as áreas da atividade humana [...]. Além disso, a existência de sistemas globais de comércio, finanças e produção, une de maneiras muito complicadas a prosperidade e o destino das famílias, comunidades e nações em todo o globo. As fronteiras territoriais são, portanto, indiscutivelmente cada vez mais insignificantes, na medida em que as atividades e relações sociais não param mais — se alguma vez o fizeram — na beira d’água (MCGREW, 1992, p. 66 — tradução nossa).

A soma dos contextos culturais geram significados para os sujeitos poderem compor suas identidades materiais e imateriais, além disso, essa identificação pode ser construída coletivamente, a partir de comunidades e grupos que dispõe desses mesmos contextos dentro

de um território. Esta cultura pode ser “entendida como um processo social de produção de significados (ideias, valores, crenças), capazes de manter ou transformar aspectos das nossas maneiras de viver” (SANTOS, Marinês, 2004), além disso, o conhecimento, a moral, as leis e costumes e até mesmo os hábitos e habilidades que o homem possui são parte da formação cultural de uma sociedade, diz Rodrigues (2013), sob a ótica de E. Tylor — antropologista inglês. O próprio homem é o “resultado do meio cultural em que foi socializado” e, é portador da herança material e imaterial que foi antecedida por diversas gerações, como afirma Laraia (1932, p.24). Conforme o autor, o modo com que a sociedade é vista e vivida, suas diferenças e valores são ‘produtos de uma herança cultural’.

Para além da cultura imaterial, os artefatos da cultura material de um território são “referenciais que contribuem para o conhecimento dos povos e sociedade que os desenvolvem” (ONO, 2006, p.55). O capital cultural material representa partes de uma comunidade como a arquitetura, o artesanato, a própria cultura imaterial e transformam-se em economia de sustento local, podendo sustentar também as ‘práticas sociais vigentes’ e garantir a sua manutenção (figura 2), explica Santos (Marinês, 2004, p. 20).

Figura 2: Relação entre as práticas sociais e os artefatos.



Fonte: Elaborado pela autora com base em Santos (2004).

(...) os artefatos, como produtos culturais também se transformam, acompanhando as modificações nos valores e nas práticas sociais. De acordo com as transformações na sociedade, alguns artefatos deixam de ser usados e desaparecem, outros vão sendo atualizados conforme novas necessidades, novas

maneiras de pensar, de agir e novas tecnologias disponíveis. Assim sendo, tanto os próprios artefatos, quanto os seus significados podem ser alterados com o passar do tempo. Logo, os artefatos precisam ser considerados como fenômenos situados cultural e historicamente (SANTOS, MARINÊS, 2004, p. 29).

Sob a perspectiva material, o design é parte fundamental para a sua construção no contemporâneo, e deve trabalhar para garantir a expressão das identidades presentes nos artefatos, a partir das consequências da globalização, diz Maristela Ono (2006); a autora enfatiza que o designer não deve atrelar sua atividade profissional ao consumismo que corrobora com um mercado que mina os aspectos históricos e socioculturais, em prol da sua ‘natureza fetichista’. Marinês Santos (op. cit) coloca que a partir da compreensão dos artefatos enquanto produção cultural, projetá-los é tarefa complexa. A atividade é ainda mais complexa quando o mercado global é desigual e impacta diretamente nas relações sociais e culturais das pessoas; a globalização, como já visto, modifica a estrutura dos artefatos e o referencial do espaço-tempo, desnortando o sentido local (ONO, 2006).

No cenário contemporâneo, é possível observar de fato o distanciamento do design, mesmo que embrionário, do fetichismo e do *styling*, como Ono pontuou, e um novo direcionamento para a inter e transdisciplinaridade da profissão, atuando em prol do patrimônio cultural imaterial e material de territórios locais (brasileiros, no âmbito desta pesquisa), e que, de maneira adequada, “permite as inovações e as invenções”, tão importantes para sua manutenção no cenário global (LARAIA, 2001, p.24). Também observa-se a implementação de políticas culturais, que, de acordo com Bayardo, et al. (2013), garantem: a democratização e possibilitam o acesso da população a bens e serviços culturais; a descentralização, possibilitando o adentrando local no contexto global; o desenvolvimento de processos que envolvem os bens culturais, recursos materiais e da economia de uma sociedade; e, por fim, a promoção da diversidade cultural, garantindo seu reconhecimento e seus valores. Segundo o autor:

Em tempos mais recentes, as políticas culturais passaram a ser entendidas como políticas públicas, ou seja, não somente oficiais, dos Estados, como também de intervenção de diversos agentes do mercado e da sociedade civil e cifradas em suas inter-relações, debates e acordos sobre as ações que são empreendidas. (BAYARDO et al., 2013, p.9).

O design, de acordo com Ono (2006, p.55), deve clamar por inovação, enquanto se mantém fortemente ligado à realidade, aos contextos históricos e socioculturais — esta é a

grande responsabilidade de quem “produz e reflete em si significados que influenciam a vida das pessoas, participando da composição de seu universo simbólico e material, das suas relações e atividades”. A união entre tradição e inovação incentiva o desenvolvimento de produtos e serviços, garantindo melhores condições econômicas para a indústria criativa. O artesanato, principal foco de desenvolvimento da Semana Criativa de Tiradentes, se insere como indústria criativa no setor da expressão cultural, representando a cultura material e imaterial de diversos territórios (figura 3). Não apenas o artesanato, mas outros setores das indústrias criativas são abrangidos pela Semana Criativa. Com um olhar mais aproximado, nota-se que o festival se expande para a maioria dos setores, como audiovisual, serviços criativos, design, artes visuais e sítios culturais.

Figura 3: Mapa dos setores da indústria criativa.



Fonte: Elaborado pela autora com base em Santana (2012).

No que diz respeito especificamente à atividade artesanal, diretamente ligada a cultura local, o contato com design pode aproximá-la de novas experiências, da sustentabilidade tanto social, quanto econômica e ambiental, e, a partir da troca, Santana (2012) aponta que é possível a inter-relação com “saberes locais, regionais e globais”, desde que garanta um fluxo livre entre eles para inserção no cotidiano e nos fazeres da rotina.

2.3.2 As relações entre design e artesanato: manutenção das tradições culturais.

No âmbito deste estudo, faz-se necessária algumas definições acerca do artesanato e produto artesanal. Para Krucken (2012, p.3), o artesanato é fruto ou produto “de conhecimento e de um saber fazer (processo) localizado em um lugar”. França (2005, p.10) caracteriza a produção artesanal “(...) pelo domínio do artesão em todas as fases do processo de produção. Esse processo vai desde a obtenção de matéria-prima, domínio de técnicas de produção e do processo de trabalho até a comercialização do produto ao consumidor”; o artesanato como um todo é responsável pela tradução da identidade de um território, de uma comunidade (FAVILLA, 2016), portanto, seu feito é muito valioso e sua manutenção é essencial. De acordo com a Artesol (Artesanato Solidário), organização brasileira sem fins lucrativos que tem como propósito a promoção do fazer artesanal de tradição cultural no Brasil, a produção artesanal:

(...) envolve diferentes etapas, como a obtenção da matéria-prima, seu processamento, a confecção de objetos e a comercialização. Ela pode ser realizada por um indivíduo ou por um grupo, dependendo do processo produtivo e das condições geográficas, ambientais, sociais e econômicas da comunidade. Muitas vezes é acompanhada de ações como cantos, rezas, rituais e festas que conectam o trabalho artesanal a outros aspectos da vida, como a religião e o convívio social.

O artesanato sempre manifesta aspectos individuais e coletivos. As escolhas, os gestos e o ritmo do artesão ficam registrados no objeto, assim como as características estéticas, valores e a identidade cultural compartilhados por um grupo de pessoas. (ARTESOL, s.d, ONLINE).

A jornalista e curadora Adélia Borges (2011), presente em importantes projetos de fomento ao artesanato e à cultura brasileira, adere à definição de produto artesanal feita pela Unesco em 1997, que os qualifica como aqueles que, desenvolvidos manual ou mecanicamente, possuem o fazer manual do artesão como componente mais importante. Os objetos artesanais, segundo a autora, são geralmente feitos coletivamente, projetados muitas

vezes partindo da própria necessidade de uso, utilizando técnicas herdadas ou criadas numa comunidade. Porém, com a chegada da produção industrial, Borges (ibid, p. 45) afirma que houve uma importante “perda de significância cultural”, levando os artesãos a copiarem as formas da indústria: “em qualquer região do Brasil que se fosse, viam-se praticamente os mesmos ‘motivos’: cenas de neve e fofos ursos-polares, para não falar dos gnomos (...)”. Sob o olhar de França:

A crescente globalização dos mercados e as suas transformações políticas, sociais e culturais, a perda de nossas tradições, o abandono em que foram deixadas as comunidades artesanais — cujos habitantes procuram o falso tradicional e o falso moderno no artesanato para turistas — resultaram em uma homogeneização, uma pasteurização da produção para agradar ao consumidor (FRANÇA, 2005, p.10).

Em meados do século XX, percebem-se diversos pontos de aproximação entre design e artesanato, com destaque a trabalhos como de Lina Bo Bardi, Aloísio Magalhães e Janete Costa, figuras importantes para a inserção do artesanato nas casas brasileiras (SERAFIM et al., 2015). Um pouco mais a frente, existe um movimento ainda pequeno de designers em busca da recuperação de trabalhos e técnicas artesanais — alguns dos principais envolvidos foram Renato Imbroisi, Heloisa Crocco, e a própria Janete Costa (BORGES, 2011). Antes disso, Santana (2012) ressalta que o artesanato no Brasil “vivía da própria sorte”.

Desde a década de 1990 e anos 2000, a aproximação entre designers e artesãos vem crescendo significativamente a partir da inserção de políticas de promoção, aponta Suzuki (2020). A autora destaca que o mercado artesanal no país passou a produzir cerca de 2,8% do PIB (28 bilhões de reais) e representa cerca de 8,5 milhões de pessoas, segundo dados do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Conforme a Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC), “64,3% dos municípios brasileiros possuem algum tipo de produção artesanal”, o que valida a importância da prática para o sustento das pessoas e para a identidade cultural local de cada território (GUIMARÃES; LUCCA, 2014, p. 3 - 4).

De acordo com Serafim (et al., 2015, p. 87), a partir deste cenário, diversos “modelos de atuação” em projetos de fomento ao artesanato, seguindo a linha da sustentabilidade a fim de promover o desenvolvimento dos “materiais, produtos, serviços e processos de gestão e produção” nas comunidades. A contribuição do design neste meio deve partir de uma análise sensível do território, e deve garantir que haja protagonismo da comunidade local, para ser

possível o fortalecimento das tradições locais, bem como sua atualização (KRUCKEN, 2012).

Para Krucken:

Esta consideração evidencia a necessidade de desenvolver estratégias para proteger e valorizar os conhecimentos plurais e os recursos naturais, buscando alternativas de transformação e renovação do território e das tradições. (...) Um grande desafio é canalizar forças (reconhecidas e latentes) presentes no território e apoiar um comportamento proativo versus a colaboração e integração de interesses locais, de forma que as inovações se concretizem e tragam benefícios coletivos (KRUCKEN, 2012, p. 3).

É muito importante frisar que, quando o design é inserido em parcerias de fomento à atividade artesanal, as questões a serem desenvolvidas vão além da concepção de novos produtos, considerando a importância do processo em si e as relações sociais nele presente. Um bom exemplo dessas relações está na troca de conhecimento. No caso do artesanato, o conhecimento tácito muitas vezes é o que garante a originalidade da práxis e acaba desafiando o designer a desprender-se de quaisquer individualismos para atuar coletivamente. Silva (2012) propõe que se observe o fazer: como faz e o que faz. Assim se adquire uma percepção muito mais densa, beirando o tácito, porque “aquilo que uma pessoa expressa verbalmente mostra somente o que ela tem intenção e eloquência para explicitar.” (SILVA, 2012, p.25). Neste caso, com uma inter-relação que beira a troca de conhecimento tácito, o processo de design participativo se torna favorável para a criação conjunta de artefatos, sistemas ou redes que enriqueçam tudo aquilo que se cogita valorizar.

Não há regra pré-estabelecida para a atuação do design junto às comunidades, mas alguns pontos importantes devem ser considerados, como a “responsabilidade, sensibilidade e capacidade de integrar diversos atores no processo”, segundo Krucken (2012, p. 6); respeitar a temporalidade e sintonizar-se com os saberes locais (GUIMARÃES et al., 2016); além disso, Santana (2012) aponta que o artesão deve ser figura central em todo o processo. Borges (2011) enfatiza a importância da análise do território para as estratégias de projeto e que tal análise jamais poderá ser feita “no conforto do ar condicionado”, e sim diretamente e em contato físico com os sujeitos envolvidos. A autora (ibid, p.59) cita os principais caminhos utilizados para as ações:

- melhoria das condições técnicas;
- potencialidade dos materiais locais;
- identidade e diversidade;
- construção das marcas artesãos com fornecedores;

- ações combinadas.

Ainda de acordo com Borges (2011, p. 129), os designers podem atuar nos seguintes temas:

- melhoria da qualidade dos objetos;
- aumento da percepção consciente dessa qualidade pelo consumidor;
- redução de matéria-prima;
- redução ou racionalização de mão de obra;
- otimização de processos de fabricação;
- combinação de processos e materiais;
- interlocução sobre desenhos e cores;
- adaptação de funções;
- deslocamentos de objetos de um segmento para outro mais valorizado pelo mercado;
- intermediação entre as comunidades do mercado;
- comunicação dos atributos intangíveis dos objetos artesanais;
- facilitação do acesso dos artesãos ou de sua produção a mídia;
- contribuição na gestão estratégica das ações;
- explicitação da história por trás dos objetos artesanais.

Um ponto essencial de discussão acerca das ações em territórios locais é que alguns tipos de trabalho não contribuem para a sua manutenção e fomento de seus produtos. Projetos desenvolvidos em períodos muito curtos de tempo e seguindo apenas os “requisitos de mercado”, não são suficientes para auxiliar os artesãos, diz Santana (2012). A autora ressalta que tais projetos servem apenas para gerar boas fotos e catálogos, mas que não implicam em mudanças na realidade produtiva e criativa do artesão. Além disso, Santana garante que é necessária a emancipação do artesão. Outro ponto que Borges (op cit) traz são os equívocos que causam más experiências, muitas vezes envolvendo designers autorais e estudantes que, por conta de seu estudo formal, atuam com superioridade perante aos artesãos.

Ao atuar como “facilitador de processos” e garantir a integração respeitável entre os atores, mantendo livres as possibilidades de troca e aprendizado, destacando o protagonismo do artesão, os designers podem “(...) contribuir com o artesão para promover um alto grau de participação social ativa” (KRUCKEN, 2012, p.5).

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES DO ESTUDO DE CASO: Semana Criativa de Tiradentes e as inter-relações com o design, artesanato e território.

São diversos os eventos de design que ocorrem durante o ano tanto no Brasil, como mundialmente, dentre eles os mais comuns são as exposições, festivais, feiras e semanas de design. Após a pandemia de Covid-19, muitos destes eventos tornaram-se híbridos, ocorrendo tanto em meio digital quanto físico, podendo desta maneira expandir-se.

A Semana Criativa de Tiradentes não tem o design em sua denominação mas, em sua prática, une designers e artesãos em projetos de valorização dos saberes tradicionais ligados ao artesanato e apresenta anualmente o resultado destes trabalhos em um festival de quatro dias. É justamente sua ligação estreita e direta com o artesanato com o objetivo de fomentar essa atividade, trazer inovação e contemporaneidade para o artesão e brasilidade e tradição para o design, que trouxe o festival para o centro desta investigação.

Tendo como objeto de pesquisa a Semana Criativa de Tiradentes, este trabalho buscou analisar o evento a partir de uma abordagem histórica, programática e organizacional, e suas inter-relações com o design, o artesanato e o território local, sob o olhar de sua proposta de valorização dos saberes tradicionais locais e da economia criativa.

Em um primeiro momento, foram analisados os dados gerais disponíveis sobre o território de Tiradentes, e a importância histórica e arquitetônica da cidade. Também investigam-se os dados disponíveis acerca do artesanato da região abrangida pela Semana Criativa, a microrregião de São João Del Rei, que engloba Tiradentes e outros 13 municípios.

3.1 Dados gerais sobre o território de Tiradentes — MG

3.1.1 A cidade de Tiradentes, MG

A cidade de Tiradentes (figura 4), de acordo com o IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), representa fortemente as características da ocupação colonial. Além disso, Tiradentes compreende “um dos acervos arquitetônicos mais importantes de Minas Gerais, constituído por construções setecentistas religiosas, civis e oficiais”, e sua Igreja Matriz, a Matriz de Santo Antônio, representa um importante exemplar da “arquitetura religiosa colonial mineira, com risco de autoria de Antônio Francisco Lisboa, o Aleijadinho” (IPHAN, s.d, ONLINE).

Figura 4: Paisagem de Tiradentes, MG.



Fonte: IPHAN³

A cidade conta com diversos monumentos e espaços públicos tombados pelo IPHAN, como a Casa Padre Toledo, a Capela de Nossa Senhora das Mercês, a Igreja de Nossa Senhora do Rosário e a Igreja Matriz de Santo Antônio (figura 5).

