

**unesp**



**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN**

**Silvia Sasaoka**

**Relações entre Design, Moda e Artesanato na Contemporaneidade: estudos de caso no segmento de vestuário a rigor e acessórios de couro no eixo centro-oeste e noroeste no interior de São Paulo**

**Bauru  
2017**



**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN**

**Silvia Sasaoka**

**Relações entre Design, Moda e Artesanato na contemporaneidade: estudos de caso no segmento de vestuário a rigor e acessórios de couro no eixo centro-oeste e noroeste no interior de São Paulo**

Dissertação apresentada como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Design, no Programa de Pós-Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus de Bauru, linha de pesquisa de Planejamento de Produto.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mônica Moura

**Bauru  
2017**

Sasaoka, Silvia.

Relações entre design, moda e artesanato na contemporaneidade: estudos de caso no segmento de vestuário a rigor e acessórios de couro no eixo centro-oeste e noroeste de São Paulo / Silvia Sasaoka, 2017

189 f.

Orientadora: Mônica Cristina de Moura

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2017

1. Design. 2. Moda. 3. Artesanato. 4. Contemporaneidade. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

**Banca examinadora:**

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mônica Moura**

Orientadora e presidente da banca (PPG Design/UNESP)

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marizilda dos Santos Menezes**

Membro interno (PPG Design/UNESP)

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Suzana Helena de Avelar Gomes**

Membro externo (PPG Têxtil e Moda EACH/USP)

**Bauru  
2017**



**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE Mestrado de SILVIA SASAOKA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO.**

Aos 21 dias do mês de fevereiro do ano de 2017, às 14:00 horas, no(a) Auditório da Secretaria de Pós-Graduação/FAAC, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Professora Doutora MONICA CRISTINA DE MOURA - Orientador(a) do(a) Departamento de Design / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - UNESP, Profa. Dra. MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES do(a) Departamento de Artes e Representação Gráfica / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Professor Doutor SUZANA HELENA DE AVELAR GOMES do(a) Curso Têxtil e Moda - Escola de Artes e Ciências Humanidades / UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE Mestrado de SILVIA SASAOKA, intitulada **RELAÇÕES ENTRE DESIGN, MODA E ARTESANATO NA CONTEMPORANIEDADE: ESTUDOS DE CASO NO SEGMENTO DE VESTUÁRIO A RIGOR E ACESSÓRIOS DE COURO NO EIXO CENTRO-OESTE E NOROESTE NO INTERIOR DE SÃO PAULO**. Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

Professora Doutora MONICA CRISTINA DE MOURA

Profa. Dra. MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES

Professor Doutor SUZANA HELENA DE AVELAR GOMES

## **Agradecimentos**

Gostaria de expressar o mais profundo agradecimento a todos que contribuíram para a realização deste trabalho e me apoiaram nesta longa trajetória.

À minha orientadora, professora doutora Mônica Moura, pela dedicação, pelo carinho e amizade. E ao Laboratório de Design Contemporâneo por abrir espaço para a discussão do tema artesanato por meio desta pesquisa.

Às professoras doutoras Marizilda dos Santos Menezes e Suzana Helena de Avelar Gomes, que aceitaram o convite para participar da banca examinadora.

Aos professores, por suas aulas que contribuíram para o desenvolvimento da pesquisa com as leituras e reflexões nos trabalhos disciplinares: Eduardo Romero de Oliveira, Luiz Carlos Paschoarelli, Marizilda dos Santos Menezes, Olympio José Pinheiro e Paula da Cruz Landim. Aos funcionários do Departamento de Pós-Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) e a Sérgio Komori, do Laboratório de Design Contemporâneo, por toda a atenção.

Às queridas amigas e colegas de mestrado Caroline Gomes e Lilian Lago pelas trocas, dicas e apoio mútuo ao longo desta jornada.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), agência financiadora desta pesquisa (processo 00.889.834/0001-08).

Agradeço a Marlene Brandão, Heloísa Brandão, Rita Brandão, Maísa Antonieta de Camargo, Abílio Paschoalinotte, Oliva Maria Bassetto, Abílio Paschoalinotte Júnior, Ademilson Aparecido Antunes, Lucélia Antunes e José Carlos Cavazzo pela especial atenção nas entrevistas concedidas.

À Fabiana Biscaro por toda a paciência e dedicação na revisão, e à Thania Lopez pelo apoio nas transcrições das entrevistas.

À Luciana Retz por me acolher em sua casa em Bauru durante as disciplinas noturnas. Aos amigos Luiz Carlos Santos Junior e Luiza Medeiros por dedicarem horas de leitura sobre a pesquisa e pelas observações.

À todos os amigos que contribuíram com suas experiências: Ewerton Moraes, Gabriel Fernandes dos Santos, Julia Maia, Marcela Sanz, Márcio Sattin, Marlon Mercaldi, Sylvia Rodrigues e Yuka Amano.

Aos meus filhos Pablo Kadji Yuba e Thomas Len Yuba pelas palavras precisas, às suas respectivas companheiras, Kyoko Hirano e Renata Matsuoka, e à minha enteada, Lorena Pazzanese, pela torcida silenciosa.

À Celso Pazzanese, o Pôla, meu marido e companheiro de vida, que dedicou grande parte de suas melhores energias me mostrando a importância desta pesquisa. Sou profundamente grata.

Por fim, agradeço e dedico este trabalho aos meus pais que sempre mostraram que a resistência é uma virtude e o tempo, um valor.

## RESUMO

O artesanato brasileiro está no cerne do debate social, econômico e cultural desde a modernidade até os dias atuais. Pensar a relação entre design, moda e artesanato é uma possibilidade que emerge no cenário contemporâneo.

A presente pesquisa se propõe a estudar a produção artesanal têxtil relacionada ao design e à moda, na contemporaneidade, com foco nas experiências de dois núcleos têxteis do eixo centro-oeste e noroeste do interior paulista, o Ateliê Marlene Brandão (Araçatuba-SP) e a Confecção Prata Couro (Pratânia-SP).

O objetivo é examinar seus processos criativos, produtivos e de capacitação de recursos humanos, observando e inquirindo como ocorrem e se estabelecem as relações desses núcleos com o design e com a moda. E averiguar as estratégias e dinâmicas que tenham contribuído para sua permanência no mercado da moda por mais de 50 anos.

Esta investigação, de abordagem qualitativa, pauta-se na revisão de literatura e na pesquisa documental e de campo com aplicação de entrevistas semiestruturadas, observação dos processos e vivência nos locais das empresas estudadas.

Com base nos resultados obtidos, é realizada uma análise comparativa entre o Ateliê Marlene Brandão e a Confecção Prata Couro, averiguando-se se esses questionamentos são capazes de apontar estratégias inovadoras nos contextos social, estético e econômico para o artesanato, mesmo a partir de práticas há muito estabelecidas.

**Palavras-chave:** design, moda, artesanato, contemporaneidade.

## **ABSTRACT**

From modernity to the present day, Craft is the essence matter of the social, economic and cultural debate in Brazil. Due to the contemporary scenario is possible to establish a connection between design, fashion and craft.

The purpose of this research is to study artisanal textile productions related to design and fashion in contemporary times, focusing on the experiences of two textile cores of the center-west axis and northwest of the inner part of São Paulo State, named as Marlene Brandão Atelier of Fashion (Araçatuba-SP) and the Prata Couro Leather Couture (Pratânia-SP).

The aim of this study is to investigate the two company's approaches in creative process, productive, human resources training by means of observing and questioning how these processes are set by design, and fashion links. Find out the strategies and dynamics that have contributed to their permanence in the fashion market for over 50 years.

The methodology based on qualitative approach is guided in the review of literature, documental and field research with application of semi-structured interviews, observation and experience of local processes.

Given the results achieved from case study on Marlene Brandão Atelier of fashion and the Prata Couro Leather couture, a comparative analysis is carried out, considering the identification of common obstacles and success factors. In order to examine whether these issues can point out innovative strategies in the social, aesthetic and economic contexts of the craft, even from established practices before.

**Key words:** design, fashion, craft, contemporaneity.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Localização dos municípios de Araçatuba e Pratânia no estado de SP .....	23
Figura 2. Diagrama da relação entre design, moda e artesanato contemporâneo brasileiro proposta neste trabalho .....	25
Figura 3. Diagrama da interseção entre DMA .....	26
Figura 4. Diagrama de autores pesquisados para o tema contemporaneidade.....	27
Figura 5 . Diagrama de autores pesquisados sobre o tema design.....	27
Figura 6. Diagrama de autores pesquisados sobre o tema moda .....	28
Figura 7. Diagrama com autores pesquisados sobre o tema artesanato.....	28
Figura 8. Diagrama com autores pesquisados sobre o tema design contemporâneo.....	29
Figura 9. Knotted Chair, 1996, de Marcel Wanders. Feita de carbono, fibra de aramida e epóxi.....	64
Figura 10. Knitted Lamp, 1996, de Hella Jongerius. Protótipo, de PMMA e fibra de vidro....	65
Figura 11. Poltrona Vermelha, criada e produzida pelo Estúdio Campana em 1993 e, desde 1998, produzida pela EDRA/Itália .....	66
Figura 12. Cadeira Multidão ou Paraíba, do Estúdio Campana, 2002 .....	67
Figura 13. Bonecas de pano da Casa de Boneca Esperança/PB (s/d).....	68
Figura 14. Mestre Espedito costurando superfície vazada de couro .....	69
Figura 15. Coleção Cangaço, de móveis de couro e vime, assinada por Espedito Seleiro, Humberto e Fernando Campana.....	71
Figura 16. Humberto Campana, Espedito Seleiro e Fernando Campana.....	71
Figura 17. Objetos de bambu criados por Dries Wagenberg, Eduardo Nakayama e Takeshi Sumi, 2007 .....	72
Figura 18. Produtos de bambu com técnicas desenvolvidas originalmente pelo artesão Eduardo Nakayama na Oficina Kotybambu, 2007.....	73
Figura 19. Pesquisa e desenho de Dries Wagenberg para desenvolvimento de mobiliário no projeto Straat bambu, 2007.....	74
Figura 20. Pesquisa técnica com bambu e resina acrílica desenvolvida por Dries Wagenberg na Oficina Kotybambu, 2007.....	77
Figura 21. Pesquisa técnica de envergamento do bambu que deu origem ao cabide de Takeshi Sumi no projeto Straat bambu, 2007 .....	78
Figura 22. Cabide de bambu de Takeshi Sumi, 2007.....	79
Figura 23. Dries Wagenberg, Eduardo Nakayama e Takeshi Sumi no jardim do Museu da Casa Brasileira, 2007.....	80
Figura 24. Detalhe da renda irlandesa tradicional .....	83
Figura 25. Fita Divina em diversas cores .....	84
Figura 26. Vestido de renda renascença tingida e a criação de padronagem geométrica para a renda renascença .....	87
Figura 27. Ficha técnica do desfile SPFW Inverno 2016 de Fernanda Yamamoto.....	88
Figura 28. Mulheres não modelos convidadas para desfilarem vestindo as roupas da coleção Histórias Rendadas. A terceira, a partir da esquerda, é a rendeira Genilda Marques da Silva, ao lado de Fernanda Yamamoto.....	89
Figura 29. Preparação para o desfile no CEU Jaraguá .....	89
Figura 30. Empresa e loja Prata Couro.....	96
Figura 31. Exterior e interior da Casa do Sapateiro, no parque Taquara-poca, em Pratânia	97

Figura 32. O ator Slim Pickens, parceiro de John Wayne, em visita à sapataria dos Lucchese, em El Paso, no Texas.....	99
Figura 33. Artistas da Jovem Guarda, em ilustração de Douglas do Amaral extraída do livro <i>Jovem Guarda – moda, música e juventude</i> , de Maíra Zimmermann, 2013.....	100
Figura 34. Jaquetas e casacos em exposição na loja Prata Couro .....	101
Figura 35. Moldes de roupas de couro na oficina da Prata Couro.....	102
Figura 36. Desenhos e moldes de roupas de couro de Oliva Paschoalinotte .....	103
Figura 37. Oliva Maria Bassetto Paschoalinotte, na fachada da loja Prata Couro .....	104
Figura 38. Abílio Paschoalinotte Júnior e Abílio Paschoalinotte .....	105
Figura 39. Diagrama da gestão da sapataria de Angelino Paschoalinotte.....	106
Figura 40. Diagrama da gestão da Prata Couro de 1958 até 2004 .....	106
Figura 41. Diagrama da gestão atual da Confecção Prata Couro .....	107
Figura 42. Interior da loja Prata Couro .....	108
Figura 43. Fachada e interior da antiga fábrica Prata Couro .....	109
Figura 44. Oficina e interior da loja Prata Couro .....	111
Figura 45. Mesa de trabalho do sapateiro Angelino Paschoalinotte .....	113
Figura 46. O sapateiro Ademilson operando sua máquina balancim para corte de sola.....	114
Figura 47. Partes de bota confeccionada por Ademilson Aparecido Antunes.....	115
Figura 48. Sela de couro confeccionada por artesãos de Pratânia .....	119
Figura 49. Fachada do Ateliê Marlene Brandão .....	122
Figura 50. Marlene Brandão em sua casa mostrando vestidos antigos.....	123
Figura 51. Bolero de tecido de organza com bordado <i>rechilieu</i> e miçangas.....	124
Figura 52. Vestidos de festa Marlene Brandão em catálogo de coleção (s/d) .....	128
Figura 53. Coleção Linha Pura e Marlene Brandão.....	129
Figura 54. Interior da loja Marlene Brandão .....	130
Figura 55. Diagrama do sistema de gestão Ateliê MB nos primeiros anos de gestão .....	131
Figura 56. Diagrama do sistema de gestão da empresa desde a década de 80 até os dias atuais.....	131
Figura 57. Colocação de botões bombê forrados com tecido e strass .....	132
Figura 58. Cinto sendo bordado à mão com pedraria (vidrilhos e cristais) .....	132
Figura 59. Tabela promocional de vestidos de festa Marlene Brandão .....	133
Figura 60. Detalhe de molde de forro para vestido.....	134
Figura 61. Detalhes do mural de coleções de vestidos criados por Heloísa Brandão.....	135
Figura 63. Renda importada tipo chantilly, bordada com pedraria.....	136
Figura 63. Detalhe de bordado de pedraria feito à mão sobre tule de paetê .....	137
Figura 64. Vestido de tule criado por Heloísa Brandão .....	138
Figura 65. Detalhes de forro de vestido de festa .....	139
Figura 66. Detalhes de drapeado em vestido de festa Marlene Brandão .....	140
Figura 67. Detalhe de vestido com plissado e arranjo floral .....	141
Figura 68. Mostruário de tecidos e técnicas da coleção Marlene Brandão .....	142
Figura 69. Oficina de Heloísa Brandão com grupo de bordadeiras .....	143
Figura 70. Bordadeira recebendo um vestido Marlene Brandão.....	143
Figura 71. Fluxograma da cadeia produtiva do setor coureiro calçadista .....	160

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Conceituações sobre artesanato por três organizações brasileiras .....	61
Quadro 2. Resumo da visão das três organizações .....	62
Quadro 3. Definição de design, moda e artesanato .....	68
Quadro 4. A ideia de contemporâneo no DMA .....	71
Quadro 5. Planejamento para coleta de dados .....	102
Quadro 6. Características das entrevistas .....	104
Quadro 7. Etapas de confecção de uma bota na Dê Sapataria.....	115
Quadro 8. Análise descritiva das empresas .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>

## LISTA DE ABREVIATURAS

ARTESOL: Artesanato Solidário  
CEU: Centro de Artes e Esportes Unificados  
CNPQ: Conselho Nacional de Política Cultural  
DAE: Design Academy Eindhoven  
DMA: design, moda e artesanato  
EUA: Estados Unidos da América  
FAUUSP: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo  
FENIT: Feira Nacional da Indústria Têxtil  
FIEMG: Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais  
FRANCAL: Feira Internacional da Moda em Calçados e Acessórios  
IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IBOT: Instituto Botucatu  
IPEA: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada  
IPHAN: Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional  
MCB: Museu da Casa Brasileira  
MEI: Microempreendedor Individual  
MG: Minas Gerais  
MinC: Ministério da Cultura  
NOB: Noroeste do Brasil  
ONG: organização não governamental  
ONU: Organização das Nações Unidas  
OSCIP: organização da sociedade civil de interesse público  
PAB: Programa do Artesanato Brasileiro  
PB: Paraíba  
PME: pequena e média empresa  
PMMA: polimetilmetacrilato (acrílico)  
RJ: Rio de Janeiro  
SE: Sergipe  
SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SIES: Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária  
SINDITÊXTIL: Sindicato das Indústrias Têxteis  
SP: São Paulo  
SPFW: São Paulo Fashion Week  
UNESCO: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura  
UNESP: Universidade Estadual Paulista