³ Disponível em <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/377/>> Acesso em 26 out 2022.

Figura 5: Igreja Matriz de Santo Antônio; Conjunto Arquitetônico de Tiradentes; Teto Capela de Nossa Senhora das Mercês.



Fonte: IPHAN⁴.

O município de Tiradentes possui área de 83,047 km² e uma população estimada de 8.160 pessoas, de acordo com dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). A cidade fica localizada na região geográfica intermediária de Barbacena e na microrregião de São João Del Rei, e está a aproximadamente 190 km da capital, Belo Horizonte.

3.1.2 O Artesanato em Tiradentes e na microrregião de São João Del Rei

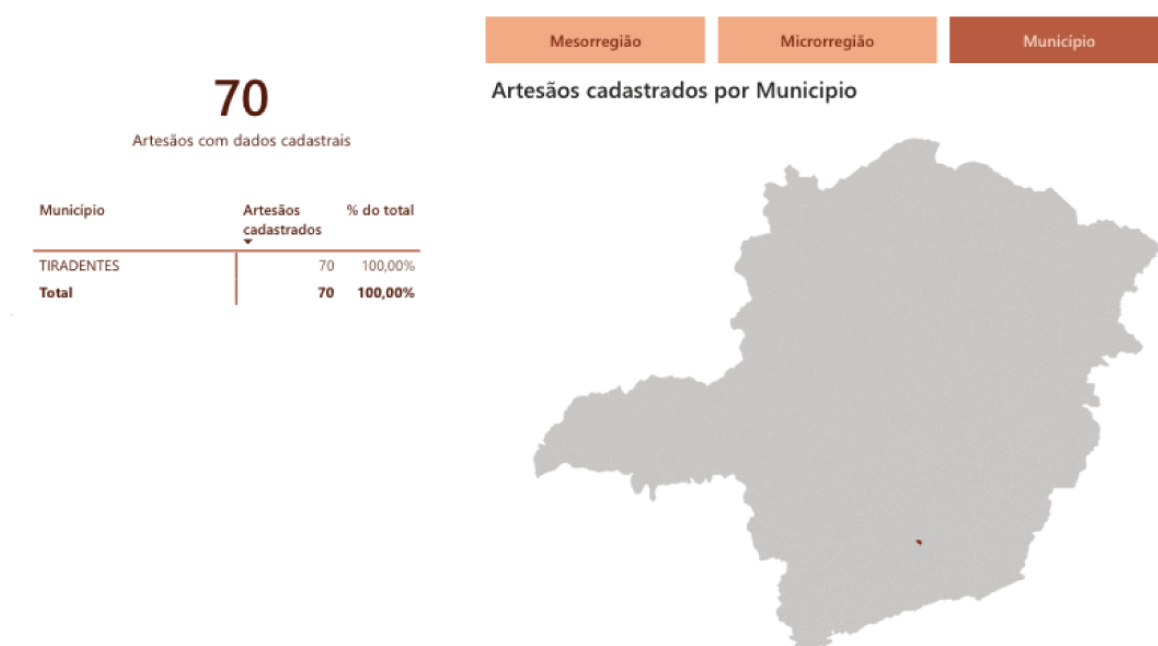
No Brasil, aproximadamente 8,5 milhões de pessoas trabalham com o artesanato, responsável por, em média, 3% do PIB do país. No estado de Minas Gerais, existe uma média de 500 mil pessoas trabalhando nesta área, que movimenta aproximadamente 6 bilhões de reais anualmente (SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, 2022, online). Como forma de obter dados para a implantação de políticas públicas para o setor do

⁴ Disponível em <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/377/>> Acesso em 26 out 2022.

artesanato, o Ministério da Economia criou a Carteira Nacional do Artesão, parte do Programa do Artesanato Brasileiro (PAB). Os dados referentes à produção artesanal estão disponíveis para consulta pública no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB) do Governo Federal, e sua pesquisa pode ser realizada por municípios, microrregiões, e mesorregiões.

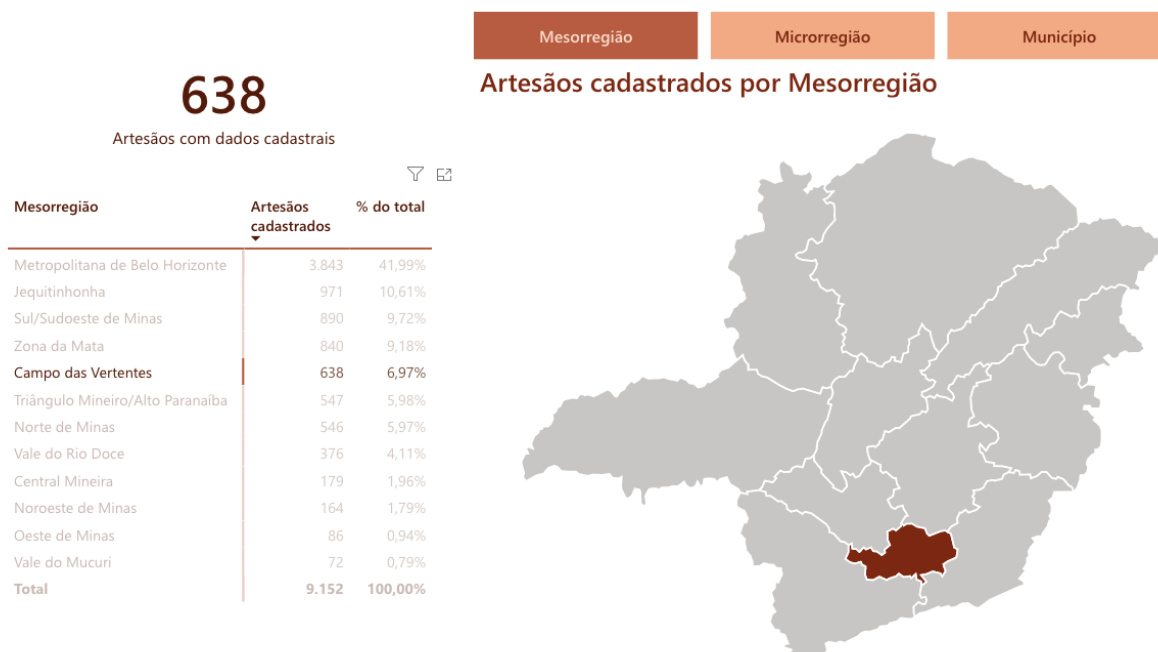
Na microrregião de São João Del Rei (figuras 6 e 7), que abrange 14 municípios, estão cadastrados 456 artesãos, destes, 70 estão localizados em Tiradentes, 34 em Prados e 235 em São João Del Rei — cidades abrangidas pela Semana Criativa de 2022. Dos 70 artesãos cadastrados em Tiradentes, 47,14% trabalham com artesanato tradicional — foco do festival, e trata-se da maior parte do grupo (tabela 1).

Figura 6: Mapa de artesãos cadastrados por município.



Fonte: SICAB⁵.

⁵ Disponível em <<http://www.desenvolvimento.mg.gov.br/application/projetos/projeto/1125>> Acesso em 15 dez 2022.

Figura 7: Mapa de artesãos cadastrados por microrregião.Fonte: SICAB⁶.**Tabela 1:** Origem do artesanato dos artesãos cadastrados no município de Tiradentes, MG.

Origem	%
Arte popular	7,14%
Artesanato contemporâneo-conceitual	2,86%
Artesanato de referência cultural	8,57%
Artesanato tradicional	47,14%
Outros	21,43%

Fonte: SICAB⁷.

⁶ Disponível em <<http://www.desenvolvimento.mg.gov.br/application/projetos/projeto/1125>> Acesso em 15 dez 2022.

⁷ Disponível em <<http://www.desenvolvimento.mg.gov.br/application/projetos/projeto/1125>> Acesso em 15 dez 2022

Entre os dados disponíveis, é possível verificar a finalidade do artesanato produzido por estes 70 artesãos. O setor decorativo é o mais abrangido e corresponde a 60% das pessoas, seguido do setor utilitário, com 41,43% (tabela 2).

Tabela 2: Finalidade do artesanato dos artesãos cadastrados
no município de Tiradentes, MG.

Finalidade	%
Adornos, acessórios e vestuários	12,86%
Decorativo	60,00%
Lembrança/Souvenir	2,86%
Lúdico	1,43%
Religioso/Místico	1,43%
Utilitário	41,43%

Fonte: SICAB⁸

Também é possível consultar as técnicas produtivas utilizadas pelos artesãos (tabela 3), porém, não é possível identificar o tipo de artesanato referente a cada um (artesanato tradicional, arte popular, etc). Dentre os artesãos que compõe e compuseram as edições da Semana Criativa, é possível elencar algumas técnicas que predominam essa produção, como o bordado em suas diversas variações, a cerâmica, a marcenaria e marchetaria e serralheria.

⁸ Disponível em <<http://www.desenvolvimento.mg.gov.br/application/projetos/projeto/1125>> Acesso em 15 dez 2022.

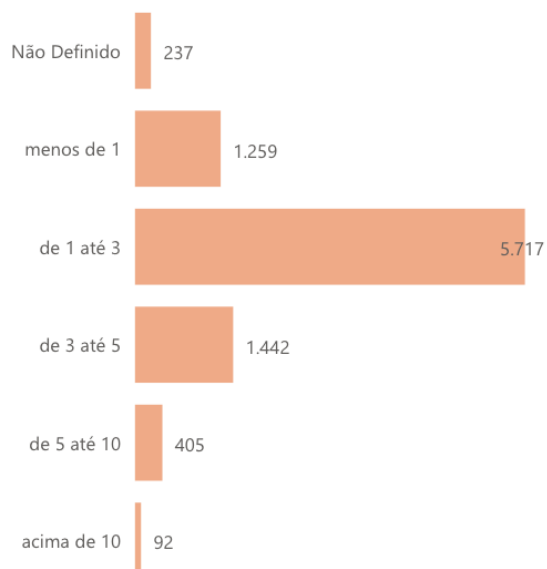
Tabela 3: Técnica do artesanato dos artesãos cadastrados
no município de Tiradentes, MG.

Técnica	%
Bordado	4,29%
Bordado - Aplicação	2,86%
Bordado - Ponto cheio	1,43%
Bordado - Ponto cruz	1,43%
Cerâmica - Faiança	1,43%
Cerâmica - Tradicional	1,43%
Cinzelagem ou Repuxo	2,86%
Costura	8,57%
Costura - Fuxico	1,43%
Costura - Patchwork	1,43%
Crochê	8,57%
Filigrana em metal	5,71%
Fundição	1,43%
Funilaria/Latoaria	10,00%
Marcenaria	5,71%
Marchetaria	2,86%
Modelagem	2,86%
Montagem	10,00%
Outros	2,86%
Papietagem	2,86%
Pintura	8,57%
Pintura à mão livre	2,86%
Renda - Macramê	5,71%
Reutilização	2,86%
Serralheria	15,71%
Trançado	5,71%
z[Inativo] Entalhe/Escultura	10,00%

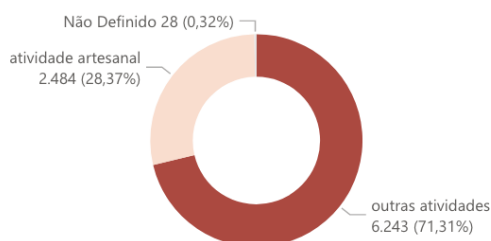
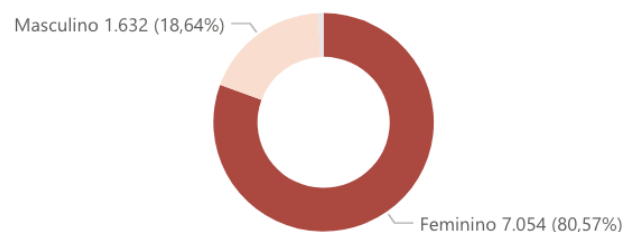
Fonte: SICAB⁹

Sobre a economia artesanal em Tiradentes, nota-se que as vendas da produção com destino ao consumidor final (venda direta) é disparadamente maior do que o fornecimento para lojistas e organizações de apoio ao artesão. Dentre as 70 pessoas cadastradas, 44 recebem entre 1 e 3 salários mínimos com o artesanato (gráfico 1).

⁹ Disponível em <<http://www.desenvolvimento.mg.gov.br/application/projetos/projeto/1125>> Acesso em 15 dez 2022.

Gráfico 1: Destino das vendas e faixa de renda familiar em salários mínimos dos artesãos cadastrados.**Destino das vendas dos artesãos****Faixa de renda familiar em salários mínimos**Fonte: SICAB¹⁰.

Por fim, verifica-se que a atividade artesanal representa a maior fonte de renda familiar de 64,29% dos sujeitos, e a distribuição da atividade por sexo é balanceada, sendo 48,21% homens e 51,79% mulheres (gráfico 2).

Gráfico 2: Origem da maior fonte de renda familiar e distribuição por sexo do trabalho dos artesãos cadastrados.**Origem da maior fonte da renda familiar****Distribuição por sexo**Fonte: SICAB¹¹.

¹⁰ Disponível em <<http://www.desenvolvimento.mg.gov.br/application/projetos/projeto/1125>> Acesso em 15 dez 2022.

¹¹ Disponível em <<http://www.desenvolvimento.mg.gov.br/application/projetos/projeto/1125>> Acesso em 15 dez 2022.

Vale ressaltar que a microrregião de São João del Rei, encontra-se no mapa de Indicações Geográficas Brasileiras do SEBRAE¹² como indicativo de procedência de peças artesanais em estanho — o estanho já era produzido em São João del Rei e Tiradentes desde o século XVIII. O uso de estanho na confecção de utensílios domésticos e litúrgicos foi muito difundido nessa região no período colonial” (SEBRAE, s.d., ONLINE).

3.2 Origens e organização da Semana Criativa de Tiradentes

Neste subcapítulo, foram abordadas questões referentes às origens da Semana Criativa de Tiradentes, seus idealizadores e organizadores. Busca-se compreender quem são os atores que compõem o festival e sua estrutura. Para isso, foi realizada uma pesquisa documental digital e desenvolvidos gráficos, tabelas e mapas que ilustram as relações entre estes *stakeholders*.

3.2.1 Aspectos gerais do evento

A Semana Criativa de Tiradentes é um festival, ou “projeto cultural e social” que ocorre anualmente na cidade de Tiradentes, Minas Gerais. O objetivo do festival é “divulgar e valorizar saberes de tradição”, para que estes não se percam no tempo, já que são parte importante da história de um território e seus aspectos culturais. Durante o ano, os organizadores do festival promovem “imersões entre designers e artesãos”, para que através do diálogo e de trocas de experiências, possam transformar o olhar sob seus trabalhos e processos criativos. Após a imersão e a co-criação de produtos, os participantes têm suas peças expostas durante os dias do festival, que normalmente acontece no mês de outubro e, também, têm suas peças comercializadas na loja da Semana Criativa, na própria cidade de Tiradentes (SEMANA CRIATIVA DE TIRADENTES, 2021?, Online).

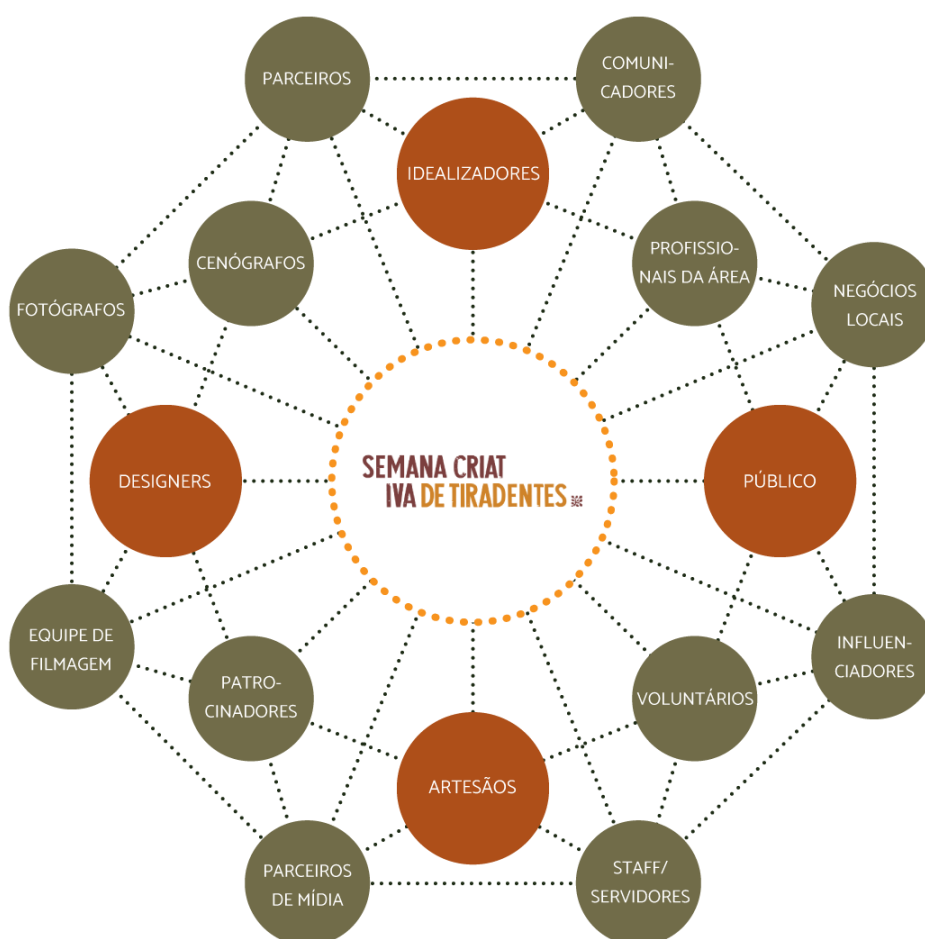
Durante o festival, são realizadas atividades como palestras, bate-papos, exposições, workshops, lançamentos de livros, feirinha de artesanato e design, documentários, etc., tendo sempre como tema o Brasil, o design, a arquitetura, o artesanato e a vernaculidade. O evento é

¹² <<https://conteudo.sebrae.com.br/Sebrae/infograficos/livroanimacao/#/m/p>>

aberto ao público geral e costuma reunir profissionais da área e interessados pela temática (ibid).

O evento acontece durante quatro dias no ano, mas é desenvolvido durante o ano inteiro, contando com *stakeholders*. É importante destacar que o foco deste trabalho está nos idealizadores, designers e artesãos, porém, são diversos profissionais das mais variadas áreas que trabalham para que o evento e para que as imersões e desdobramentos possam ocorrer da melhor forma possível. Durante a pesquisa, foi desenvolvido um mapa de *stakeholders* (figura 7), contendo aqueles que foram passíveis de identificação durante o estudo de caso, porém, não é possível descartar o envolvimento de outros atores, visto que não existe acesso a uma lista completa dos envolvidos.

Figura 8: Mapa de stakeholders identificados pela autora na Semana Criativa de Tiradentes.



Fonte: Elaborada pela autora.

3.2.2 Origens, motivações e organização do projeto

O projeto e festival foi idealizado por Simone Quintas e Júnior Guimarães. Simone é jornalista e trabalhou por 10 anos na Casa e Jardim, revista de arquitetura, paisagismo e design, que a aproximou deste universo e fez com que ela se apaixonasse pelo artesanato tradicional. Júnior é formado em administração, mas atua há 17 anos como produtor de eventos e projetos culturais, além ter feito parte da equipe de gestão do Centro de Referência da Dança da Cidade de São Paulo, e da produção de eventos como a SPArte¹³ e o Festival de¹⁴Cultura e Gastronomia de Tiradentes — MG (SEMANA CRIATIVA DE TIRADENTES, 2021?, Online).

Em entrevista concedida a ABD (Associação Brasileira de Design de Interiores) e disponível no canal da ABD no YouTube¹⁵, Júnior conta que nasceu em Tiradentes, onde cresceu e conviveu com os artesãos da região, tendo contato direto com a tradição do artesanato e presenciado a relação de aprendizado das técnicas artesanais entre seus colegas e os respectivos familiares, o que o motivou ainda mais a valorizar a cultura local da região. Simone, na mesma entrevista, conta que sempre teve o sonho de mediar o trabalho entre designers e artesãos em Tiradentes, já que via muitos deles desmotivados e sem ânimo para produzir. A idealizadora conta que, quando começaram o projeto, não tinham destaque algum, e que mesmo em contato com pessoas da área devido a sua profissão, não conseguia chamar a atenção destes profissionais. Em contrapartida, ela diz que a presença do design e artesanato europeu era sempre muito forte nos projetos que via, o que lhe causava certa indignação. A motivação principal da jornalista veio por meio de bate-papos com artesãos que, desanimados, afirmavam que suas tradições se perderiam no tempo pela falta de orgulho e interesse dos seus filhos em levar a profissão adiante. Com os mesmos objetivos em comum, os idealizadores deram início ao projeto.

De acordo com entrevista realizada pela revista Casa e Jardim¹⁶, Simone conta sobre o evento ter superado suas expectativas com relação ao seu crescimento:

Quando eu e o meu sócio, Junior Guimarães, começamos o projeto, no início de 2017, não ficamos pensando em nenhum momento aonde ele iria chegar. Simplesmente fomos fazendo pela vontade de contribuir com o artesanato de Tiradentes e do entorno. O festival foi a forma que encontramos de viabilizar e dar

¹³ <<https://www.sp-arte.com/>>

¹⁴ <<https://www.faturabrasil.com.br/cat-festival/festival-de-gastronomia-de-tiradentes/>>

¹⁵ <<https://www.youtube.com/watch?v=wzJSZPazDFk>>

¹⁶ <<https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Design/noticia/2019/09/semana-criativa-de-tiradentes-confirma-uma-previa-das-novidades-da-3-edicao.html>>

visibilidade para um projeto que acontece o ano inteiro, com as imersões entre designers e artesãos que já mencionamos. Acho que as pessoas estavam sentindo falta de um evento que tivesse um propósito verdadeiro e que fosse uma experiência. Os quatro dias do festival não deixam de ser uma imersão para os visitantes também. Durante este período eles têm conteúdo, a possibilidade de se relacionar, de encontrar e conversar com designers famosos... Ter acesso aos artesãos é maravilhoso porque os produtos ganham outra dimensão, pois estão relacionados com a história de vida destas pessoas. É lindo demais! (REDAÇÃO CASA E JARDIM, 2019, ONLINE).

A união dos mesmos sonhos, valores e a paixão por Tiradentes, somada à dimensão cultural, material e imaterial da cidade e suas tradições, também fez com que o local fosse escolhido.

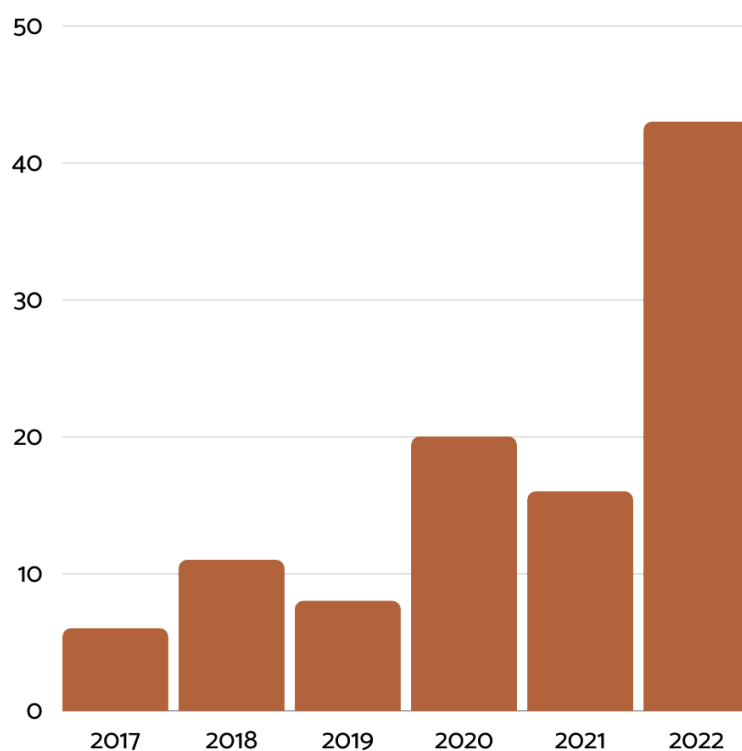
No Brasil, porém, são diversas as regiões que sobrevivem ou tentam sobreviver por meio da tradição, do artesanato e de sua cultura local e sofrem com a falta de inserção no mercado global, desinteresse em continuidade por parte dos filhos e falta de manutenção deste produto. De acordo com Borges (2010), a cultura do feio à mão foi associada pelo racionalismo a certo tipo de atraso produtivo, passado e pobreza que deveria ser varrido pela indústria. Este pensamento segue enraizado culturalmente no país, sendo somado à economia globalizada que torna o mercado produtivo artesanal pouco atraente, o que muitas vezes justifica o desinteresse destes filhos à continuidade de tradições artesanais. Este mesmo tipo de pensamento é o que muitas vezes justifica a falta de inserção vernacular no portfólio dos profissionais pelo Brasil.

3.2.3 Apoio e colaboração para a realização do festival

Para um projeto participativo como a Semana Criativa, é bastante importante a presença dos diversos *stakeholders*, que possam contribuir ativamente para o desenvolvimento e garantir diferentes visões que tendem a gerar variedade de ideias e soluções. Também é muito importante que haja sinergia entre os envolvidos para que, conjuntamente, possam elaborar ações que valorizem o capital territorial e social de maneira sustentável (TIZZEI et al., 2009; KRUCKEN, 2009). Com isso, “emergem muitas possibilidades de sinergia entre os produtores e as empresas que, ao interagir, fortalecem e/ou complementam sua capacidade” (ibid, p.49).

Para além da contribuição na formação de estratégias de fortalecimento local, alguns projetos necessitam do investimento financeiro ou parceiro para poderem ser realizados. Para elencar os responsáveis por este tipo de apoio em todas as edições da Semana Criativa, foram consultadas fontes documentais digitais como o site¹⁷ e a página do evento na rede social Instagram¹⁸. Anualmente, o evento é divulgado em sua página nas redes sociais e, em diversas ocasiões, seus apoiadores são citados e agradecidos, facilitando seu reconhecimento. Os tipos de colaboração¹⁹ aqui citadas envolvem: patrocínio; apoio; oferecimento; transporte; parceiros; copatrocínio; provedores de internet; realização; e parceiros de mídia. A quantidade de colaboradores envolvidos anualmente, foi distribuída em um gráfico (gráfico 3) para fim de comparação entre os anos do festival:

Gráfico 3: Quantidade de colaboradores distribuídos por ano na Semana Criativa de Tiradentes



Fonte: elaborado pela autora

¹⁷ Disponível em: <<https://semanacriativadetiradentes.com.br/>> Acesso em 23 out., 2022.

¹⁸ Disponível em: <<https://www.instagram.com/semanacriativadetiradentes/>> Acesso em 23 out 2022.

¹⁹ Vale a pena ressaltar não haver nesta pesquisa conhecimento do que cada tipo de colaboração representa para a organização do evento (divulgação, ajuda financeira, troca de serviços, etc), os valores dos patrocínios e os tipos de serviços oferecidos por cada instituição.

Também foram elaborados gráficos (gráfico 4) que representam a quantidade e especificidade de colaborações feitas anualmente em cada edição da Semana Criativa para comparação quantitativa, com o objetivo de compreender se houve ou não aumento destes tipos de stakeholders no projeto.

Gráfico 4: Quantidade e especificidade de colaborações feitas anualmente em cada edição da Semana Criativa de Tiradentes



Fonte: elaborado pela autora.

- **2017 — Primeira edição.**

A primeira edição do evento contou com 6 patrocinadores. Em sua maioria, tratam-se de marcas ligadas ao universo da decoração e do artesanato.

- **2018**

Em 2018, na segunda edição do festival, é possível perceber a diminuição dos patrocinadores, mas um aumento no número de envolvidos, passando de 6 para 11, dos quais 9 foram classificados como apoiadores — “o apoio é diferente do patrocinador porque caracteriza-se por ser um profissional ou instituição que oferece uma ajuda estratégica para que o projeto consiga ser concretizado” (INSTITUTO DE MARKETING RESEARCH, 2019, ONLINE).

- **2019**

Em 2019, o número de apoiadores caiu de 11 para 8, porém, somaram-se ao grupo grandes empresas de renome internacional na área do design, como as lojas Herman Miller e Westwing.

- **2020**

No ano de 2020, percebe-se que o número de colaboradores mais do que dobrou, e, parece muito sensato relacionar este número à pandemia de Covid-19, que colocou em *lockdown* boa parte do mundo e, por medidas de seguranças, trouxe leis que impediam a realização de quaisquer tipos de eventos que promovessem aglomerações — como no caso da Semana Criativa. Esta edição do evento foi realizada em meio 100% digital na plataforma Eventmobi. Foi possível notar que muitos dos novos colaboradores eram parceiros de comunicação e marketing, serviços essenciais para a boa realização e estrutura de um evento remoto. Uma característica específica desta edição do evento foi a cobrança pelo “passaporte” de entrada, que deu acesso à plataforma e aos conteúdos.

- **2021**

Em 2021, o número de colaboradores teve uma queda em comparação com 2020, e uma estabilização, comparado ao ano de 2019, antes da pandemia. Neste ano, o festival aconteceu de maneira híbrida — presencialmente na cidade de Tiradentes e com transmissão em *live* no canal da Semana Criativa no YouTube, disponível gratuitamente.

- **2022**

Na edição deste ano, 2022, primeira edição “normalizada” após a pandemia, o número de colaboradores aumentou significativamente, o que pode indicar que o evento foi mais difundido no meio e que sua relevância também aumentou. Um dos motivos dessa afirmação é a presença de instituições governamentais como a Secretaria Especial da Cultura, que:

“(...) tem como competência assessorar o ministro da Cidadania na formulação de políticas, programas, projetos e ações que promovam a cidadania por meio da cultura. Ainda cabe à Secretaria a promoção do acesso aos bens culturais, da economia criativa brasileira e da proteção dos direitos autorais (SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA, 2019, ONLINE)

Também estiveram presentes instituições como o Ministério do Turismo, o IPHAN — Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, a Universidade Federal de Minas

Gerais e a Pró-Reitoria de Cultura, órgãos públicos importantes para a promoção da cultura no Brasil.

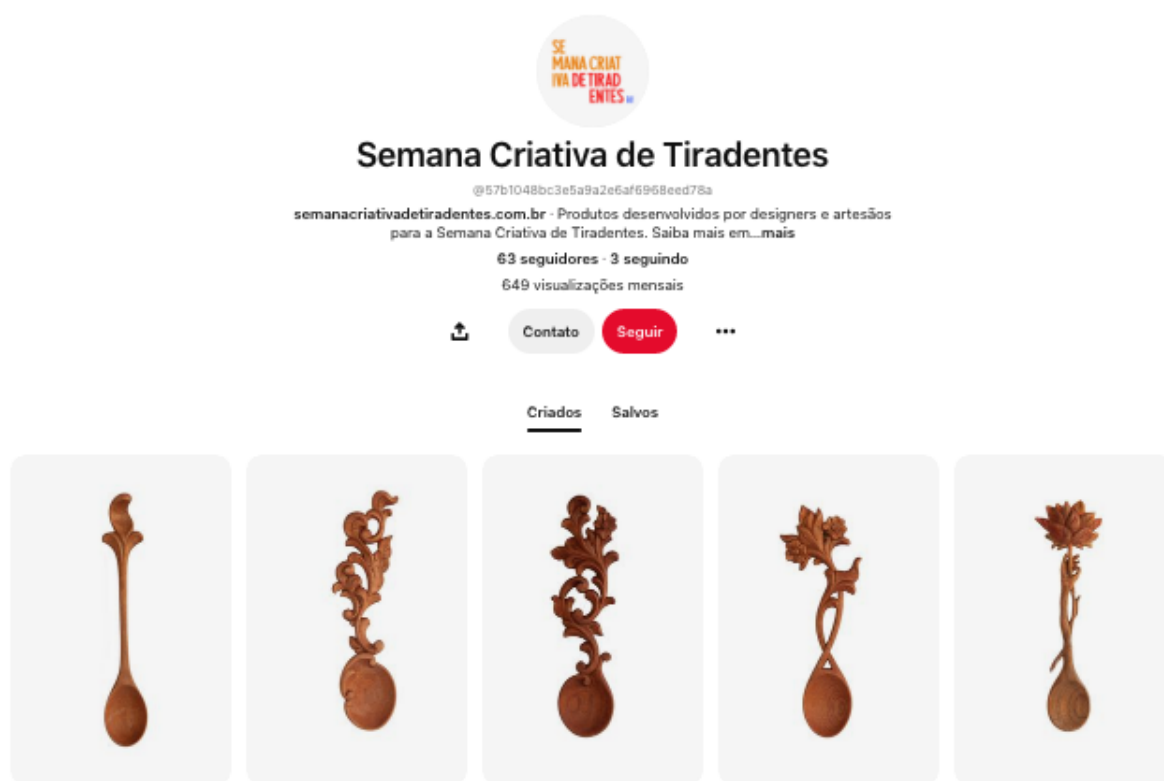
3.3 Divulgação e comunicação visual

De acordo com Farias e Braga (2018, p.11), os artefatos gráficos estão ligados às “experiências comunicacionais” do ser humano, e contribuem para a formação de identidades coletivas. Os elementos gráficos são fatores de diferenciação essenciais para produtos e serviços e se associa fortemente a eles, portanto, é importante comunicá-los da maneira adequada ao próprio produto ou serviço e ao público que os consome. A Semana Criativa de Tiradentes deve ter sua própria identidade visual que ilustre as características inerentes ao evento, mas também deve considerar que o mesmo representa todo um território local munido de suas características vernaculares e que lida diretamente com a tradição artesanal deste território. Assim, os representantes desta cultura devem estar retratados direta ou indiretamente na identidade visual de um projeto que os têm como figuras centrais.

3.3.1 Identidade visual

A comunicação visual do evento foi analisada em 3 locais: a página do Instagram, o website do evento e o material gráfico informativo disponibilizado no ano de 2022, em formato PDF. Buscou-se analisar descritivamente elementos como logotipo e suas aplicações, cores, texturas, formas e associá-las entre si e entre o território de Tiradentes. O festival também está presente em plataformas como o Facebook, Pinterest e YouTube (figura 8), porém, sua maior presença se dá através da página do Instagram, que conta com 39,4 mil seguidores.