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
1.1	Contextualização e PROBLEMATIZAÇÃO .....	17
1.2	QUESTÃO DE PESQUISA .....	19
1.3	OBJETIVOS .....	20
1.3.1	Objetivo geral .....	20
1.3.2	Objetivos específicos.....	20
1.4	JUSTIFICATIVA.....	21
1.5	METODOLOGIA ADOTADA.....	22
1.6	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	30
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	31
2.1	CONTEMPORANEIDADE .....	31
2.2	DESIGN.....	35
2.2.1	Definições de design .....	36
2.2.2	O design e a configuração do objeto.....	38
2.3	MODA.....	40
2.3.1	Definições de vestuário.....	41
2.3.2	Conceito de moda.....	42
2.4	ARTESANATO .....	45
2.4.1	Definições de artesanato .....	46
2.4.2	O artesanato como ofício e sua condição no Brasil .....	48
2.4.3	Políticas públicas de apoio ao artesanato brasileiro.....	49
2.4.4	O artesanato contemporâneo .....	56
3	RELAÇÃO entre DESIGN, MODA E ARTESANATO NA CONTEMPORANEIDADE: UMA REFLEXÃO.....	59
3.1	RELAÇÃO ENTRE DESIGN, MODA E ARTESANATO NA CONTEMPORANEIDADE: CINCO REFERÊNCIAS aplicadas.....	62
3.1.1	Droog Design: quebra de paradigmas nos anos 1990 .....	63
3.1.2	Irmãos Campana e Espedito Seleiro.....	66
3.1.3	Straat bambu: trocas técnicas e culturais em intercâmbio estudantil internacional .....	73
3.1.4	Renato Imbroisi e as rendeiras de renda irlandesa de Divina Pastora: parceria criativa entre designer e artesãs para geração de renda .....	81
3.1.5	Fernanda Yamamoto e as rendeiras do Cariri paraibano: integração entre design e artesanato no campo da moda .....	85
4	MATERIAIS E MÉTODOS .....	92
5	DESCRIÇÃO E ANÁLISES DOS DOIS ESTUDOS DE CASO: ATELIÊ MARLENE BRANDÃO E CONFECÇÃO PRATA COURO .....	95
5.1	PRATA COURO .....	96

5.1.1	Novos rumos da empresa e os processos de criação.....	98
5.1.2	Processos de produção e gestão.....	105
5.1.3	Matérias-primas e gestão de produção.....	107
5.1.4	Crise e mudança de rumo.....	108
5.1.5	Transmissão de conhecimento e responsabilidade social.....	112
5.1.6	Mercado atual.....	118
5.1.7	Público-alvo.....	120
5.2	ATELIÊ MARLENE BRANDÃO.....	121
5.2.1	História.....	121
5.2.2	Artesanato, costura e modelagem.....	124
5.2.3	Desenvolvimento empresarial.....	127
5.2.4	Produção e gestão.....	130
5.2.5	A metodologia de Marlene Brandão.....	134
5.2.6	Os detalhes.....	136
5.2.7	Transmissão de conhecimento e responsabilidade social.....	142
5.2.8	Público e mercado atual.....	146
6	RESULTADOS OBTIDOS: ANÁLISE COMPARATIVA DAS EMPRESAS MARLENE BRANDÃO E PRATA COURO SOB A ÓTICA DO DESIGN-MODA-ARTESANATO.....	147
6.1	RESULTADO DA ANÁLISE COMPARATIVA.....	150
6.1.1	Aspectos das empresas.....	151
6.1.2	O espaço físico das empresas.....	153
6.1.3	Processos de criação.....	154
6.1.4	Prática projetual.....	155
6.1.5	Formação e capacitação (artesanato, costura).....	156
6.1.6	Processos de produção e gestão.....	158
6.1.7	Mercado e circulação.....	166
7	CONCLUSÃO.....	171
8	REFERÊNCIAS.....	174
9	APÊNDICE.....	186

## INTRODUÇÃO

O artesanato é uma prática cultural e um processo de produção de artefatos relacionado à produção humana desde suas origens. O vocábulo artesanato passou a ser usado, no entanto, após a industrialização, configurando a separação entre projeto e execução, com a conseqüente fragmentação das etapas de trabalho compreendidas entre a concepção e a produção até a comercialização.

Na contemporaneidade vimos ocorrer a reintegração de conceitos e saberes e o rompimento das fronteiras entre diversas áreas do conhecimento, permitindo abrir novos caminhos para os campos do design, da moda e do próprio artesanato. Por outro lado, são tempos nos quais ocorre a descontinuidade dos processos de aprendizagem da artefaria, do saber fazer, provavelmente impulsionados pelo ritmo acelerado das mudanças tecnológicas e da abrangência global do mercado de produtos artesanais e utilitários em um sistema econômico que desloca o produtor do consumidor em distâncias díspares.

No Brasil contemporâneo, o artesanato não pode ser compreendido em um único ideário, visto que é criado e produzido de formas diversas e dispersas por diferentes grupos sociais, geográficos e culturais. E nesse cenário, em constante mudança, cresce uma cultura complexa, submersa pelos meios de difusão de informação pulverizada em um mundo globalizado.

Da ocorrência da produção do objeto artesanal em vários campos no Brasil, emerge também a discussão sobre o lugar do artesanato na sua relação com o design e a moda na contemporaneidade. O artesanato começa a ocupar espaço como elemento artístico de discurso e de inovação ampliando sua presença e sendo capaz de dialogar com outras áreas.

O reconhecimento da relação entre design, moda e artesanato nessa pesquisa move-se na direção de uma busca de referências para a construção da autonomia profissional de criadores e produtores/artesãos.

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO

O artesanato na contemporaneidade passa por um processo de ressignificação nas relações ligadas às suas tradições. Passa a adquirir características que podem ser aplicadas, em qualquer localidade, a sistemas de valores formados por criadores individuais ou coletivos, e não necessariamente por uma comunidade ou um grupo pertencente a uma mesma cultura. Por sua vez, as comunidades tradicionais são continuamente desafiadas a adequar seus processos de criação, aprendizagem, produção e circulação, o que causa um desajuste em seu tempo e espaço que as lança a um lugar insólito.

Em contrapartida, o artesão sem uma educação profissionalizante formal não desenvolve noções básicas para interpretar mudanças no seu contexto social, cultural e econômico e no de seus consumidores, tendo grande dificuldade para adaptar-se à passagem de uma atividade produtiva de subsistência para uma atividade produtiva de maior porte, ou sequer para estabelecer alguma intersecção virtuosa entre ambas. A competência de uso desse entendimento é, hoje, atribuída a designers, estilistas, artistas, arquitetos, curadores, representantes comerciais, entre outros profissionais que idealizam coleções temáticas de produtos ou objetos feitos por artesãos. O artesão qualificado e tradicional vem sendo, nessa conjuntura, substituído por trabalhadores em pequenas manufaturas, tais como ateliês de moda e design, confecções têxteis e de acessórios e adereços e tecelagens. À medida que o fazer manual é visto e entendido por muitos como atividade menos dignificante, o potencial criativo da cultura artesanal tende a permanecer limitado ou, sob certos aspectos, praticamente extinto.

Nesse sentido, o artesanato, enquanto processo material que contém memória e identidade, enfrenta os desafios pouco compreendidos da contemporaneidade que, caracterizada pela vigência de uma sociedade de cultura de consumo passageiro, impõe mudanças em sua concepção e em seu mercado.

O artesanato se confunde com a produção de massa nos mercados turísticos, de feiras, de suvenires, de moda, entre outros. Nota-se certa estagnação e ausência de inovação nos produtos utilitários e decorativos, a maioria restringindo-se a repetições de modelos e padrões pré-determinados. Assim, o artesão tem se limitado a reproduzir mecanicamente algo já estabelecido.