Figura 9: Página da Semana Criativa de Tiradentes no Pinterest



Fonte: Pinterest²⁰

Na primeira edição da Semana Criativa, o festival contava com uma identidade visual diferente da atual. Em sua composição, haviam triângulos vermelhos, em uma associação à bandeira do Estado de Minas Gerais (figura 9). Este primeiro logotipo é visualmente bem resolvido em suas proporções e formas, porém sua linguagem é genérica ao estado de Minas Gerais, podendo representá-lo como um todo. Nota-se a falta de um diálogo direto com a cidade de Tiradentes, o artesanato e o design, que são a tradução do que o evento propõe.

²⁰ Disponível em:

≤https://br.pinterest.com/57b1048bc3e5a9a2e6af6968eed78a/?invite_code=b4459b6dd7894dafbd9bc03d4557ea63&sender=803540895923268771> Acesso em 5 nov 2022.

Figura 10: Primeiro logotipo da Semana Criativa de Tiradentes e bandeira do estado de Minas Gerais.



Fonte: Instagram da Semana Criativa de Tiradentes²¹; Mundo Educação Uol²².

Em 2019, foi realizada a primeira postagem no Instagram utilizando o *redesign* do logo (figura 10), o qual ainda é usado atualmente. A marca foi desenvolvida pelo estúdio de design Hardy, que se inspirou nos cenários da cidade de Tiradentes e na valorização do fazer artesanal local, unindo-os a elementos da contemporaneidade. Para o *lettering*, o estúdio se inspirou na “proporção das janelas e portas coloniais” da cidade que têm como característica batentes grandes e coloridos. Também foram utilizados elementos que simulam “uma textura rústica e desgastada, e ainda enfatizam o processo manual” ligado ao artesanato (SEMANA CRIATIVA DE TIRADENTES: HARDY DESIGN, 2019?, Online). Essa associação é importante para a identificação do artesanato e do território local para com o logotipo. As texturas são responsáveis na maioria das vezes por traduzir “a natureza das coisas” e no design não é diferente. O modo como um objeto físico é interpretado depende de sua textura, seja ela “concreta” ou “virtual”,

Muitas das texturas que os designers manipulam não são de maneira alguma experimentados fisicamente pelo observador, por só existirem como efeito ótico, como representação. A textura acrescenta detalhes a uma imagem, proporcionando mais qualidade à superfície como um todo e recompensando o olhar daquele que a observa.

Ajustando um tipo ou representando uma árvore, o designer usa texturas para estabelecer uma atmosfera, reforçar um ponto de vista ou expressar uma sensação de presença física (LUPTON; PHILLIPS, 2014, p.53).

²¹ Disponível em: ≤<https://www.instagram.com/semanacriativadetiradentes/>≥ Acesso em 5 nov 2022

²² Disponível em: ≤<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/minas-gerais.htm>≥ Acesso em 5 nov 2022

As cores foram escolhidas a partir da análise de diversas fotos da cidade, “até identificar as cores que mais se relacionam à linguagem colonial” — as cores escolhidas foram azul, marrom, amarelo e vermelho em variados tons (op cit). De acordo com Lupton e Phillips, as cores dão voz às sensações, descrevem uma realidade, além de “diferenciar e conectar, ressaltar e esconder”. Além disso, as cores possuem suas interpretações próprias segundo a cultura onde estão inseridas, representando significados diferentes aqui ou do outro lado do mundo. Um exemplo disso apontado pelas autoras é a representação do branco, que no Ocidente traz a virgindade, enquanto em outros países representa a morte, assim como o vermelho nos vestidos de casamento japoneses, que na Europa e América traduzem o erotismo e a ousadia (LUPTON; PHILLIPS, 2014, p.71). Portanto, o uso de cores que dialoga com a cultura local de Tiradentes e a representa, é essencial para a tradução visual do território.

Figura 11: Primeira postagem no Instagram da nova identidade visual da Semana Criativa de Tiradentes.



Fonte: Instagram da Semana Criativa de Tiradentes²³

Outro elemento visual importante presente na identidade visual renovada é o ornamento tipográfico com tema floral, inspirado nos entalhes em madeira, típicos da produção artesanal. Este elemento se desdobra em uma estampa ou *pattern* que se repete em diversos elementos gráficos e produtos da Semana Criativa. O ornamento é um elemento histórico que acompanha o desenvolvimento da humanidade, a partir dele, com o uso adequado de pontos, faixas e *grids* é possível criar variações inúmeras, como colocam Lupton

²³ Disponível em: <<https://www.instagram.com/semanacriativadetiradentes/>> Acesso em 5 nov 2022.

e Phillips (2014). Além disso, as autoras apontam a associação entre o ornamento e o artesanato, que vem retornando a lugares como a arquitetura e o design, tão presentes no evento.

No material comunicativo da Semana Criativa, utiliza-se o ornamento enquanto *pattern* aplicado de maneira bastante despojada e desconstruída. De certa forma, em uma associação ao feito à mão, não existe repetição perfeita como na indústria, e estas aplicações parecem traduzir muito bem esse detalhe (figura 11).

Figura 12: Aplicações da nova identidade visual da Semana Criativa de Tiradentes



Fonte: Adaptada pela autora a partir de Hardy Design, 2019?, Online.

Nota-se que, ainda em suas comunicações via Instagram, o festival segue utilizando o elemento triangular referente a bandeira do estado de Minas Gerais e ao antigo logo, o que o mantém associado ao seu início. Também é perceptível a aplicação sempre dinâmica e variada da nova identidade visual, tanto em elementos gráficos quanto em elementos físicos (figura 12).

Figura 13: Uso do triângulo nas comunicações da Semana Criativa e aplicações da marca em produtos diversos.

Vá até os stories e veja o que as sócias da Hardy contam sobre a nossa nova cara! Para conferir esta e outras novidades de perto, participe da Semana Criativa de Tiradentes 2019: de 17 a 20 de outubro! ▲
 #semanacriativadetiradentes
 #economiacriativa #tiradentes
 #festivaldedesign #designfeitoamão
 #artesanatodetradição
 168 sem Ver tradução



Fonte: Instagram da Semana Criativa de Tiradentes²⁴

Em 2022, a Semana Criativa desenvolveu junto de seus parceiros um cobogó, elemento tradicional da arquitetura brasileira, que será produzido no Vale do Jequitinhonha, região Sudeste de Minas Gerais, local bastante conhecido por suas produções artesanais, principalmente em cerâmica (fig. 13). O cobogó foi desenvolvido a partir de uma adaptação do ornamento tipográfico floral, que se desdobrou não apenas na comunicação gráfica e aplicação gráfica em produtos, mas também em elementos arquitetônicos, como é possível observar. O cobogó foi desenvolvido para aplicação no novo projeto da Semana Criativa, a Escola da Semana, cujo objetivo é unir design e educação para valorizar o trabalho artesanal, unindo contemporaneidade à tradição. O novo produto foi apresentado pela organização do festival em sua página do Instagram:

A novidade é que a Semana Criativa de Tiradentes também terá um cobogó para chamar de seu, cuja produção já está a todo vapor em Turmalina, lá no Vale do Jequitinhonha, na Divina Terra (@_divinaterra_).

O cobogó será usado na obra da Escola da Semana (@escoladasemana) e o seu desenho é o mesmo do nosso avatar, essa arvorezinha desenhada pelo escritório Hardy Design (@hardydesign) com umas leves adaptações para esse novo fim do amigo e também designer Paulo Biacchi (@paulobiacchi).

A peça será vendida na Bel Lar (@bellarcasacom) e parte da renda revertida para o projeto da Semana Criativa de Tiradentes (@semanacriativadetiradentes). (INSTAGRAM SEMANA CRIATIVA DE TIRADENTES, 2022, Online).

²⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/semanacriativadetiradentes/>> Acesso em 16 nov 2022.

Figura 14: Aplicação do cobogó desenvolvido pela Semana Criativa de Tiradentes, exposto durante a edição do evento de 2022.



Fonte: Foto tirada pela autora.

No site do evento, a aplicação da identidade visual segue o padrão, mas percebe-se o uso de cores mais sóbrias e terrosas, aproximando-se visualmente da paisagem da cidade, como é possível observar na figura 14. Além disso, o site é bastante intuitivo e visualmente agradável. Já no Instagram, é possível observar a evolução da comunicação visual do evento, através da mudança na identidade e a exploração de suas possibilidades. No primeiro ano do festival, percebe-se a tentativa de padronização do logotipo antigo na apresentação da programação do festival, onde o mesmo é aplicado em um dos cantos da arte que, além do logo, conta com uma foto de cada participante — neste caso, é necessário abrir a postagem e ler sua descrição para entender do que se trata. No ano seguinte, 2018, é possível ver algumas imagens e vídeos dos participantes e apenas um tipo de postagem específica que traz toda a programação do evento em sua descrição. Essa postagem é uma peça gráfica que, ao contrário do ano anterior, já apresenta em si a descrição do que se trata o conteúdo. Em 2019, foi feita a primeira aplicação do logotipo novo, e pode-se perceber maior organização visual, além de maior quantidade e qualidade de informações dispostas em cada peça, deixando bastante simples de entender do que se trata. Ainda assim, em comparação com os anos seguintes,

pode-se perceber que a exploração da identidade visual ainda é tímida. Já em 2020, 2021 e 2022, nota-se maior padrão no tipo de postagem, que conta com informações bem destacadas, imagens que representam o assunto e aproveitamento maior das cores. Em 2021 e 2022, percebe-se que cada categoria presente na programação (bate-papo, palestras, workshops, etc) é definida por um cor específica, facilitando a identificação por parte do usuário (figura 15).

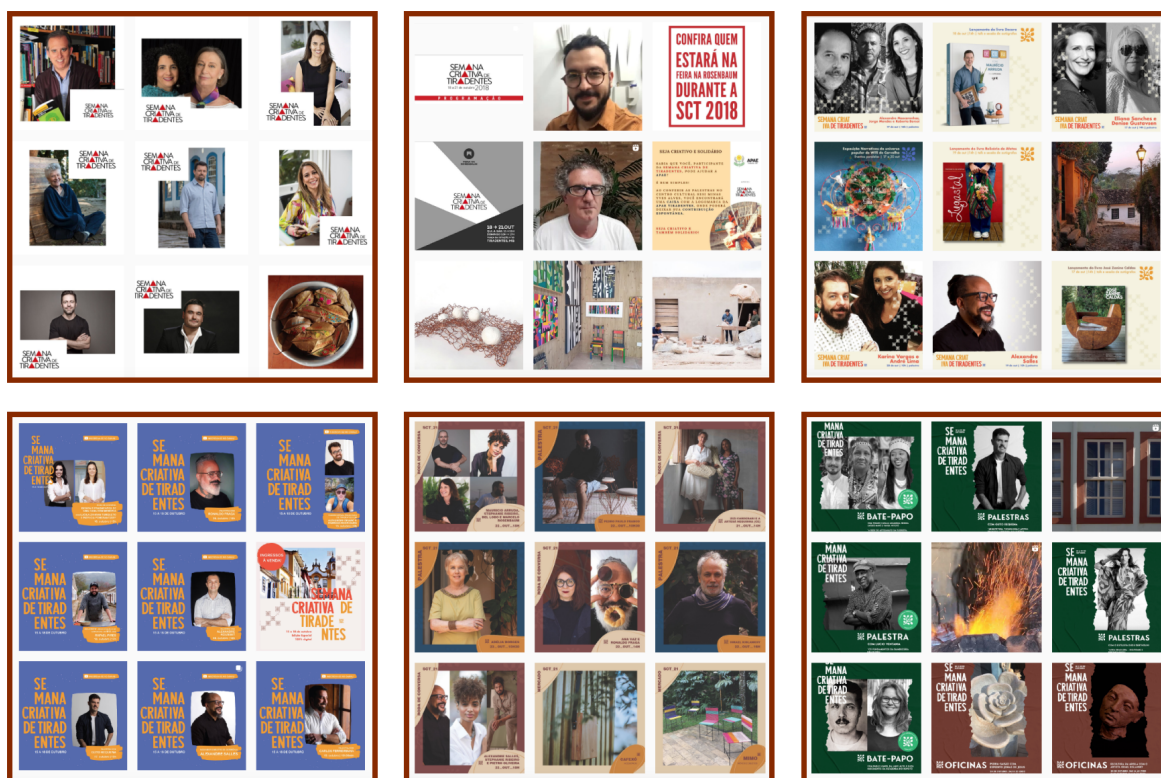
Figura 15: Página inicial do site da Semana Criativa de Tiradentes.



Fonte: Site da Semana Criativa de Tiradentes²⁵.

²⁵ Disponível em: <https://semanacriativadetiradentes.com.br/> Acesso em 5 nov 2022.

Figura 16: Composição de postagens no Instagram da Semana Criativa de Tiradentes com aplicação da identidade visual do evento durante suas edições.



Fonte: Adaptada pela autora a partir do Instagram [Semana Criativa de Tiradentes](#), 2022, Online.

O material informativo do evento, do ano de 2022 — o guia de programação, as próprias postagens do Instagram, as sinalizações e grafismos do evento — possui cores mais fortes e maior quantidade de variações de tonalidades (figura 16). No geral, o material comunicativo do evento tem uma unidade visual e coerência na aplicação em suas mais variadas formas.

Figura 17: Páginas do material gráfico informativo do ano de 2022 da Semana Criativa de Tiradentes.

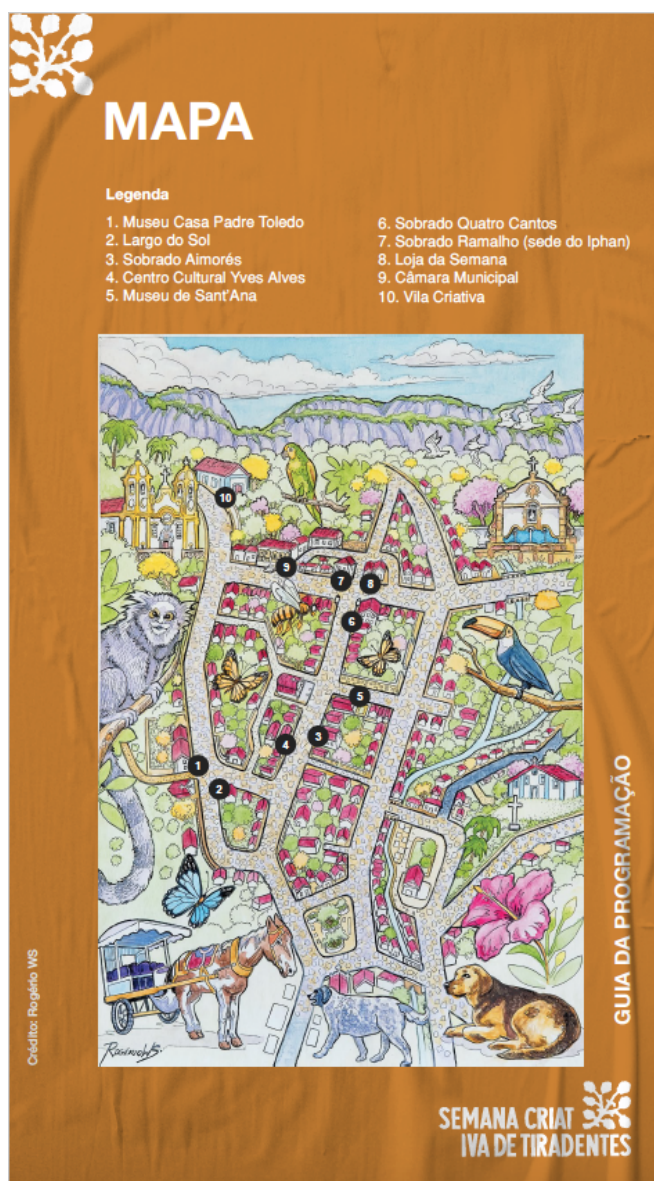


Fonte: Guia da programação da Semana Criativa de Tiradentes de 2022.

3.4 A programação do festival

A Semana Criativa normalmente espalha-se pelo centro de Tiradentes, ocupando diversos prédios pela cidade (figura 17). O festival em si tem como proposta a divulgação dos resultados das imersões e dos desdobramentos, mas também conta com uma série de atividades, em sua maioria gratuitas, para o público. Dentre elas há palestras, exposições, oficinas, instalações, visitas guiadas, etc. Além da promoção da arte, artesanato e design, o evento tem como proposta valorizar o território de Tiradentes e explorar diversos cantos e características da cidade. A programação do festival permite com que as pessoas participem de muitas atividades e tenham contato com a cultura local. A todo momento a arquitetura de Tiradentes é evidenciada e inserida na contemporaneidade do evento.

Figura 18: Mapa dos locais abrangidos pela Semana Criativa de Tiradentes.



Fonte: Guia da programação da Semana Criativa de Tiradentes de 2022.

Para esta pesquisa, foram identificados os tipos de atrações presentes na programação de cinco edições do festival (a edição de 2020 não foi listada pois não existem dados sobre a mesma no site do evento, vale reforçar que esta edição ocorreu durante a pandemia de COVID-19 em meio 100% digital). Os dados foram apresentados em formato de tabela para fim de comparação. É possível logo a princípio perceber que o evento cresceu consideravelmente entre seus anos dentro deste contexto (tabela 4).

Tabela 4: Tipos de atrações presentes na programação de cinco edições da Semana Criativa de Tiradentes.

	2017	2018	2019	2021	2022
PALESTRA	9	10	9	5	8
BATE-PAPO	1	2	3	4	10
DOCUMENTÁRIO	1	-	-	-	25
EXPOSIÇÕES	-	1	7	5	7
TALKS	-	-	8	8	-
OFICINAS	-	-	8	20	19
LANÇAMENTO DE LIVRO	-	-	4	-	4
TOUR	-	-	-	4	8
INSTALAÇÃO	-	-	-	1	2
TOTAL	11	13	39	47	83

Fonte: Elaborada pela autora.

● Palestras e bate-papos

Em todas as edições do evento, acontecem palestras e bate-papos com temáticas sociais, sustentáveis e vernaculares. As palestras ocorrem geralmente no auditório do Centro Cultural Yves Alves, a entrada é gratuita e por ordem de chegada. Além disso, todas são filmadas e transmitidas em um telão no gramado do jardim do Centro Cultural, para que todos os que não conseguirem entrar no auditório possam assistir. Para tal, são disponibilizados tapetes típicos de Minas Gerais para sentar. Outros bate-papos ocorreram em 2022 na Vila Criativa, espaço ocupado pelo evento que possui diversos casarões típicos da região. Estes acontecem no salão principal, ambientado para que parecesse com, de fato, a sala de uma casa. Nota-se que o número de palestras se manteve bastante padronizado entre os anos. Já o número de bate-papos cresceu consideravelmente no ano de 2022.

● Documentários

Em sua edição de 2022, o evento apostou na exibição de documentários com títulos sempre alinhados à temática do artesanato, design e arquitetura, estes foram projetados na parede do Museu Padre Toledo, um importante ponto turístico de Tiradentes, carregado de

referências históricas. Não é possível afirmar que não houve a exibição de documentários ou filmes em outras edições, porém, em meio aos dados acessados, não foi possível identificá-los.

- **Lançamento de livros**

Durante o evento, são promovidos bate-papos de lançamentos de livros pela Editora Olhares, além disso, os livros também são comercializados no local. Estes lançamentos aparecem a partir da edição de 2019 e seguem presentes. Em 2021, os lançamentos foram incluídos como bate-papos, portanto não foram contabilizados nesta categoria.

- **Oficinas**

Outra atividade interessante são as oficinas, ministradas por artesãos, designers, profissionais da área e parceiros do evento. Um exemplo do ano de 2022 foi a oficina de pedra-sabão com o artesão Expedido Jonas, mestre na técnica. As oficinas, ao contrário das palestras, necessitam de inscrição prévia e a maioria delas é paga. É possível observar que a quantidade de oficinas aumentou nas últimas edições do festival, sendo oferecidas até mesmo por patrocinadores.

- **Exposições e instalações**

A Semana Criativa junto de seus parceiros realiza diversas exposições, que se encontram espalhadas pela cidade. Além do “Design Feito à Mão” e “Desdobramentos”, que apresentam os produtos resultantes das imersões, também existiram outras exposições com temas variados como espaços mobiliados, trabalhos artesanais e homenagens. As exposições se iniciaram em 2018, segundo os dados encontrados, e se mantiveram constantes nos anos seguintes. Geralmente, as exposições contam com mostras de artistas locais, artistas homenageados, fotógrafos, designers, artesãos, tangenciando a temática principal do evento. Em 2021 e 2022, a Semana Criativa também contou com instalações, que, de acordo com Sogabe, tem como principal característica:

A intenção de que todos os elementos lá presentes construam o ambiente juntamente com o público, que vivência sensorialmente esse ambiente. Essa relação espacial entre obra e público está presente em qualquer tipo de arte, o que se modifica é o nível dessa relação. Nas instalações, o ambiente inteiro se torna a obra, e o espaço que o público possui para se movimentar é o espaço da própria obra. A presença do público dentro do espaço da instalação possibilita uma vivência sensorial e conceitual diferenciada, de acordo com o seu deslocamento físico e com o contato visual, tátil e/ou sonoro com os elementos presentes (SOGABE, 2008, p. 129).

Uma das instalações de 2022 (fig. 18) foi produzida pelo designer Paulo Alves, construída no pátio do Museu de Sant’Ana, e batizada de Floresta na Praça. O nome se deu devido à presença de diversas “árvores” feitas com madeira de reflorestamento e suas folhas foram penduradas pelas pessoas que visitavam o local. A ideia principal da instalação era escrever uma mensagem nesta folha, feita de tecido ecológico de um dos patrocinadores do evento, e pendurá-la.

Figura 19: Parte da instalação “Floresta na Praça”.



Fonte: Registro da autora.

- ***Tours***

Os tours e visitas guiadas do evento, em sua maioria, valorizam a gastronomia local, componente forte do *terroir* de Tiradentes. Também acontecem passeios guiados por lugares tradicionais da cidade, já que a mesma conta com patrimônios tombados, becos, museus, ateliês de artesãos, cachaçarias, vinícolas, produtores rurais e diversas outras atrações que imergem o participante no território e cultura local. Essa imersão é importante para fincar no imaginário das pessoas a ideia da vastidão de culturas e tradições que um país como o Brasil possui.

- ***Outros***

O evento conta com outras atrações como apresentações musicais, cortejos, e também com o famoso “agulhaço” no qual as bordadeiras da região se juntam ao público para bordar, rendar ou crocheter — essas atrações nunca fogem das tradições e cultura popular brasileira.

3.5 Atores e processos de imersões e desdobramentos da Semana Criativa de Tiradentes

A Semana Criativa de Tiradentes possui diversos processos, e alguns importantes deles antecedem a realização do festival no mês de outubro. Como apresentado, o projeto tem em vista valorizar os saberes tradicionais e fomentar da economia criativa de Tiradentes, MG. Para tal, existem as chamadas **imersões** e os **desdobramentos**. Para o processo de imersão, anualmente os idealizadores do evento fazem uma curadoria de artesãos localizados na microrregião de São João Del Rei para participarem do projeto, junto a uma seleção de designers brasileiros. Durante o ano, são realizados encontros presenciais entre os grupos para poderem criar novos produtos a partir das técnicas e saberes artesanais de cada um dos artesãos participantes como forma de manutenção dessas tradições. Após o primeiro ano, os artesãos são convidados a dar continuidade ao projeto junto a um segundo grupo de designers e assim, garantir que o trabalho inicial não se perca — este processo é chamado de desdobramentos.

É importante que, após estes processos, os artesãos tenham maior autonomia para lidar com o mercado através da “melhoria da competitividade” para ser possível “uma maior inserção do artesanato brasileiro nos mercados” (GUIMARÃES et al., 2014, p. 3), e ainda, o designer, para este fim, deve agir além do projeto, mas como integrador de valores, pessoas, conceitos, estratégias e ferramentas (MACIEL et al., 2017).

Para que essas dimensões da qualidade se manifestem na sua melhor forma é necessário que haja uma aproximação cultural dos locutores e interlocutores, possibilitando a visão compartilhada de um espaço possível para troca. Assim, as contribuições do design para promover a qualidade transcendem os limites físicos de produtos e configuram-se inúmeras possibilidades, que incluem produtos e serviços como parte de um sistema maior (KRUCKEN, 2009, p.38)

A fim de responder quem são estes atores (designers e artesãos — figuras 19 e 20) participantes do projeto proposto pelo evento, foram consultados os materiais informativos disponibilizados no site e nas redes sociais. Estes nomes também foram levantados pela autora *in loco*, no festival.

- **Designers e Artesãos da Semana Criativa**

Figura 20: Designers e artesãos participantes das imersões da Semana Criativa de Tiradentes ao longo dos anos.



Fonte: Site da Semana Criativa de Tiradentes²⁶ e registro da autora.

Figura 21: Designers e artesãos participantes dos desdobramentos da Semana Criativa de Tiradentes ao longo dos anos.

²⁶ Disponível em: <https://semanacriativadetiradentes.com.br/> Acesso em 18 nov 2022.



Fonte: Site da Semana Criativa de Tiradentes²⁷.

- 2017

Segundo as informações disponibilizadas no site do evento, em 2017, na primeira edição do festival, participaram cinco artesãos e cinco designers. Entre os designers estavam André Bastos, Daniela Karam, Guilherme Leite Ribeiro, Maria Fernanda Paes de Barros e Paulo Alves; entre os artesãos estavam Expedito Jonas de Jesus, Lilia Fonseca, Maria Conceição de Paula, Rodinelly Santos e Wagner Trindade. As técnicas e materiais utilizados pelos artesãos de 2017 incluíam o bordado, o entalhe em pedra sabão, a serralheria, o entalhe em madeira e a costura.

- 2018

Em 2018, foi mantida a mesma quantidade de designers e artesãos do ano anterior na imersão, porém, a organização do evento percebeu a necessidade de dar continuidade ao trabalho com os artesãos do ano anterior. Como já observado, a continuidade e possibilidade dos resultados de projetos como estes é essencial. Os atores envolvidos devem fornecer todas as ferramentas para os artesãos poderem levar adiante todos os aprendizados da troca. De acordo com Maíra Santana do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas):

Um período curto de atuação ou desenvolver trabalhos pontuais apenas com os requisitos de mercado são fatores que não contribuem para capacitar os artesãos técnica ou politicamente. O caminho mais fácil, mais rápido e mais barato é ter o mínimo de contato com o artesão, o que pode ser feito na sala de um escritório. Os resultados serão belos produtos bem fotografados e bem apresentados em catálogos, mas que raramente sairão da folha de papel e da fotografia. O artesão não se apropriará da ideia e não haverá mudança positiva em sua realidade (SANTANA, 2012, p. 113)

²⁷ Disponível em: <https://semanacriativadetiradentes.com.br/> Acesso em 18 nov 2022.

Para ser possível alcançar resultados favoráveis, essa integralização deve garantir subsídios para o artesão poder prosperar e evitar que dependa do assistencialismo de programas governamentais. Bonsiepe (2010, p.72) fala sobre o enfoque produtivista adotado por alguns designers durante a aproximação com artesãos, que considera o artesanato enquanto meio para produção de “designs desenvolvidos de assinados pelos designers e artistas”, considerando os artesãos como “mão de obra qualificada barata”. Essa postura, segundo o autor, “perpetuaria as relações de dependência em vez de contribuir para a sua superação”. Outro enfoque perigoso apontado por Bonsiepe e que não garante a autonomia é a ideia do artesão enquanto “clientela política” que depende de assistencialismo, onde o designer media a relação entre produtor (artesão) e mercado, garantindo “altas margens de lucro para os vendedores” em cima do trabalho artesanal. Portanto, a adoção de posturas horizontais, contínuas e sustentáveis, (além da representação da identidade do trabalho artesanal), é imprescindível para a boa relação e mudanças concretas na realidade dos envolvidos.

A continuidade do projeto foi chamada de “desdobramentos”, sendo desenvolvida paralelamente à imersão. Os designers participantes do primeiro desdobramento foram Maria Fernanda Paes de Barros e Sérgio Cabral. Todos os artesãos participantes da imersão do ano anterior toparam seguir o projeto: Expedito Jonas de Jesus, Lilia Fonseca, Maria Conceição de Paula, Rodinelly Santos e Wagner Trindade. Para a nova edição da imersão, estiveram presentes os designers Alfio Lisi, Fernando Jaeger, Luly Vianna, Maria Helena Emediato e Yáskara Jaeger, os artesãos foram Delano Antunes, Deise e Fábio Reis, Maria Laura Resende e Robson Matias, seus artesanatos utilizam técnicas e materiais como estanho, marchetaria, o ferro, entalhe em madeira, a costura e a marcenaria.

● 2019

Em 2019, o número de artesãos na imersão se manteve em cinco: Cristiana Fonseca, Lucas Silva, Raimundo Nonato, Valcir Barbosa, Vânia Leôncio e Vasique Leôncio, dentre eles estão tecelões, entalhadores, marceneiros e serralheiros. Já o número de designers diminuiu, sendo apenas quatro nesta edição: Ana Vaz, Bel Lobo, Estevão Toledo e Marcus Ferreira. Nos desdobramentos, trabalharam os designers Alfio Lisi, Fernando Jaeger e sua filha, Yáskara Jaeger, participantes da edição anterior, juntamente com os artesãos Deise e Fábio Reis, Expedito Jonas de Jesus, Maria Conceição Barbosa, Robson Matias e Wagner

Trindade. Nota-se que nem todos os artesãos da imersão de 2018 estiveram presentes nos desdobramentos de 2019.

- 2020/2021

O ano de 2020 foi um ano peculiar por conta da pandemia de Covid-19, como já tratado. Para esta edição do evento, já haviam sido selecionados os grupos de designers e artesãos para a imersão, porém, o projeto teve que ser adiado devido aos riscos à saúde dos envolvidos. Em 2020, o evento foi realizado de forma 100% digital e não contou com esta parte do projeto. No ano de 2021 o evento foi retomado de maneira híbrida diante das flexibilizações das medidas de prevenção da Covid-19 e as imersões tiveram o mesmo grupo de pessoas do ano de 2020. Não foi possível encontrar dados sobre os desdobramentos dos anos de 2020/2021.

- 2022

Em 2022, a programação do evento voltou ao normal. Os designers participantes da imersão desta edição foram: Karol Suguikawa, Luly Vianna, Rodrigo Ambrosio, Pietro Oliveira e Gustavo Bittencourt. Vale ressaltar que cada um dos designers representava um estado de origem diferente do outro, valorizando a representatividade das diversas regiões do país. Os artesãos que participaram da edição deste ano estiveram em sua maioria junto de seus colegas de trabalho ou familiares que carregam as mesmas tradições, estes foram: Bela Ladeira e “Nôca”; Alisson Lourenço; Camila Mendes; Carlos Henrique Barbosa, Tiago César e Leonardo Luiz da Silva; Edna, Tatiane e Wellington Carvalho de Santana — as técnicas utilizadas por eles incluem marcenaria, marchetaria, bordado, costura, e utilizam materiais como a palha de milho, o couro e o latão.

Nos desdobramentos, nota-se que o número de participantes aumentou bastante, sendo doze artesãos e seis designers. Entre os artesãos estavam Alexandre Mezêncio, Cristina Fonseca, Eliana Maia, Fábio e Deise Reis, Lilia Fonseca, Lucas Silva, Maria Conceição de Paula, Marlon Carvalho, Raimundo Nonato, Robson Matias, Valcir Barbosa e Wagner Trindade; entre os designers, estavam Linda Martins, Estevão Toledo, Luciana Oliveira, Maraí Valente, Maria Helena Emediato e Murilo Weitz.

Além do reconhecimento dos atores, buscou-se compreender como são feitos os processos de curadoria dos artesãos, como são realizadas as interações e diálogos entre eles e

suas percepções e reflexões sobre tal, e ainda, se existe algum tipo de metodologia ligada ao projeto.

3.6 Reflexões sobre as imersões e desdobramentos: interação design, artesanato e território na Semana Criativa de Tiradentes de 2022.

Como já colocado neste trabalho, a Semana Criativa de Tiradentes promove imersões ao longo do ano entre um grupo de designers e artesãos com o objetivo de valorizar o saber tradicional e garantir a sua manutenção através do olhar contemporâneo. Para melhor compreender como ocorrem as interações e processos, foram estruturadas perguntas que nortearam a forma de reflexão junto das questões de pesquisa primeiramente levantadas pela autora. Buscou-se pelas respostas das perguntas em pesquisa documental digital e *in loco*.

O caminho adotado pela autora no estudo de caso pretende refletir sobre as inter-relações propostas pelo evento, somado à teoria que reforça as condições inerentes ao artesanato brasileiro, ao território e ao papel do designer contemporâneo. Buscou-se compreender a natureza das relações entre designer e artesão nos processos da Semana Criativa de Tiradentes, como se dão estes processos e principalmente, se existe a representatividade do artesão e do território local nos produtos desenvolvidos.

3.6.1 Dados qualitativos acerca da Semana Criativa de Tiradentes: perguntas elaboradas aos organizadores, designers e artesãos

Os dados qualitativos aqui apresentados foram analisados através da observação direta, perguntas fechadas aos designers, artesãos e idealizadores do evento, participação em palestras, bate-papos e documentação de vídeo e fotográfica. Visto que a maioria das informações foi obtida na Semana Criativa de 2022 presencialmente, vale enfatizar que suas respostas se adéquam prioritariamente a esta edição do festival.

- **Existe alguma metodologia pré-estabelecida para as imersões?**

Muitos dos projetos de fomento à economia criativa e valorização da cultura local são elaborados por diversos parceiros que, mediante uma metodologia pré-estabelecida o desenvolvem junto da comunidade em questão. Para Abbonizio e Fontoura:

Na interação designers e artesãos, um ponto determinante é o modo que se estabelece esta relação. Encontra-se nos diversos relatos e reflexões das intervenções de design, a proclamada necessidade de se estabelecer métodos e diretrizes para as intervenções. Nos relatos das intervenções do Imaginário Pernambucano, por exemplo, os autores alertam que a simples aplicação do método (do Imaginário) não garantiria o sucesso do trabalho. Este deve estar fundamentado em três princípios: na valorização da cultura local, no respeito às diferenças e na construção de um projeto coletivo (ABBONIZIO; FONTOURA, 2008, p. 2623).