De modo paralelo, observa-se a crescente promoção do artesanato enquanto passatempo decorrente do interesse, e do prazer pelo trabalho manual, de pessoas que aprendem técnicas em revistas especializadas, tutoriais de artesanato e programas televisivos, além de *websites* e blogues criados por artesãos de todas as partes do mundo. Realizados como ocupação secundária, esses trabalhos costumam ser igualmente descomprometidos de raízes culturais, identidade ou manifestação artística. Trata-se do fenômeno do “tudo feito à mão”, incentivado e sustentado pela grande indústria vinculada ao mercado de matérias-primas e de publicações especializadas em trabalhos manuais com finalidade utilitária ou decorativa.

Segundo o Ministério do Turismo (2013), o artesanato no Brasil é cotado como o quinto melhor negócio na América Latina; estima-se que cerca de 8,5 milhões de brasileiros fazem do artesanato seu pequeno negócio, movimentando mais de R\$ 50 bilhões anuais. Os artesãos têm se beneficiado de políticas públicas que incentivam o pequeno empreendedor, como o programa Microempreendedor Individual (**MEI**), que, em pouco mais de seis anos, tirou da informalidade 5 milhões de pessoas que trabalham por conta própria com faturamento anual inferior a R\$ 60 mil (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2015). Além disso, em 2012, o Ministério da Cultura (**MinC**) instaurou a Secretaria da Economia Criativa, que fomenta a inovação (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011). Essas políticas públicas abriram oportunidades de representatividade e institucionalização da profissão de artesão em todo o país. No entanto, é preciso considerar que a conquista do bem-estar social não se sustenta somente em sua dimensão produtiva. O desenvolvimento cultural é instrumento e alicerce da transformação de todo cidadão, aprimora a criatividade e contribui para refletir seu pensamento na sua produção.

A produção artesanal, em tal contexto, passa a depender de uma cultura de consumo para manter-se “viva”, mas também de aspectos valorizados na contemporaneidade, tais como produtos manufaturados, a peça única, a autoria e a revitalização do artesanal, seja por meio da mídia de massa, seja por programas institucionais ou pelo terceiro setor. Logo, como pode o artesão recuperar o controle sobre seu processo? Na busca por emancipação, os produtores precisam conhecer os códigos de comunicação, cultura e sociedade que envolvem as novas necessidades dos indivíduos e a relação com as coisas, bem como seus valores simbólicos, os quais se encontram particularmente desenvolvidos nos campos do

design e da moda, áreas com que têm, historicamente, mantido relações de proximidade, produção, desenvolvimento e comercialização.

Sem incorporar esses códigos, os artesãos encontram alternativas de subsistência individual e coletiva no atendimento a mercados específicos, no entanto em expansão, de brindes corporativos, artigos para turistas e outros, na tentativa de gerar produtos similares aos da indústria. Mas o foco na produtividade em tal escala e diversidade de produtos, para viabilizar ganhos, constitui uma falsa solução para a conquista de autonomia e sustentabilidade do artesão, nos termos de seu desenvolvimento criativo.

Diante desse cenário, é urgente a busca de novas referências tanto para o artesanato quanto para artesãos. O artesanato tem como desafio recuperar seu significado original de prática ou objeto como valor cultural de um local e de um grupo social, compreendendo e inserindo autonomamente em seus processos esses paradigmas em relação ao mercado e à sociedade de consumo. Já para os artesãos, espera-se encontrar referências para a conquista de sua autonomia plena na elaboração e distribuição de seus trabalhos.

## **1.2 QUESTÃO DE PESQUISA**

A presente pesquisa norteia-se, então, pelo seguinte questionamento: de que maneira a relação entre moda, design e artesanato pode contribuir para o desenvolvimento de um processo de produção artesanal contemporâneo de qualidade, capaz de consolidar todas as etapas técnicas e estéticas, de criação, capacitação, infraestrutura, confecção e comercialização, diante do cenário de profundas mudanças vivenciadas atualmente no Brasil?

E como a Confecção Prata Couro e o Ateliê Marlene Brandão, no interior paulista, encontraram saídas para adequar o artesanato às suas linhas de produção, que têm, respectivamente, 82 e 51 anos de atividade?

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo geral**

Compreender a relação entre design, moda e artesanato para a construção de modelos visando à melhoria das condições de criação e da produção artesanal no contexto da contemporaneidade, a partir de estudos de caso em dois núcleos produtivos no segmento têxtil que adotam procedimentos artesanais, considerando o cenário de mudanças vivenciadas no Brasil e no mundo.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- 1) Analisar as características e as linguagens do artesanato, do design e da moda, assim como seus entrelaçamentos, no contexto da contemporaneidade brasileira;
- 2) Analisar, por meio de observação, as atividades e elementos que favoreceram a consolidação no mercado do Ateliê Marlene Brandão, em Araçatuba, e da Confecção Prata Couro, em Pratânia contribuindo para o fomento de práticas de inserção e valorização do artesanato no mercado atual.
- 3) Analisar o desenvolvimento e a evolução dos processos de criação, produção, capacitação qualificada em artesanato, bem como de circulação de produtos nas empresas estudadas, à luz das questões da contemporaneidade;
- 4) Discutir as inter-relações entre artesanato, design e moda a partir dos casos investigados, evidenciando a contribuição da prática artesanal à moda e ao design, bem como destes à qualificação e à valorização daquela atividade;
- 5) Ampliar a reflexão e o conhecimento sobre a relação entre moda, design e artesanato no âmbito da produção micro empresarial do setor de vestuário no Brasil contemporâneo.

## 1.4 JUSTIFICATIVA

São Paulo é reconhecido por seu perfil industrial, destacando-se, dentre outros segmentos, os setores têxtil, de produtos e de serviços. O estado concentra um grande número de feiras de negócios nas áreas da moda, do design e do artesanato, com ampla divulgação tanto para o público específico quanto para o público em geral. Mas sua produção artesanal, ao contrário das demais, não é amplamente estudada, sistematizada e divulgada.

Muito se explora, discute e estuda a respeito da produção da capital paulista, entretanto, existe produção relevante também fora da metrópole. Assim, o estudo dos casos aqui abordados possibilitará melhor compreensão do conjunto das informações a respeito de núcleos produtivos têxteis distantes da capital, valorizando ações criativas e produtivas no centro-oeste e no noroeste do estado, a partir de observações e práticas, cobrindo, dessa maneira, parte da ausência de informações e documentação. A pesquisa também se faz necessária pela carência de estudos brasileiros a respeito do envolvimento entre as áreas de artesanato, moda e design, especialmente no entrelaçamento de seus processos criativos. O trabalho pode, nesse sentido, contribuir para identificar novos elos nessa relação, propor uma reflexão sobre os conteúdos interdisciplinares como método de trabalho e como estratégia para o desenvolvimento da pesquisa e, por meio da tríade dialogal design-moda-artesanato, compatibilizar saberes relacionados aos processos criativos e modos de produção e de comunicação no contexto da contemporaneidade. Pretende-se, assim, contribuir com a comunidade científica das áreas do design, da moda e do artesanato e com os laboratórios universitários de pesquisa em design e artesanato, em especial o Laboratório de Pesquisa em Design Contemporâneo: Sistemas, Objetos e Cultura. A partir da disseminação dos resultados desta pesquisa, pretende-se também contribuir com recomendações para os setores de design e de moda em suas relações com o artesanato e com a sociedade representada por núcleos, organizações não governamentais (ONGs), comunidades e cooperativas que atuem no âmbito das relações do foco deste estudo.

A análise sistemática dos processos e métodos de criação e produção aplicados pelas empresas também tem relevância para os próprios processos

criativo-produtivos em si. Assim como os dois núcleos de produção têxtil investigados incorporam técnicas e procedimentos artesanais, as comunidades de artesãos podem ter como referência a sistematização desse conhecimento para adaptá-lo à sua realidade ou aplicá-lo diretamente em suas estratégias futuras. Essa pesquisa pode fornecer elementos para a disseminação de um modelo de gestão e capacitação, bem como para a elaboração de políticas públicas voltadas ao artesanato nas diversas regiões do país. Pode, ainda, colaborar na definição das ações de ONGs que apoiem a atividade. Assim sendo, o trabalho pretende chegar a propostas para orientação e recomendação de ações concretas e estratégias futuras que promovam transformações e/ou fortaleçam atividades a serem implantadas ou que estejam em andamento.