Os autores garantem que o “uso do método não pressupõe a imposição dele” e que o caso do Imaginário Pernambucano converge para esse sentido. Não é necessária, na visão dos autores, uma metodologia única, fechada e específica, e muito menos impositiva. Porém, o método ajuda os atores a manterem-se nos princípios apontados: “valorização da cultura local”, “respeito às diferenças” e “construção de um projeto coletivo”. Portanto, é importante que durante as imersões, os designers tenham como base tais princípios e os levem até o final, para poderem utilizá-los para “operacionalizar a ação”. No desenrolar do projeto, como aponta Paulo Freire na visão trazida por Abbonizio e Fontoura, o importante é que o método seja construído organicamente a partir das relações e diálogos entre, no caso, designers e artesãos.

Conforme o site do evento, no relato da primeira edição, os organizadores apontam que não sabiam como seria feita a dinâmica das imersões, e que o processo todo aconteceu de maneira natural. A descoberta em 2017 foi que o método na verdade é um “não método” como eles chamam, “(...) pois o jeito de trabalhar, de certa forma, é determinado, inconscientemente, por cada grupo de designers e artesãos”. Os organizadores dizem que o papel deles é garantir e direcionar o trabalho para que “certos valores não se percam” (SEMANA CRIATIVA DE TIRADENTES, 2021?, Online).

● **Como é feita a curadoria dos artesãos?**

Um processo que a autora julga bastante importante é a curadoria dos artesãos que participarão de cada nova edição da Semana Criativa de Tiradentes, já que o evento aborda a tradição e a identidade do território local, os critérios de escolha destes participantes devem ser coerentes a esta abordagem. A manutenção dos saberes depende do quão fortalecida esta cultura se encontra num território ou comunidade, portanto, a curadoria deve levar em consideração o “nível” de enraizamento da tradição contidos nas técnicas e trabalhos dos artesãos escolhidos.

O idealizador do evento, Júnior Guimarães, contou em conversa (e também em entrevista para a ABD²⁸), que o principal “critério” para a curadoria dos artesãos participantes de cada edição é que seu trabalho se qualifique como artesanato de tradição ou artesanato tradicional. Segundo o SEBRAE (2010), o artesanato tradicional é um:

Conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições, porém incorporados à sua vida cotidiana. Sua produção é, em geral, de origem familiar ou de pequenos grupos vizinhos, o que possibilita e favorece a transferência de conhecimentos sobre técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e seu valor cultural decorrem do fato de ser depositária de um passado, de acompanhar histórias transmitidas de geração em geração, de fazer parte integrante e indissociável dos usos e costumes de um determinado grupo (SEBRAE, 2010, p. 14).

Júnior também ressaltou a importância da representação de técnicas diferentes e variadas para garantir a diversidade. Assim, os idealizadores Simone e Júnior pesquisam e juntam diversas indicações que os próprios artesãos fazem de seus colegas e os visitam para convidá-los a participar do projeto. Destaca-se aqui a importância da oralidade no processo, que garante conversas pessoais e de certa maneira, mais íntimas, ajudando no estabelecimento de laços mais aprofundados entre todos os envolvidos. Não foram levantados dados sobre a curadoria dos designers.

- **Como são escolhidos os “pares” na imersão?**

Nos anos de 2017, 2018 e 2019, foi possível notar que os designers e artesãos dividiram-se em pares ou grupos, trabalhando e desenvolvendo os produtos desta maneira. Com o intuito de compreender como eram conduzidas essas divisões, a autora buscou a resposta *in loco*. No entanto, descobriu-se que essa divisão não aconteceu em 2022, principalmente pelo desejo do grupo em trabalhar coletivamente. Durante o Bate-Papo “Desdobramentos”, o designer Murilo Wentz disse que, garantidamente, foram capazes de criar uma coleção todos juntos.

A integração entre todos os participantes pode garantir maior possibilidade de troca entre os envolvidos, aumentando consequentemente seus repertórios, porém, essa mesma abordagem pode ser interpretada como excessiva pela quantidade de informações recebidas por pessoas que, normalmente, não trabalham coletivamente, causando certo estresse — notado na fala dos artesãos em 2022.

²⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wzJSZPazDF>>

- **Os artesãos conseguem dar continuidade ao projeto depois do festival?**

Após a primeira imersão e o festival, os artesãos que desejarem podem se unir a um novo grupo de designers, dando continuidade ao projeto nos desdobramentos. Neste, são realizadas novas interações e coleções de produtos para venda.

- **Existe contato entre designer e artesão após as imersões e o evento?**

Durante os bate-papos entre os atores, constatou-se que a maioria dos artesãos que decide seguir nos desdobramentos mantém contato frequente com os designers por meio do evento, outros deles mantém uma relação mais próxima de amizade e troca de saberes.

- **O direito de venda é exclusivo do artesão?**

Os produtos são comercializados através da Loja da Semana Criativa de Tiradentes e o lucro é exclusivo do artesão. Alguns artesãos participantes da imersão de 2022 não souberam confirmar, porém, se os produtos também poderiam ser comercializados em seus ateliês.

3.6.2 Panorama, reflexões e relatos da imersão de 2022

O bate-papo “Design feito à mão” fez parte da programação do evento em 2022 e tratou-se de um relato da experiência da imersão por parte de seus atores. A conversa foi mediada pela designer Maria Fernanda Paes de Barros, que direcionou perguntas para os designers e artesãos, muitas vezes conduzindo a conversa entre aqueles que pareciam ter criado maior proximidade. A autora tomou notas presencialmente mas o bate-papo pode ser assistido no canal do YouTube do evento²⁹.

A artesã Camila Mendes contou que o bordado sempre esteve presente na sua vida e foi a principal fonte de renda de sua família, que aprendeu a prática através das gerações de mulheres. Em seu relato, a artesã disse que deixou de bordar, mas que ao engravidar voltou gradualmente, e que de alguma forma o bordado retornava sempre para a sua vida, enfatizando que a Semana Criativa de Tiradentes foi mais um desses reencontros. Na maioria das vezes, o artesão desiste do seu trabalho pela falta de oportunidade, pelo fator econômico ou mesmo pela falta de estímulo, já que o artesanato, desde o século XX, sofreu “acentuada perda de significância cultural” e desvalorização mercadológica em comparação com os

²⁹ <<https://www.youtube.com/watch?v=PP30zwMMEml&t=260s>>

produtos importados da China ou produzidos em larga escala em qualquer lugar do mundo (BORGES, 2011). No caso da Semana Criativa, foi possível perceber que o estímulo das imersões serviu como incentivo para que muitos artesãos, jovens e idosos voltassem às atividades.

Conforme o ritmo da conversa e das respostas, percebeu-se que a designer Luly Vianna pareceu ter tido maior contato com Camila, e juntas tiveram maior olhar para o desenvolvimento das peças. Apesar do processo não contar mais com a formação de pares e o trabalho ter sido desenvolvido coletivamente, é comum que as pessoas desenvolvam maior ou menor afinidade entre si em qualquer ambiente de socialização.

Durante o bate-papo, Luly contou que o processo de imersão não se trata de um resgate, mas de uma lembrança de onde tudo vem. A designer contou que acredita na importância de juntar a atemporalidade do design com o artesanato a fim de renovar e atualizar olhares, atentar-se àquilo que dialoga mais com a sociedade contemporânea. O exemplo utilizado por ela foram as toalhas de mesa — artefato que vem sendo cada vez menos consumido devido à diminuição dos espaços de moradia e da presença de bancadas de refeição na maioria dos apartamentos, levando as pessoas a preferirem os jogos americanos, um exemplo parecido também foi utilizado por Adélia Borges:

Uma vertente importante da melhoria das condições técnicas dos objetos resulta da necessidade de adaptar o produto para novos usos. Ponto De que adianta fazer só toalhas de mesa enorme e, seis famílias diminuíram de tamanho interrogação insistir em toalhas quando muita gente está optando pela informalidade dos jogos americanos interrogação ou fazer toalhinhos de bandeja minúsculas de hoje elas não são mais usadas interrogação (BORGES, 2011, p. 74).

É importante destacar que no bate-papo, Camila e Luly falaram sobre o processo ter ajudado a artesã a se aceitar e acreditar mais em seu trabalho e em seu processo criativo. Devido ao desgaste da desvalorização do trabalho artesanal, esta aceitação e autoconfiança podem ser consideradas diferenciais e sinônimos de mudanças para aquele que produz.

Em outro momento, Bela Ladeira, de Prados, contou um pouco sobre a sua história com o artesanato. Bela trabalha com couro com seu mestre, Nôca, e seu produto principal são os sapatos. Assim como Camila, Bela também desistiu do artesanato e saiu de Prados para estudar e trabalhar. Mas também como Camila, voltou para Prados. Ao voltar, Bela procurou

Nôca para uma parceria, porém, o artesão estava bastante desiludido de sua profissão — havia parado de trabalhar há 3 anos. Juntos, voltaram ao artesanato.

Um detalhe da história do mestre e da aprendiz é que Nôca havia se desfeito de todos os seus moldes de sapatos e Bela teve que fazer um trabalho de recuperação. Através das redes sociais, a artesã encontrou uma pessoa que guardava pares de calçados do Nôca com mais de 18 anos, feitos de couro e pneu. A maioria dos produtos industrializados tem vida útil muito curta, o hiperconsumismo, de acordo com Harvey (2016), p.259, tem como consequência a aceleração do efêmero, atribuído a praticamente tudo que se encontra atrelado ao capitalismo, “[...] modas, produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, ideias e ideologias, valores e práticas estabelecidas”; a cultura do descarte também foi potencializada e transformada em dinâmica social. Segundo o autor, essa cultura encontra-se muito além do ato de jogar um objeto no lixo, ela engloba o jogar fora, o apreço pelos artefatos, lugares, sujeitos, personalidade e estabilidade, valores estes que se encontram em muitos produtos artesanais. Para além destes, o produto artesanal muitas vezes está atrelado à qualidade, seja pelo processo em si, pelos materiais ou técnicas. Este parece ser o caso dos sapatos do Nôca. É necessário, porém, levar em consideração as condições de armazenamento e cuidado que o consumidor tem com cada produto.

Já o designer Rodrigo Ambrósio contou que a experiência de imersão durante 3 semanas distribuídas no ano serviram para “conviver somando”, e que para chegar nas oficinas e ateliês dos artesãos teve que adaptar a linguagem para comunicar-se bem e respeitosamente, assim como em qualquer lugar do mundo em que esteja. O designer garantiu que em todo lugar existe uma memória escondida e que, com um olhar mais fresco, com troca, garimpo e descobertas, eles puderam criar. Rodrigo completou “A troca tá aí, um enxergar a pepita do outro e realmente valorizar” (informação verbal³⁰).

O artesão Wellington Carvalho contou um pouco sobre o trabalho de sua família com a palha de milho e disse que, mesmo relutante, aprendeu a fazer flores de palha aos 16 anos com a sua mãe. Quando perguntado sobre a Semana Criativa de Tiradentes, o artesão contou que não conheciam o festival, mas que, após indicação de Bela Ladeira, tiveram o primeiro contato com os idealizadores e toparam participar. Wellington, sua mãe Edna e sua irmã Tatiana estranharam a princípio algumas das ideias que os designers sugeriram. Uma parte importante do relato do artesão é sobre a dificuldade no acabamento das peças, que quase fez

³⁰ Informação fornecida por Rodrigo Ambrósio no bate-papo “Design feito à mão” na Semana Criativa de Tiradentes, em Minas Gerais, 2022.

com que ele desistisse dos produtos e da imersão. Com paciência e trocas, conseguiu junto aos designers encontrar o acabamento ideal.

Outro ponto relevante do relato da família Carvalho veio por parte de Tatiane, que contou que para ela o processo foi um pouco mais desgastante e que por diversas vezes sentiu-se irritada com os designers. Mesmo com este fator, a artesã valoriza a experiência e aprendizado. É importante enfatizar a essencialidade da integração entre os atores, o designer, que é portador da lógica industrial, se insere no contexto do artesanato com novos discursos e práticas, normalmente estranhos à sua técnica. É necessário abordar a produção artesanal por uma visão sistêmica, inserindo o indivíduo e o conjunto de referências que fazem parte do seu universo: o contexto social, os significados, os valores, conceitos e definições (ABBONIZIO E FONTOURA, 2008).

O designer Pietro Oliveira apresentou a Semana Criativa como uma experiência de trabalhar com pessoas em uma dinâmica de escuta e “captação”. Durante o processo, Pietro apontou que os detalhes surgem com uma fagulha, compartilhada entre todos. Já o artesão Carlos Henrique aproveitou o espaço durante o bate-papo para contar um pouco sobre a história da oficina da sua família paterna, que se iniciou com o trabalho com prata. Carlos contou que a matéria-prima foi transformada após uma visita da atriz Regina Casé, que trouxe a lata da periferia. O pai do artesão teria se interessado pelo material e começou a trabalhar. O colega de trabalho de Carlos, Leonardo Luiz, artesão há 15 anos, também sentiu-se preocupado com o acabamento das peças de lata quando foi procurado por Simone e Júnior. Mesmo assim decidiu participar junto de seus colegas. A dificuldade em encontrar acabamentos adequados aos produtos foi um ponto de atenção na fala dos artesãos, neste sentido, reafirma-se a necessidade de uma visão sistêmica — os processos artesanais são majoritariamente feitos manualmente e as marcas deste modo de fazer estarão de uma forma ou de outra, impressos na peça final. Muitas vezes o designer, acostumado com a produção industrial em escala ou com o uso de maquinários, procura imprimir o mesmo resultado no trabalho elaborado em conjunto com o artesão. A gênese do processo artesanal, portanto, não deve ser desconsiderada.

Tiago César, colega de Leonardo e Carlos, acredita que os designers estiveram lá para alinhar os caminhos diferentes que o artesanato pode seguir, e que teve plena liberdade para criar — mas garantiu em tom de brincadeira que foi difícil “aguentar os designers”, mas que o processo como um todo foi ótimo.

Por fim, foi ouvido o relato dos designers Karol Suguikawa e Gustavo Bittencourt. Karol afirmou que o designer, ao contrário do que é comumente dito, não está no processo para ensinar coisas e que acabam aprendendo muito mais do que os artesãos — estão lá para aprender e sugerir. Essa sugestão, segundo Karol, é principalmente que os artesãos deem um passo para trás na produção, já que é comum que muita imersão deixe as pessoas com lupa nos olhos e com dificuldade de olhar o entorno. Gustavo contou um pouco sobre sua experiência pessoal em criar sozinho, característica de muitos designers, e que para trabalhar coletivamente precisou se livrar disso. O designer também colocou que a sociedade precisa olhar para o trabalho e para a crença das pessoas e exercer mais a escuta do que a fala.

Deste bate-papo, foi possível compreender que ambos os grupos estiveram diante de algo inédito e buscaram mediar as situações das formas que julgaram serem as melhores, num ambiente respeitoso. Apesar das questões apontadas pelos artesãos como a dificuldade no acabamento e o sentimento de confusão diante de um excesso de informações, o processo todo, conforme os relatos daquele momento, conseguiu compensar tais pontos. Por mais que o direcionamento tenha tido um final satisfatório, é importante considerar quaisquer detalhes como forma de aprendizado para as próximas interações, tanto por parte dos designers participantes, como por parte da própria organização do evento, que deve seguir em constante transformação e adaptação para que o relacionamento entre as partes seja o melhor possível. Reforçando a ideia de Paulo Freire, o método é contínuo e orgânico, construído através das relações, além disso, vale reforçar que os grupos são anualmente compostos por pessoas muito diferentes, e justamente por isso o método (ou o “não método”) deve seguir em permanente construção e adaptação.

3.6.3 Panorama, reflexões e relatos dos desdobramentos de 2022

Para contar um pouco sobre o processo de desdobramento, estiveram reunidos os designers e artesãos participantes em um segundo bate-papo. Este bate-papo não foi transmitido ao vivo e gravado pelo festival, mas a autora pôde tomar notas sobre a conversa presencialmente, portanto, tratam-se de fontes informais de dados.

Em comum, todos os artesãos falaram a respeito do impacto do primeiro contato com os designers, o mesmo ponto de atenção notado no grupo de artesãos da imersão. Mas

reforçam que durante os desdobramentos o estranhamento deste primeiro contato já não existe e que todos os artesãos e seus funcionários se envolvem e compartilham ideias. A artesã Deise Reis pontuou ainda que, quando não conseguem desenvolver junto aos designers a peça que gostariam, já começam a planejá-las para o ano seguinte. Esta é uma demonstração interessante para exemplificar a importância da continuidade dos projetos. No entanto, essa mesma demonstração pode parecer aliada a uma necessidade da presença do designer para o desenvolvimento de quaisquer novos produtos, levando à dependência e falta de autonomia. Este segundo caso não parece ser aquele que condiz com a realidade — em contato com os artesãos e durante as trocas e bate-papos, ficou bastante clara a relação de amizade, a empolgação e vontade de co-criar, que não interfere no desenvolvimento anual contínuo da produção de cada artesão lá presente. Os desdobramentos parecem ter se transformado em uma “edição especial”, que resultará em maior repertório, renovação e ânimo para seguir criando.