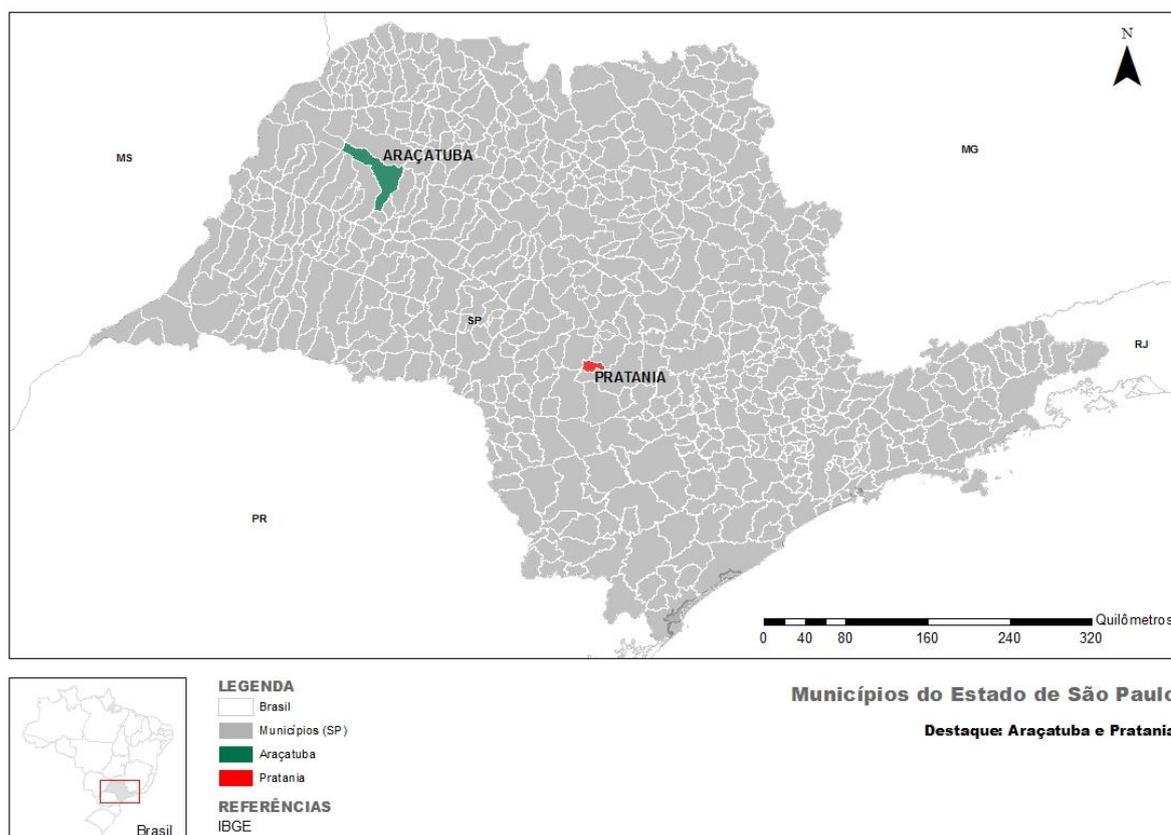
Cabe ainda destacar, como justificativa pessoal, que o interesse nesse tema surgiu da prática profissional, no contexto de programas de fomento envolvendo design, moda e artesanato realizados, desde 2000, em comunidades de artesãos de diversos estados do Brasil – primeiro através do projeto Design Solidário d'A Casa-Museu de Artes e Artefatos Brasileiros (hoje A Casa-Museu do Objeto Brasileiro), posteriormente por meio da organização da sociedade civil de interesse público (**OSCIP**) Artesanato Solidário (**ARTESOL**) e, nos últimos anos, através do Programa de Intercâmbio Tudo a Mão, do Instituto Botucatu (**IBOT**). Esses programas encarregavam-se de melhorar as condições para geração de renda de artesãos buscando as ferramentas do design para o desenvolvimento de produtos e sua inserção no mercado do design e da moda, sendo que as distâncias entre culturas e modos de vida dos agentes dos projetos e dessas áreas apresentam sucessivos desafios na conquista de espaços autônomos de criação e produção.

## **1.5 METODOLOGIA ADOTADA**

Esta investigação, de abordagem qualitativa, pauta-se na revisão de literatura e na pesquisa documental e de campo com aplicação de estudos de caso, entrevistas semiestruturadas, vivência e observação dos processos e locais das empresas estudadas. Os dois estudos de caso são explorados segundo uma

perspectiva crítica e comparativa entre ambos – o Ateliê Marlene Brandão, estabelecido há 51 anos em Araçatuba, no noroeste paulista, e a Confecção Prata Couro, constituída há 82 anos em Pratânia, no centro-oeste do estado de São Paulo, indicados no mapa da Figura 1.

**Figura 1. Localização dos municípios de Araçatuba e Pratânia no estado de SP**



Fonte: elaborado por Ewerton Moraes, 2016

Esses núcleos têxteis artesanais foram escolhidos como objeto de estudo porque o *modus operandi* de seu processo produtivo incorpora o artesanato em diversos níveis da manufatura de vestuário e de acessórios. Além disso, ambos têm em comum sua permanência no mercado de design e de moda com criação própria, desenvolvimento de processos produtivos singulares, gestão de pequena a grande escala e desenvolvimento de metodologias de capacitação técnica dentro de suas especificidades, formando mão de obra local qualificada em artesanato têxtil. Essas empresas têm características peculiares em sua trajetória, que vai da origem como oficina individual de produção a pequena e média empresa (**PME**), constituindo a combinação entre processo artesanal e produção manufaturada. Em seu início,

contavam com recursos escassos, enfrentavam a falta de acesso a conhecimentos especializados e tinham limitadas oportunidades de impacto no mercado.

O quadro inaugural e a história dos empreendedores da Prata Couro e do Ateliê Marlene Brandão servem de referência para aqueles artesãos que têm como perspectiva transformar seu trabalho em negócio e empresa no futuro, corroborando na construção da autonomia profissional desses atores. Nesse sentido, a relação dos modos e processos de produção das duas empresas com suas localidades, no âmbito das referências culturais, sociais e econômicas locais, diante do atual contexto brasileiro na globalização, são particularidades a serem compreendidas, assim como sua longevidade frente às instabilidades econômicas ocorridas historicamente no Brasil.

Para isso, é imprescindível a construção de um panorama de referência sobre produtos e processos desenvolvidos no contexto atual, face ao anterior, tendo em vista as grandes transformações tecnológicas, políticas, de relações de trabalho, de capital e institucionais, entre outras, nos domínios local e global. É a partir dessa contextualização que ambos os núcleos são investigados, estabelecendo-se contrapontos com seu passado, seu processo criativo e sua prática projetual, de produção, de gestão e capacitação e de circulação de produtos.

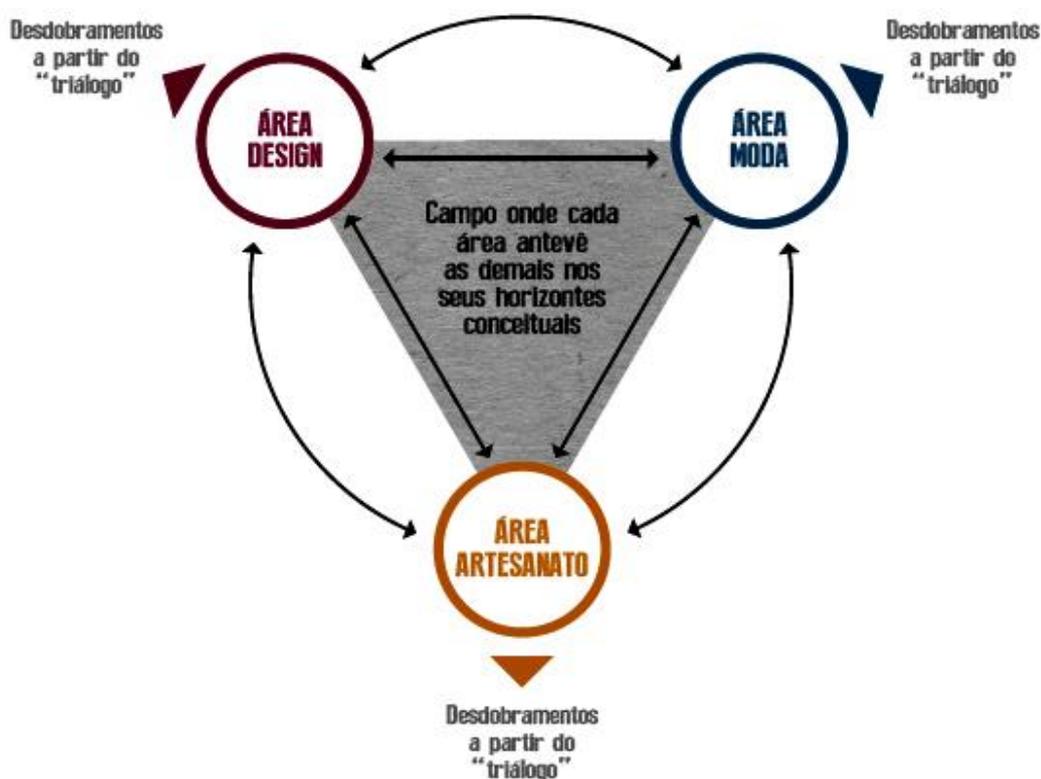
Nesse cenário, as relações entre as práticas do design, da moda e do artesanato tornam-se complexas, estética e socialmente. Cabe esclarecer que a moda não será tratada, nesta pesquisa, sob a perspectiva de *tendências* ou *sazonalidade* (entendidas como técnicas mercadológicas), mas, sim, de seus aspectos sociais, culturais, econômicos e de comunicação no cenário brasileiro contemporâneo.

Para desenvolver essa leitura, propõe-se um enfoque interdisciplinar, o qual preconiza a transferência de métodos de uma disciplina a outra, como no caso dos diversos aspectos das inter-relações entre as três áreas, design, moda e artesanato, doravante grafadas como **DMA**. A partir das questões envolvidas na pesquisa de campo, e à luz da fundamentação teórica, adota-se uma dinâmica de análise sintetizada na forma de diagrama, apresentado na Figura 2, no qual as inter-relações entre **DMA** são representadas por três áreas dispostas sobre um mesmo espaço ao fundo, relacionado ao campo da contemporaneidade.

O diagrama diz respeito à estrutura da pesquisa bibliográfica, cuja estratégia foi aproximar as áreas para estabelecer relações. A partir de um amplo levantamento

bibliográfico, foram selecionados autores que abordam, em seus horizontes conceituais, temas que permitem o diálogo entre **DMA**. O enfoque foi disciplinar, primeiro buscando uma chave de leitura da contemporaneidade para introduzir a discussão dos campos **DMA**. O resultado desta pesquisa se estabelece no campo central em comum formado pelas inter-relações e intersecções das três áreas. No sentido em que apontam as setas, para o exterior do campo central, estão os desdobramentos de cada área na direção exterior ao campo do contemporâneo.

**Figura 2. Diagrama da relação entre design, moda e artesanato contemporâneo brasileiro proposta neste trabalho**



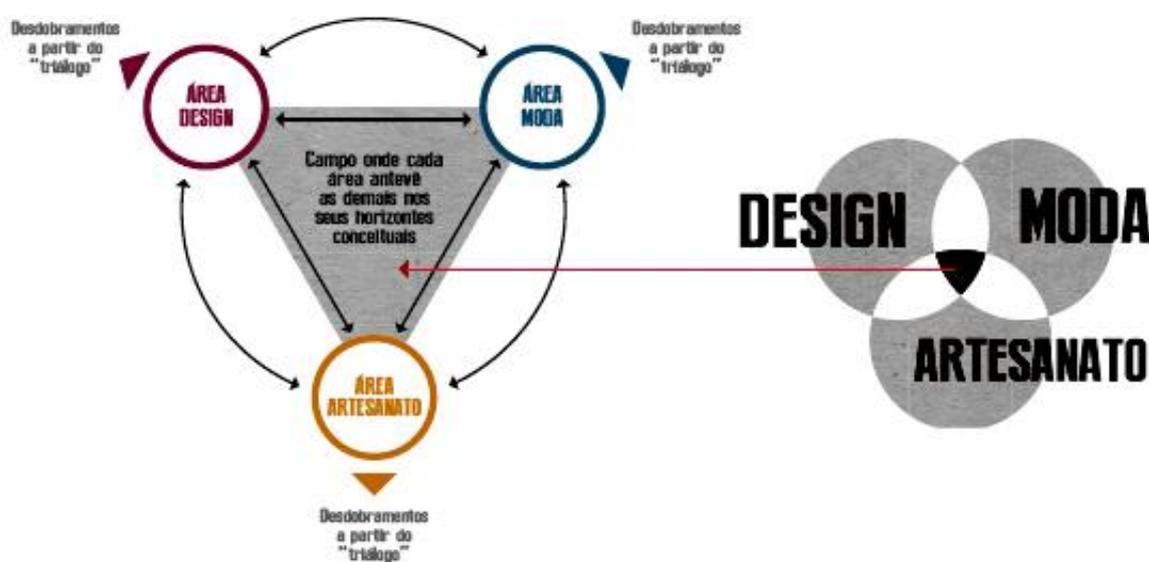
Fonte: elaborado pela autora desta pesquisa, 2016

Em termos de procedimento, a investigação compreende pesquisa bibliográfica, de campo e documental. A pesquisa bibliográfica que dá suporte à fundamentação teórica versa sobre os temas **DMA** e a inter-relação entre esses campos na contemporaneidade, utilizando como referencial teórico os conceitos e análises de autores como Agamben (2009), Avelar (2011), Lina Bo Bardi (1980), Bonsiepe (2011), Bomfim (2014), Bürdek (2006), Cardoso (2008), Calefato (2004), Castilho (2008 e 2013), Crane (2013), Deforge (1996), Heskett (2018), Lipovetsky

(1989), Lipovetsky e Sebastien (2004), Harvey (1989), Featherstone (1995), Moura (2003, 2012, 2013) e Schneider (2010), além de bibliografias complementares de autores como Franco Junior (2001), Ingold (1993), Paula (2006), Risatti (2007) e Sennett (2009), entre outros.

Os autores selecionados indicam temas que preconizam uma discussão entre **DMA**, representada nas áreas de interseção entre design e artesanato, moda e artesanato e design e moda. No centro encontra-se a área comum desse triângulo, conforme mostra o detalhe do diagrama da Figura 3.

**Figura 3. Diagrama da interseção entre DMA**



Fonte: elaborado pela autora desta pesquisa, 2016

O pano de fundo deste estudo e da relação **DMA** é a contemporaneidade, tema explorado a partir de três conceitos – contemporâneo, pós-moderno e hipermoderno – e dos respectivos autores estudados, de acordo com o diagrama da Figura 4.

Figura 4. Diagrama de autores pesquisados para o tema contemporaneidade



Fonte: elaborado pela autora desta pesquisa, 2016

Para explicar o design foram selecionados os autores que têm em seus horizontes conceituais temas que permitem a aproximação com o artesanato e a moda, conforme mostra o diagrama da Figura 5. Muitos aspectos do design ficaram fora dessa discussão devido ao foco estabelecido nesta pesquisa.

Figura 5 . Diagrama de autores pesquisados sobre o tema design



Fonte: elaborado pela autora desta pesquisa, 2016

Da mesma forma é feito o estudo do termo moda, conforme apresenta a Figura 6. Foram selecionados autores que abordam temas que permitem o diálogo com o design e o artesanato. Nesta pesquisa, buscou-se explorar, nos termos vestuário, roupa e moda, a questão dos significados.

**Figura 6. Diagrama de autores pesquisados sobre o tema moda**



Fonte: elaborado pela autora desta pesquisa, 2016

Conforme mostra a Figura 7, mantém-se o mesmo procedimento com o termo artesanato, partindo-se da seleção de autores e conceitos propostos por organizações de políticas públicas, cujos temas tratados permitem a aproximação com o design e a moda. A discussão sobre artesanato instiga uma abordagem a respeito de questões antropológicas ou sociais, mas nesta pesquisa focam-se os aspectos do artesanato no contemporâneo, o que dirige a discussão para a ressignificação do termo no contexto atual, auxiliando no diálogo com o design e a moda.

**Figura 7. Diagrama com autores pesquisados sobre o tema artesanato**



Fonte: elaborado pela autora desta pesquisa, 2016

A etapa a seguir trata do design contemporâneo, área que representa a interseção dos campos **DMA**, onde se observam as características que os

aproximam e os distinguem, conforme apresenta a Figura 8. A configuração diversa do design contemporâneo revela-se num campo criado a partir do triálogo entre as áreas, rompendo fronteiras e idealizando realidades transdisciplinares.