O artesão Marlon Carvalho contou que sua coleção foi desenvolvida partindo de uma grande quantidade de bonecos de madeira sem uso em seu ateliê, e, a partir de muita troca, foram capazes de ressignificar um objeto sem uso. Este caso é um exemplo claro do que a designer Karol Suguikawa fala sobre a necessidade de dar um passo para trás para conseguir enxergar o que está ao redor.

Além do relato da sustentabilidade no proveito de materiais parados, Marlon falou sobre o novo olhar que lhes é apresentado, já que muitas vezes acabam se acostumando com um padrão no tipo de produção, técnica e material. Essa visão é muito importante para a manutenção da tradição, já que este trabalho necessita de uma redescoberta, “sem ferir em sua expressão original” (FRANÇA, 2005, p.10).

O designer Estevão Toledo relata que durante a aproximação com os artesãos, os designers entram em suas casas, coletam informações sobre quem aquela pessoa é, o que ela quer comunicar e como ela vive, e ainda afirma a importância já verificada neste trabalho de traduzir aquilo que o artesão tem como seu. Em sua própria experiência, o designer afirma que o primeiro encontro foi intimidador e relata os desafios de contribuir com o trabalho de outras pessoas. Em uma palavra, Estevão descreve que o processo ocorre com muita “curiosidade”.

Durante o bate-papo, os designers afirmaram que antes de quaisquer aproximações, combinaram que perguntariam aos artesãos sobre aquilo que eles mais tinham vontade de

fazer, fundamental para representá-los no produto final. O método, como já visto, pode ser variável, mas é imprescindível manter em mente os principais objetivos da ação colaborativa e participativa. Abbonizio e Fontoura (2008) apontam algumas questões a serem levadas em consideração pelo designer inserido nesse contexto: uma delas é a necessidade de entender o setor artesanal em três elementos — o próprio artesão, sua produção, e ainda, o objeto produzido.

Foi possível perceber durante a conversa que muitos estavam bastante emocionados, demonstrando que de fato havia uma conexão muito genuína entre os atores, a maioria deles sendo muito afetuosa entre si.

Os artesãos enfatizaram durante o bate-papo a importância do público em visitar seus ateliês, para poderem conhecer e entender melhor como são feitos os produtos e valorizá-los ainda mais. Esse é um ponto importante de atenção, já que não foram encontrados relatos de *tours* que levassem o público do evento até esses locais. Os artesãos e seus processos são trazidos para o contexto do evento, mas talvez exista a necessidade de o evento ser inserido no contexto do artesanato, em sua realidade diária, onde trabalham durante o ano inteiro, enquanto o evento não acontece para divulgá-los. Mostrar e incentivar o artesanato em sua própria realidade.

A designer Ana Vaz pontuou a importância do evento e das trocas durante os bate-papos, local de troca e apresentação do processo em si e sobre como, a Semana Criativa permite que este flua, desmistificando justamente o processo criativo enquanto algo técnico e passível de muito estudo. Além disso, a designer enfatizou a liberdade dos artesãos para aproximar-se e afastar-se sempre que desejarem de maneira orgânica, e que o evento não cria uma dependência, garantindo a eles sua autonomia. Sobre os desdobramentos, Ana fala sobre colocar um espelho na frente dos artesãos para que eles possam se ver de outras maneiras, porque tudo a ser visto na verdade já está ali. Talvez esses sejam os principais pontos de contribuição do design para a valorização e ressignificação do trabalho artesanal da microrregião.

Ao final do bate-papo, a autora dirigiu uma pergunta aos artesãos participantes para entender se, mesmo com a intensidade e desafios do projeto, os artesãos conseguem se enxergar no produto final, e como é para eles ver o produto novo pronto, algo que acaba diferindo daquilo que eles estão acostumados a produzir. A resposta dada por Marlon

Carvalho (informação verbal³¹) foi bastante interessante: o artesão disse que durante o processo, eles “até que conseguem” colocar um pouco de suas ideias, mas que, apenas quando os designers deixam o ateliê, conseguem ter mais calma para poder absorver e trazer mais de si para o projeto. O artesão ainda complementa que possuem todas as ferramentas, equipamentos, técnicas, peças e os designers trazem um olhar sobre elas. Ao ficarem sozinhos, podem de fato desenvolver esse olhar e enxergar por si só, colocando então a própria identidade no projeto.

Sobre o trabalho dos desdobramentos, o idealizador Júnior Guimarães falou sobre a importância do público conhecer e aprender sobre o processo e compreender a partir de muita transparência que os artesãos participam como e quando quiserem. Muitos artesãos acabam não participando de um ou outro desdobramento, mas estão inseridos em grupos de trocas de experiências com diversos atores da Semana Criativa, ou podem até mesmo participar dos encontros sem expor seus produtos nos resultados, tudo é feito com muita liberdade.

Ainda foi complementado durante a conversa sobre o quão prejudicial pode ser o abandono do projeto, principalmente pela confiança, que é estabelecida entre os envolvidos — ao movimentar um território e seus atores, o processo de continuidade deve existir. A intervenção deve ser observada de forma holística em todos os aspectos impactados, é necessário atentar-se àquilo que foi deixado para os artesãos e apropriados pelos mesmos. (ABBONIZIO e FONTOURA, 2008).

Para finalizar, a artesã carinhosamente chamada de Dona Maria, falou um pouco sobre sua experiência. Dona Maria vem participando do projeto desde sua primeira edição, agradeceu a todos dizendo que borda desde os dez anos de idade e que desde então nunca havia sido valorizada. Ao participar pela primeira vez, em 2017 ficou muito conhecida e procurada pelas pessoas. A artesã ainda afirma que os designers só trouxeram alegria a ela e finalizou dizendo que a Semana Criativa deu a devida importância a ela, que estava escondida.

³¹ Informação fornecida por Marlon Carvalho no bate-papo “Desdobramentos” na Semana Criativa de Tiradentes, em Minas Gerais, 2022.

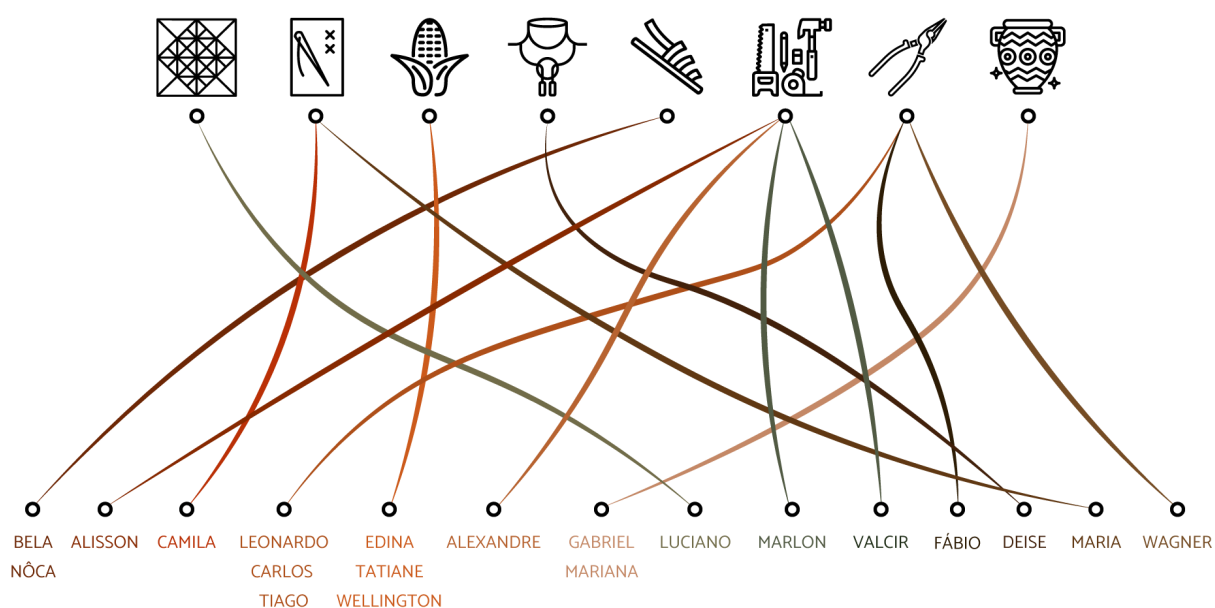
3.6.4 Os produtos resultantes da Semana Criativa de Tiradentes de 2022

Durante os quatro dias de festival são apresentados ao público os produtos resultantes da imersão e dos desdobramentos do determinado ano. Em 2022, os produtos foram expostos em dois lugares diferentes — no Centro Cultural Yves Alves e no Sobrado Ramalho (IPHAN), além disso, estão disponíveis para compra na Loja da Semana, também localizada em Tiradentes.

Os artesãos, em conjunto com os designers, desenvolvem seus produtos utilizando suas técnicas produtivas a partir de um projeto participativo, como foi possível verificar. Além disso, em diversas situações é possível identificar a parceria entre os artesãos, que aplicam suas técnicas em peças de autoria conjunta, expandindo assim seus horizontes de possibilidades.

Além da visita técnica *in loco* nas exposições, criou-se um fluxograma que linka cada artesão à sua técnica de trabalho para ilustrar a área de atuação de cada um, respectivamente na figura, as técnicas apresentadas são: marchetaria, bordado, artesanato em palha de milho, joalheria, artesanato em couro, marcenaria, serralheria (latão e estanho) e cerâmica.

Figura 22: Fluxograma de associação de artesão e técnica produtiva. As técnicas representadas são, respectivamente, da direita para a esquerda: marchetaria, bordado, artesanato em palha de milho, joalheria, artesanato em couro, marcenaria, serralheria (latão e estanho) e cerâmica.



Fonte: Elaborada pela autora.

- **Imersão**

Os produtos desenvolvidos pelos artesãos Bela e Nôca, que trabalham com a produção de sapatos em couro, foram bem variados: desde cestos e bolsas inspiradas em utensílios de pesca a revestimentos de estofados para cadeiras, aplicando suas técnicas em lugares inéditos — já que a produção dos artesãos normalmente pautava-se apenas na produção de sapatos, utilizando cores tons bastante amarronzados em suas peças. Nota-se que, desta vez, os produtos foram desenvolvidos com duas opções: couro tingido de apenas uma cor, ou colorido em diversos tons de couro tingido. A cenografia utilizada na exposição posicionou os produtos coloridos em frente aos produtos com uma cor só, para trazer a sensação simetria e espelhamento, chegando em um resultado bastante interessante visualmente (figura 21).

Figura 23: Produtos feitos em couro por Nôca e Bela, em conjunto com os designers.



Fonte: Registro da autora.

Os bordados da artesã Camila Mendes, por sua vez, foram aplicados em jogos de piquenique, compostos por um par de almofadas, um par de guardanapos de pano bordados e uma toalha quadrada que se transforma em uma bolsa para carregar todos os itens (figura 22). As peças foram desenvolvidas em diversas cores.

Figura 24: Kit de piquenique bordado feito por Camila, em conjunto com os designers.



Fonte: Registro da autora.

Leonardo da Silva, Carlos Barbosa e Tiago César desenvolveram junto aos designers uma coleção bastante variada, que condiz com a produção também bastante eclética do ateliê onde trabalham. A coleção exposta possuía desde porta-velas, vasos, adornos corporais até peças de mobiliário, até então inéditas para os artesãos. Nota-se que em seus trabalhos há uma variedade grande de técnicas ao trabalhar o latão.

Figura 25: Produtos de latão feitos por Leonardo, Carlos e Tiago, em conjunto com os designers.



Fonte: Registro da autora.

A família de artesãos Edna, Wellington e Tatiane foi responsável por uma coleção de luminárias feitas de flores de palha, vendidas em formatos como uma única flor ou em vasos de cerâmica com o buquê completo. Foi possível notar que as luminárias possuem as marcas do feito à mão como sua “despadronagem”: vasos com formatos e tamanhos diferentes uns dos outros. Por mais que houvesse uma escala aproximada entre as peças, cada uma delas parecia ser única, como a maioria das peças da exposição. As flores de palha sempre foram o produto de destaque na produção da família, mas desta vez, foram ressignificadas e aplicadas em outros formatos. Dona Edna também produz bonecos e santinhos em palha de milho.

Figura 26: Luminárias de flor de palha feitas por Edna, Wellington e Tatiane, em conjunto com os designers.



Fonte: Registro da autora.

Junto aos designers, o artesão Alisson Lourenço desenvolveu uma coleção de móveis rústicos feitos de madeira de demolição, utilizando também algumas técnicas de marchetaria. Como uma maneira de enfatizar a importância do processo e não necessariamente do produto, a designer Karol Suguikawa (informação verbal³²) contou em conversa e no bate-papo “Design feito a mão” que eles decidiram levar para a exposição os protótipos das peças, e os colocaram em destaque em um tipo de pedestal, evidenciando todas as marcas do desenvolvimento do produto. Alisson sempre produziu móveis rústicos com bastante influência mineira.

³² Informação fornecida por Karol Suguikawa no bate-papo “Design feito à mão” na Semana Criativa de Tiradentes, em Minas Gerais, 2022.

Figura 27: Peças de mobiliário feitas por Alisson, em conjunto com os designers.



Fonte: Registro da autora.

Na abertura da exposição e durante os dias do festival, estiveram presentes os designers e os artesãos da imersão de 2022, que apresentaram todas as coleções e estiveram à disposição para trocas, diálogos e dúvidas.

- **Desdobramentos**

A artesã Maria Conceição junto da artesã Cristina Fonseca tiveram uma coleção de luminárias bordadas expostas no festival. As luminárias foram feitas utilizando o próprio bastidor — estrutura utilizada para segurar o bordado feito por Maria. Havia duas variedades: luminária de mesa e luminária de parede. As estruturas em madeira foram feitas por Cristina. Nestas peças, é possível ver com concretude a parceria já antes comentada entre os próprios artesãos, que expandem seus horizontes e trocam conhecimento entre si, ampliando ainda mais seu portfólio de produtos e repertório criativo.

Figura 28: Luminárias bordadas feitas por Maria e Cristina, em conjunto com os designers.



Fonte: Registro da autora.

Maria e os designers também desenvolveram nos desdobramentos uma coleção de quadros bordados com as fachadas das casas coloridas de Tiradentes com as famosas cruzes de papel crepom da dona Lilia, artesã muito conhecida na região e que desenvolveu uma coleção de fotografias também das fachadas de Tiradentes, com miniaturas das suas cruzes aplicadas sobre elas e emolduradas.

Figura 29: Quadros bordados feitos por Maria e Lilia, em conjunto com os designers.



Fonte: Registro da autora.

A partir de algumas peças encontradas prontas no ateliê do artesão Marlon Carvalho, foram criadas peças de madeira com aspecto lúdico para a casa. Dentre as peças estavam fruteiras, candelabros, adornos de parede e mancebos. As peças também foram estilizadas com pinturas. Marlon, no ateliê da família, estava acostumado a produzir peças de decoração típicas mineiras, como resplendores, fruteiras, oratórios e quadros.

Figura 30: Peças de decoração feitas por Marlon, em conjunto com os designers.



Fonte: Registro da autora.

Deise e Fábio Reis desenvolveram uma coleção de vasos, fruteiras e bandejas, e uma coleção de joias que se transformou em uma vertente da marca do casal, liderada por Deise. Os irmãos Gabriel e Mariana Paineira, criaram uma coleção de vasos e saleiros de cerâmica que homenageia objetos antes feitos pelo avô, que os ensinou a técnica (figura).

Figura 31: Peças de decoração feitas por Fábio, Deise, Gabriel e Mariana, em conjunto com os designers.



Fonte: Registro da autora.

Também foram desenvolvidos tapetes, pela artesã Eliana Maia, uma coleção de bandejas e aparadores com marchetaria feitos por Luciano Jaques e Valcir Barbosa em conjunto. E uma mesa com tampo preenchido de marchetaria também feita por Luciano.

Figura 32: Peças de decoração e mobiliário feitos por Eliana, Luciano e Valcir, em conjunto com os designers.



Fonte: Registro da autora.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao interpretar as competências do design no contemporâneo, foi possível reconhecer sua característica interdisciplinar, essencial para exercer as atividades projetuais em um universo hibridizado. Além disso, é necessário que o design assuma papéis sociais, políticos e econômicos e atue como ferramenta e vetor de potencialização do patrimônio cultural material e imaterial, a partir da união de horizontes dos universos local e global. É fundamental que o modelo de atuação sociopolítico do design se perpetue para afastá-lo de sua gênese fetichista.

No que diz respeito à materialidade, o design contemporâneo corresponde ao papel essencial de expressar e garantir que se expresse a identidade daquilo que está sendo projetado. Neste sentido, o designer deve integrar-se a ações que promovam a cultura e a materialidade, aspectos presentes no território local, que se relacionam diretamente com os sujeitos, signos e símbolos culturais. Cabe ao designer contemporâneo agir de maneira sistêmica a fim de integrar todas as fases projetuais da maneira mais viável e criativa possível, analisando com minuciosidade os horizontes de seus pares, para ter um resultado favorável social, econômica e ambientalmente através da observação das competências do território e todas as suas possibilidades de uso.

Atualmente, existe fácil acesso a diversas pesquisas que relatam inserções do design em territórios específicos para o desenvolvimento de produtos locais, utilizando as mais variadas metodologias e processos, que resultam ou não em benefícios duráveis para aquela comunidade. É importante, no entanto, atentar-se às condições destas ações, considerando que nem sempre o trabalho é desenvolvido de maneira genuína. Esta inquietação abriu caminhos para esta pesquisa, que teve em vista apresentar as construções do design na contemporaneidade, suas características transdisciplinares, e as possibilidades de atuação responsável deste para com o território local.

A maioria da identificação territorial está contida na ideia de memória e tradição. A cidade de Tiradentes é constituída por muitas tradições e história, e sua microrregião é casa de muitos artesãos que também trabalham sob esta perspectiva, com o artesanato tradicional. A manutenção de uma cultura, porém, depende fortemente da sua capacidade de flexibilizar-se diante do novo e, ao julgar a impossibilidade do adentramento do mercado capitalista, a articulação entre o local e o global devem ser trabalhadas como únicas e singulares.

A fim de realizar um panorama do evento e compreender as inter-relações entre designers, artesãos e território, foram estabelecidos tópicos que permitiram uma leitura imersiva do projeto e das aproximações entre os atores envolvidos. A partir da descrição dos fatos, foi possível notar que o objeto de estudo é construído a partir de uma relação afetiva e aparentemente consciente dos idealizadores para com o território.

No estudo de caso, a característica que parece diferir a proposta do evento de muitos trabalhos de design participativo é a constituição de uma relação menos profissional e mais amigável, com muito foco no desenvolvimento das relações entre os sujeitos. A não existência de uma metodologia parece ter dado aos atores maior possibilidade de conexão, e foi possível notar muitas relações afetuosas. Entende-se, porém, que talvez essa abordagem só funcione por tratar-se de grupos pequenos de pessoas, facilitando o diálogo e a conexão — é possível que este mesmo processo de trabalho não funcionasse em uma grande comunidade com muitos atores envolvidos. No entanto, este mesmo caso pode ter sido fator de estresse para os artesãos, que disseram em diversas ocasiões sentirem-se sobrecarregados com a intensidade dos designers, que tiveram dificuldade em conter o entusiasmo. Por melhor que a intenção seja, certos aspectos podem impactar diretamente na percepção e na experiência das pessoas. A sistematização da aproximação e do início do desenvolvimento coletivo de ideias pode trazer melhores condições para não existir nenhum tipo de precipitação.

Foi possível perceber durante o processo e durante o evento que os artesãos participantes da imersão parecem ter mais resistência à abertura, mas ao mesmo tempo, a emoção e impacto com os resultados de seus trabalhos é muito grande. É necessário, no entanto, considerar que a composição dos grupos de designers e artesãos é múltipla e diversa, e que estas percepções podem estar atreladas às características específicas daquele grupo em questão, já que não foi possível avaliar as interações dos anos anteriores. Outro ponto a levar-se em consideração é que as informações apresentadas foram coletadas no contexto do evento, que pode ou não influenciar na resposta das pessoas, principalmente dos artesãos.

O sucesso de participação nos desdobramentos também direciona o processo como sendo benéfico e desperta interesse da continuidade nos artesãos, que ao longo dos anos, desenvolvem uma relação ainda mais forte com os designers, bastante perceptível em suas falas. Durante o evento, notou-se a desenvoltura dos artesãos dos desdobramentos em seus processos de geração de ideias e compartilhamento destas com designers, de forma orgânica

em meio ao festival.

Levando em consideração os relatos e trocas de experiências pontuadas por todos os atores, é possível concluir que, mesmo diante das situações apresentadas, os benefícios das imersões e dos desdobramentos propostos pela Semana Criativa de Tiradentes são relevantes para todos os envolvidos. Esta conclusão baseia-se nas inter-relações do design, artesanato e território em nível social, a partir de experiências, trocas, relatos e falas dos envolvidos durante o festival. É necessário no entanto pontuar que as considerações feitas neste estudo limitam-se à análise de dados descritivos e em sua maioria qualitativos, diagnosticados através das relações entre os sujeitos, percepções, falas e resultados produtivos, fechados exclusivamente em um evento. Para uma verificação e conclusão em nível econômico, é necessário aprofundamento e análise de dados quantitativos complexos sobre a economia criativa da microrregião antes, durante e depois da inserção do evento, bem como dados econômicos dos atores locais envolvidos — não se tratando da proposta da presente pesquisa. Portanto, deixa-se tal análise em aberto para futuras pesquisas acerca do objeto de estudo elencado.

Das questões de pesquisa que nortearam o início deste estudo podemos afirmar que, no que diz respeito ao evento Semana Criativa de Tiradentes, é possível estabelecer uma relação respeitosa entre designer e artesão. Notou-se que tal relação, no ano de 2022, poderia ser fundamentada por um método de aproximação melhor estruturado para minimizar o impacto sentido pelos artesãos no primeiro contato. Porém, mesmo diante de certo desconforto, a fala dos artesãos demonstra que estas relações são construídas com respeito, e permite a formação de laços de amizade, indo além de uma parceria projetual. As inter-relações são estabelecidas organicamente por “não-métodos”, e formadas de maneiras distintas a cada grupo novo que se estabelece. No que diz respeito aos resultados da Semana Criativa, notou-se o orgulho na fala de cada artesão e designer, impactados pela dimensão criativa e projetual daquilo que puderam desenvolver, traduzindo a identidade de cada um, mesmo que seja necessário um afastamento dos designers para o artesão poder ter seu tempo criativo e absorva o que lhe foi introduzido, antes de aplicar aos seus trabalhos.

Dos objetivos que perseguimos, foi possível estabelecer uma análise descritiva de cada um dos tópicos apresentados a partir de dados documentais digitais e *in loco*, bem como compreender através do estado da arte e das relações que se organizam durante o evento as

medidas em que o design pode contribuir para a valorização do trabalho artesanal em Tiradentes, atuando participativamente com respeito ao saber de cada indivíduo, miscigenando cada técnica, saber e tradição ao universo contemporâneo. Também foi possível compreender a trajetória dos grupos durante as imersões e desdobramentos, notando a organicidade do processo, bem como sua conclusão, com a apresentação de produtos tradicionais, inseridos em uma linguagem contemporânea que condiz com o mercado global.

Ademais, enfatiza-se que o ambiente de relações e trocas que toma a cidade de Tiradentes no âmbito do evento é bastante único, e faz florescer dentro de si o apreço pelo local, pelas pessoas e pelo Brasil como um todo, característica forte da cidade e de seus habitantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABBONIZIO, Marco; FONTOURA, *Antônio Martiniano*. **Reflexões sobre as intervenções de design no artesanato sob a ótica dos Círculos de Cultura de Paulo Freire**. In: Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 8 a 11 de outubro, São Paulo, 2008.
- ABD. **A Vez do Artesanato no Design de Interiores!** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wzJSZPazDFk>>. Acesso em: 27 out. 2022.
- AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? E outros ensaios**. Santa Catarina: Argus, 2009.
- ARTESOL. **O que é?** Artesol, [s.d.] Disponível em: <<https://www.artesol.org.br/conteudos/visualizar/O-que-e-conceitos>>. Acesso em: 5 dez. 2022.
- BATISTA, Carla Cristina; HEEMANN, Adriano. **Design e Território: Uma discussão de valor**. Anais do Simpósio de Tecnologia e Sociedade, Esocite. Curitiba, 2013, p. 2120 – 2130.
- BAYARDO, Rubens. **Indústrias criativas e políticas culturais. Perspectivas a partir do caso da cidade de Buenos Aires**. In: Lia Calabre (org.) Políticas culturais: informações, territórios e economia criativa; tradução de Carmen Carballal. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013.
- BOMFIM, Gustavo Amarante. **Gustavo Amarante Bomfim: Uma coletânea**. In: Rita. Maria de Souza Couto; Jackeline Lima Farbiarz; Luiza Novaes (orgs.). Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.
- BORGES, Adélia. **Design + Artesanato — o caminho brasileiro**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.
- BRANZI, Andrea. **O Brasil como modelo do mundo**. In: De Moraes, Dijon; Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem. São Paulo: Blucher, 2005.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. n. 4. São Paulo: Edusp, 2011.
- FARIAS, Priscila; BRAGA, Marcos da Costa. **Dez Ensaios Sobre Memória Gráfica**. São Paulo: Blucher, 2018.
- FAVILLA, Clara. **Artesanato Brasil**. Clara Favilla, Luciana Barreto, Renata Rezende (org.) Brasília: Sebrae, 2016.
- FRANÇA, Rosa Alice. **Design e artesanato: uma proposta social**. Revista Design em Foco, vol. III, n. 2. Universidade do Estado da Bahia, 2006, p. 9-15.
- GONTIJO, Leila Amaral. **Complexidade e design: a interdisciplinaridade no projeto de interfaces**. In: Dijon de Moraes; Lia Krucken (org.) Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e Transversalidade, v. 12, n. 2. Belo Horizonte: EduEMG, 2016, p. 183 – 190.
- GUIMARÃES, Márcio James Soares; LUCCA, André de Souza. **Valorização do território: uma via para o design sustentável no Maranhão**. 11.º P&D Design: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design; Gramado, 2014.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 26ª. Ed., São Paulo: Loyola, 2016.

IMR. **Qual a diferença entre patrocínio, apoio e parceria?** Instituto de Marketing Research, [s.d.]. Disponível em: <<https://www.imr.pt/pt/noticias/qual-a-diferenca-entre-patrocinio-apoio-e-parceria>>. Acesso em: 8 nov. 2022.

IPHAN. **Tiradentes (MG)**. IPHAN — Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, [s.d.]. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/377/>>. Acesso em: 12 nov. 2022.

KRUCKEN, Lia. **A re-descoberta do lugar e do artesanato**. In: Albino, C. (ed.). Editoria — Design, Artesanato & Indústria. Guimarães: Fundação Cidade de Guimarães, v. 1, p. 22 – 30, 2012.

KRUCKEN, Lia. **Competências para o design na sociedade contemporânea**. In: Dijon de Moraes; Lia Krucken (org.) Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e Transversalidade, vol. 12, n. 2. Belo Horizonte: EduEMG, 2016, p. 29 – 40.

KRUCKEN, Lia. et al. **Design e território: estudo de iniciativas de valorização da cultura gastronômica**. Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4, 2014.

KRUCKEN, Lia. **Design e território: uma abordagem integrada para valorizar identidades e produtos**. 2.º International Symposium on Sustainable Design (ISSD), São Paulo, 2009.

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

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. São Paulo: Jorge Zahar, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. Tradução: Eduardo Brandão. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LUPTON, E.; PHILLIPS, J. C.; BORGES, C. **Novos Fundamentos do design**. São Paulo: Cosac & Naify Edições Ltda, 2008.

MACHADO, Nílson José. **Livro de bolso da formação do professor — microensaios tetraédricos**. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2016.

MACIEL, Rosilene Conceição; LACERDA, Ana Carolina Godinho de; GUIMARÃES, Letícia Hilário. **Design, Identidade e Território: uma proposta de ensino**. Colóquio Internacional de Design, 2017.

MAGALHÃES, Aloísio. **Bens Culturais Do Brasil: um desenho projetivo para a nação**. In: João de Souza Leite (org.). Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2017.

MARGOLIN, Victor. **O designer cidadão**. Revista Design em Foco, vol. III, n. 2. Universidade do Estado da Bahia, 2006, p. 145 – 150.

MARINHO, Heliana. **ECONOMIA CRIATIVA: ABORDAGEM CONCEITUAL E DINÂMICA DA MPE.** In: Lia Calabre (org.) Políticas culturais: informações, territórios e economia criativa; tradução de Carmen Carballal. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013.

MCGREW, Anthony. **A Global Society?** In: HALL, S. et al. (ed.). *Modernity and Its Futures.* Oxford, England: Polity Press, 1992. p. 61 – 116.

MEIRINHOS, Manuel; OSÓRIO, António. **O estudo de caso como estratégia de investigação em educação.** EDUSER: Revista de educação, v. 2, n. 2, p. 49–65, 2010.

MORAES, Dijon de. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem.** São Paulo: Blucher, 2005.

MOURA, Monica. **Design para o sensível: política e ação social na contemporaneidade.** Revista de Ensino em Artes, Moda e Design, v. 2, n. 2, p. 44–67, 2018.

MOURA, Monica. **Interdisciplinaridades no Design Contemporâneo.** In: PASCHOARELLI, L. C. (Ed.). *Metodologias do Design: Inter-Relações.* São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011. v. 1p. 274–290.

MOURA, Monica. **O Brasil como modelo do mundo.** In: De Moraes, Dijon (org.) *Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem.* São Paulo: Blucher, 2005.

MOURA, Monica. **O Contemporâneo no Design Brasileiro: reflexão sobre objetos.** Congreso Internacional de Diseño — CIDI, Argentina, 2012.

NIEMEYER, Lucy. **Design contemporâneo no Brasil.** In: MOURA, Monica (org.) *Design brasileiro contemporâneo: reflexões.* São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

ONO, Maristela Mitisuko. **Design e cultura: sintonia essencial.** Curitiba: Edição da autora, 2006.

PAPANEK, Victor. **Design for the real world.** New York, NY: Bantam Books, 1973.

SANTANA, Maíra Fontenele. **Design e artesanato: fragilidades de uma aproximação.** Cadernos de Gestão Social: Revista do Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social — CIAGS & Rede de Pesquisadores em Gestão Social — RGS, v. 3, n. 2, p. 103–115, 2012.

SANTOS, Aguinaldo dos. **Seleção do método de pesquisa: guia para pós-graduando em design e áreas afins / Aguinaldo dos Santos.** Curitiba: Insight, 2018.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **Design e cultura: os artefatos como mediadores de valores e práticas sociais.** In: Marilda Lopez Pinheiro Queluz (org.) *Design cultura.* Paraná: [s.n.], 2004.

SANTOS, Milton. **Espaço e método.** 5. ed. São Paulo: Edusp, 2008.

SEBRAE. **Indicações Geográficas Brasileiras.** Conteúdo Sebrae, [s.d]. Disponível em: <<https://conteudo.sebrae.com.br/Sebrae/infograficos/livroanimacao/#/q/24>>. Acesso em: 14 nov. 2022.

SEBRAE. **Termo de referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato.** Durcelice Cândida Mascêne, Mauricio Tedeschi (orgs.). Brasília: SEBRAE, 2010.

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Dados do artesanato mineiro.** [s.d.]. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.mg.gov.br/application/projetos/projeto/1125>>. Acesso em: 5 nov. 2022.

SEMANA CRIATIVA. **Festival em Tiradentes — MG.** [s.d.]. Disponível em: <<https://semanacriativadetiradentes.com.br/>>. Acesso em: 17 out. 2022.

SOGABE, Milton Terumitsu. **O espaço das instalações de arte.** In: Álvaro Barbosa (ed.). Artech; Proceedings of the 4th international conference on digital arts. Porto: Universidade Católica Portuguesa, 2008.

CASA E JARDIM. **Semana Criativa de Tiradentes: confira uma prévia das novidades da 3.^a edição.** Casa e Jardim, 2019. Disponível em: <<https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Design/noticia/2019/09/semana-criativa-de-tiradentes-confira-uma-previa-das-novidades-da-3-edicao.html>>. Acesso em: 5 nov. 2022.

SERAFIM, Elisa Feltran.; CAVALCANTI, Virginia; FERNANDES, Dulce Maria Paiva. **DESIGN E ARTESANATO NO BRASIL: reflexões sobre modelos de atuação do design junto a grupos de produção artesanal.** 5º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. Blucher Design Proceedings, v. 2, 2016, p. 30 – 41

SILVA, Nivaldo Aureo Nascimento da. **Abordagens Participativas para o Design — Metodologias e plataformas sociotécnicas como suporte ao design interdisciplinar e aberto à participação.** Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2012.

STRAIOTO, Ricardo; FIGUEIREDO, Luiz. **Design Participativo e Sustentabilidade: ferramentas de gestão participativa do design.** Anais do 3.º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável (III SBDS), Rede Brasil de Design Sustentável — RBDS. Recife, 2011.

SUZUKI, Miwako. **Atividades de design como capital cultural: novas tendências nos países latino-americanos** / Miwako Suzuki; tradução de Mei Kawahara, 1. Ed. São Paulo: Blucher Open Access, 2020.

RODRIGUES, Antônio Greco. **Multiculturalismo.** In: Dijon de Moraes (org.); Cadernos de Estudos Avançados em Design: Multiculturalismo; n. 2; Barbacena: EduEMG, 2013, p. 43 – 54.

TIZZEI, L. P.; FOSCHIANI, F.; SANTOS, A. Projetos participativos no contexto brasileiro. Campinas: Unicamp, 2009. Disponível em: <http://www.unicamp.br/~hans/mo827/trabalhosFinais/MO827A_grupoG_artigo_final.pdf>. Acesso em: 03 out. 2011.

VOSGERAU, Dilmeire Sant’Anna Ramos; ROMANOWSKI, Joana Paulin. **Estudos de revisão: implicações conceituais e metodológicas.** Revista Diálogo Educacional, v.14, n.41, 2014. p. 165 – 189