**Figura 8. Diagrama com autores pesquisados sobre o tema design contemporâneo**



Fonte: elaborado pela autora desta pesquisa, 2016

A relação **DMA** na contemporaneidade é representada por meio de cinco referências de práticas contemporâneas. Essas experiências abrangem diferentes estratégias, servem a finalidades distintas e reúnem diversas formas de inserção do artesanato como discurso no design e na moda:

1. Anos 1990 e a quebra de paradigmas no design;
2. Irmãos Campana, o processo no Brasil;
3. Intercâmbio cultural e trocas técnicas;
4. Parceria criativa entre designer e artesãos para geração de renda;
5. Integração entre design e artesanato no campo da moda.

O detalhamento relativo aos estudos de caso encontra-se no capítulo 4, materiais e métodos, visando facilitar a leitura e a sequência de informações, tendo em vista que no capítulo 5 estão as descrições e as análises referentes aos estudos de caso: Confecção Prata Couro e Ateliê Marlene Brandão.

## 1.6 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

**Capítulo 1:** refere-se à introdução, constituída por contextualização e problematização, questão de pesquisa, objetivos, justificativa e metodologia adotada;

**Capítulo 2:** abrange a fundamentação teórica utilizada no desenvolvimento da dissertação. É composto por quatro subcapítulos principais: contemporaneidade, design, moda e artesanato;

**Capítulo 3:** a fundamentação teórica se desenvolve nesse capítulo, que trata, também, da relação tríade **DMA** apresentada por meio de cinco referências de práticas contemporâneas;

**Capítulo 4:** engloba os materiais e métodos, com pesquisa de campo e documental. Inclui o método da coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas;

**Capítulo 5:** é referente à descrição e às análises dos dois estudos de caso, Ateliê Marlene Brandão e Confecção Prata Couro. Reúne a apresentação do conteúdo e argumentos que auxiliam na reflexão dos resultados finais e no cruzamento de dados levantados nas duas empresas;

**Capítulo 6:** apresenta os resultados – a análise comparativa das duas empresas estudadas (Marlene Brandão e Prata Couto) sob a ótica do design, da moda e do artesanato. A análise é apresentada de forma dissertativa, através de imagens, quadros, tabelas e textos, focalizando processos de criação, produção, práticas projetuais, métodos de capacitação e mercado;

**Conclusão:** reúne as conclusões obtidas no decorrer da investigação e a proposição de contribuições para a comunidade científica e comunidades artesãs têxteis.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico aqui apresentado visa a subsidiar o entendimento da inter-relação **DMA** à luz da contemporaneidade. Nesse sentido, busca-se, inicialmente, construir uma chave de leitura da contemporaneidade propriamente dita, de modo a introduzir a discussão dos campos estudados, **DMA**, primeiro individualmente e, em seguida, de forma correlacionada. Reconhece-se que há escassez de bibliografia aprofundada com esta última abordagem.

### 2.1 CONTEMPORANEIDADE

Esse tema será explorado a partir de três conceitos identificados na literatura especializada: contemporâneo, pós-moderno e hipermoderno.

Agamben (2009, p. 69) observa que a contemporaneidade se fundamenta na relação do tempo presente com sua origem. Não a origem situada no passado cronológico, mas aquela que se apresenta como um devir histórico e se processa continuamente no tempo. O autor ilustra essa relação entre tempo e espaço ao referir-se à existência de “uma criança que continua a agir na vida psíquica do adulto” ou daquele embrião que “não cessa de operar agindo nos tecidos do organismo maduro”. Tais imagens evocam o significado de evolução, no qual não se ignora o início de um processo e a partir do qual ocorrem transformações ao longo do tempo, dando origem ao novo que é manifesto no contemporâneo.

O autor dirige o pensamento sobre a contemporaneidade ancorado na obra de Nietzsche (1874), e conclui que aquele que é realmente contemporâneo e pertence ao seu tempo não se ajusta a ele:

Pertence verdadeiramente ao seu tempo, é verdadeiramente contemporâneo, aquele que não coincide perfeitamente com este, nem está adequado às suas pretensões e é, portanto, nesse sentido, inatual; mas exatamente por isso, exatamente através desse deslocamento e desse anacronismo, ele é capaz, mais do que os outros, de perceber e apreender o seu tempo. (AGAMBEN, 2009, p. 59).

Compreende-se que sucede um desajuste do indivíduo, do tempo e espaço, conformando um lugar incógnito. Nessa perspectiva, Favaretto (2012, p. 5) considera que é preciso configurar e decifrar a “paisagem desconhecida, indeterminada” da contemporaneidade. Para tanto, é necessário um “mergulho no heteróclito e na diferença, aí procurando inventar um ponto estratégico para fazer face à indeterminação”. Pode-se concluir que esse espaço inexplorado tem marcas de transformações que ocorrem nas esferas políticas e econômicas e nas práticas culturais que regem o mundo e ainda precisam ser dimensionadas para que se entendam as sociedades atuais.

Para compreender a pós-modernidade, busca-se em Jameson (1985) uma reflexão a respeito dos sintomas da nossa época, que o autor revela estar associada à modificação sistêmica do capitalismo em si.

Jameson (1985) aponta que um dos reflexos da pós-modernidade, que chama de “pastiche”, está associado à estilização esvaziada pela transformação do passado histórico, em que tudo pode ser mercadorizado e consumido. O autor faz comparações entre a condição moderna e a pós-moderna, e revela que o modernismo ensinado em escolas e universidades é colocado agora como um cânon, o que “esvazia” o movimento “de todo velho potencial subversivo” (JAMESON, 1985, p. 17). No modernismo acreditava-se na possibilidade de transformação das zonas da natureza arcaica ou velha pelo trabalho. Já no pós-modernismo, perde-se o sentido de qualquer distinção entre a realidade e a cultura. Jameson aponta que a pós-modernidade construiu-se na alienação histórica da realidade, baseada no processo de mercantilização e do puro consumo gerado da ampliação dos valores dos *commodities* e da “lógica cultural do capitalismo tardio”. (JAMESON, 1985, p. 17)

Já na visão de Harvey (1989), as mudanças culturais que caracterizam o mundo complexo contemporâneo afetam a vida dos indivíduos através de novas percepções e experiências decorrentes desse período histórico, definido como tempos pós-modernos. O autor observa, a partir da reflexão sobre o termo pós-moderno, que essas transformações significaram uma ruptura artística, cultural e política progressista, impulsionada pelo próprio modernismo:

[...] não é mudança de paradigma, é um conjunto pós-moderno de pressupostos, experiências e proposições de um período já

existente. Entre 1968 e 1972 o movimento pós-moderno surge após libertar-se dos movimentos antimodernistas dos anos 60. É na arquitetura urbana que o pós-modernismo se manifesta no seu sentido amplo como uma ruptura com a ideia modernista de que o planejamento e o desenvolvimento devem concentrar-se em planos urbanos de larga escala, de alcance metropolitano, tecnologicamente racionais e eficientes, sustentados por uma arquitetura despojada. (HARVEY, 1989, p. 256).

A vida pós-moderna está marcada pela experiência de compressão do espaço e do tempo gerada pelo encolhimento do mapa do mundo por meio das inovações tecnológicas nos transportes e comunicações, levando a uma sociedade global sem fronteiras e à aceleração do tempo aplicado na produção, na troca e no consumo (HARVEY, 1989, p. 256). O autor ressalta que os pensamentos reprimidos submetidos às ideologias do modernismo podem se manifestar e prevalecer no período seguinte, denominado pós-modernismo (HARVEY, 1989, p. 49). Essa constatação é reforçada à luz do pensamento de Nietzsche, a partir do qual Harvey observa “que não há como afinar-se ou lidar com o caos da vida moderna com o pensamento racional” (HARVEY, 1989, p. 49).

Enfatizando o sentido do termo pós-moderno e sua relação com as mudanças culturais nas práticas do cotidiano das sociedades contemporâneas, Featherstone esclarece que moderno e pós-moderno são termos genéricos, e que o prefixo pós refere-se ao rompimento com o moderno, ao qual se contrapõe. O autor entende que o termo pós-moderno ainda é “relativamente indefinido, uma vez que estamos apenas no limiar do alegado deslocamento” (FEATHERSTONE, 1995, p. 32). Nesse sentido, afirma que o pós-modernismo foi significativo para as artes e as disciplinas de humanidades, centrais na cultura contemporânea (FEATHERSTONE, 1995, p. 29).

Harvey revela que o pós-modernismo abandona a ideia de progresso, “todo sentido de continuidade e memória histórica”, e, ao contrário, “desenvolve uma incrível capacidade de pilhar a história e absorver tudo o que nela classifica como aspecto do presente” (HARVEY, 1989, p. 57-58).

Outro ponto de vista, que complementa e contribui para o entendimento do fenômeno estudado, está no discurso de Lipovetsky e Sebastien (2004):

Em minha mente, o pós-moderno implicava descontinuidade e continuidade, um estágio decerto pós-revolucionário, pós-disciplinar, pós-autoritário, mas ele também se inseria entre os corolários da

lógica laica democrática e individualista – donde a ideia de “segunda revolução individualista”. (LIPOVETSKY; SEBASTIEN, 2004, p. 113).

Os autores apontam que a noção de pós-modernidade surgiu na década de 1970 e que o conceito foi desenvolvido por alguns intelectuais a fim de explicar a cultura da sociedade da época. Para eles, o neologismo pós-moderno definia as transformações sociais e culturais no contexto da expansão do consumismo e da comunicação de massa, contudo, o termo tornou-se ambíguo e vago nos tempos atuais. Hoje, esse conceito está em desuso e já não pode sustentar os fenômenos culturais, econômicos e sociais do aqui-agora (LIPOVETSKY; SEBASTIEN, 2004, p. 51-52).

Segundo os mesmos autores, hipermodernidade é o que se segue à pós-modernidade. Esse tempo é caracterizado pelo hiperconsumo, hipernarcisismo, hipermodernização do mundo técnico-científico, desregulamentação econômica e individualismo extremo levado à busca incessante dos desejos de prazer e à realização individual (LIPOVETSKY; SEBASTIEN, 2004, p. 53).

Diante dessas múltiplas explicitações, constata-se que as questões da contemporaneidade se encontram inconclusas, o que, portanto, nos permite refletir sobre sua complexidade e, a partir desta, suas possibilidades, perspectivas, interseções e trocas entre conjuntos de conhecimentos. Pensar a relação **DMA** é uma possibilidade que emerge nesse cenário, em que fronteiras são diluídas, o que permite levantar questionamentos capazes de estabelecer estratégias inovadoras nos contextos social, estético e econômico, mesmo a partir de práticas tradicionais ou há muito estabelecidas.

Há que se destacar que, diante das mudanças e da complexidade contemporânea, o capitalismo exacerbado gera o consumismo, e as mídias da comunicação de massa, nos meios impressos, eletrônicos e digitais, concentram aspectos determinantes para as áreas de design, moda e artesanato. Conforme aponta Featherstone, na cultura contemporânea, o usuário adota condutas e procedimentos a fim de adequar e promover sua classificação visível do mundo social, em que economias de prestígio convivem com bens escassos que classificam o status de seu portador. A denominada “cultura do consumo” usa imagens, signos, e bens simbólicos de sonhos, desejos e fantasias que sugerem realização emocional, o prazer narcísico. A estetização na vida cotidiana se dá por meio do

rompimento de barreiras e fronteiras entre o real e a imagem, entre a vida e a arte diante das novas experiências culturais e modos de significação que são produzidos e engendrados em todas as esferas que povoam o cotidiano (FEATHERSTONE, 1995, p.123).

A seguir, serão discutidos o significado e o papel do design na sociedade atual, delineando o olhar adotado neste trabalho.

## **2.2 DESIGN**

O conceito de design é desenvolvido por diversos autores, sob perspectivas variadas que vão desde a etimologia do termo até relações ideológicas, políticas, econômicas, sociais e culturais. Nesta pesquisa, pretende-se explorar o design como processo cultural do homem frente às mudanças da sociedade, abordando o conteúdo da interdisciplinaridade e o design contemporâneo como o campo que compatibiliza vários saberes relacionados aos processos criativos e modos de produção e de comunicação.

O design é essencial para a qualidade de vida das pessoas, é inerente ao ser humano e tem a qualidade de elemento propulsor de mudança. Para moldar o mundo e solucionar necessidades, constituem-se formas e estruturas dando sentido às nossas vidas, segundo Heskett (2008, p.13-14). Fazer design é uma capacidade consequente da evolução do cérebro humano e do aperfeiçoamento do fazer com as mãos para transformar o mundo e seu meio, adaptando-se “simultaneamente às muitas mudanças tecnológicas, organizacionais e culturais” (HESKETT, 2008, p.14). Nesse sentido, observam Stout e Chaminade (2009, p. 85) que o evento da pedra lascada como ferramenta existiu em quase todas as sociedades humanas nos últimos 2,5 milhões de anos. Os autores consideram-no um protótipo da habilidade humana que demonstra sua capacidade para planejar e solucionar problemas ao coordenar funções motoras e perceptivas de forma pragmática e colaborativa.

Essa atividade em constante evolução consiste na criação de objetos com funções designadas: vestir, adornar, transportar, abrigar, armazenar, cozer, etc. Esse repertório de objetos e usos é modificado simultaneamente pelas implicações e

influências das culturas e sociedades (MOURA, 2003, p. 11). O contexto em que se inserem os objetos é determinante para conformar seu uso e valor.

### 2.2.1 Definições de design

Para Schneider (2010, p. 197), é impraticável a busca de uma definição única para o termo design, uma vez que ao longo da história, desde o “*disegno*” utilizado no Renascimento italiano até hoje, seu sentido se altera e seu campo de aplicação expande-se de modo contínuo. Atualmente, o design não se restringe apenas a objetos concretos. Sua prática engloba “programas de computador, sistemas de organização e serviços, forma de apresentação de empresas”, entre outros exemplos. O vocábulo denomina, ainda, diferentes etapas de trabalho – de procedimentos (o ato ou atividade de projetar) a resultados (um design, um esboço, um plano ou modelo) – e também produtos (por meio do design de objetos). Além disso, o design é aplicado para fazer uma comunicação apropriada e cuidar dos vários aspectos do projeto de um produto.

Cardoso (2008, p. 20) busca a definição do termo design na etimologia da palavra originada do inglês, referindo-se à ideia de plano, desígnio, intenção, quanto à configuração, ao arranjo e à estrutura. No verbo em latim *designare*, encontra os sentidos “de designar e de desenhar”. Com base nesses significados, observa-se que o termo é ambíguo desde sua origem mais remota. Por um lado, indica o ato de projetar, conceber e atribuir; por outro, o de configurar, registrar e formar. O autor conclui que a maioria das definições explica “o design como uma atividade que gera projetos” e atua na união dos dois âmbitos conferindo “forma material a conceitos intelectuais” (CARDOSO, 2008, p. 20).

Encontra-se, nas reflexões de Bomfim (2004), design como práxis e forma de produção do saber, cuja relação é intrínseca a outras áreas que se caracterizam pela interdependência ideológica. Seu ponto de vista se dá a partir de um estudo comparativo entre diversas definições de design. O autor conclui que essa atividade é designada à configuração de objetos de uso e sistemas de informação. É uma prática embasada em teorias que têm duas funções: fundamentação e crítica, e teoria e prática fazem parte de um mesmo processo em que o desdobramento, pré-

determinado por valores que aspiram a uma utopia, visa a atingir uma situação ideal. O design depende de decisões das instituições que operam no poder sobre a sociedade, por meio de alinhamentos de ordem “política, ideológica, social econômica, etc. determinados por partidos políticos, sindicatos, associações de classe” (BOMFIM, 2004, p. 17-18).

Bonsiepe (2011, p. 29) pondera que o design nem sempre é uma ferramenta de dominação; pode ser usado por interesses hegemônicos, mas não necessariamente. O autor se dedica a pensamentos que envolvam problemas projetuais específicos ao desenvolvimento do design, seus aspectos culturais, econômicos, sociais e a relações entre projeto e política em suas obras. Para Bonsiepe (2011, p. 13), o conceito de “projeto” e o termo “design” têm diferentes conotações: enquanto “projeto” se refere ao que cria e produz “artefatos materiais e simbólicos” dentro de um contexto cultural, político, econômico e social, “design significa um modo da atividade projetual do capitalismo tardio”, que se difundiu globalmente a partir dos anos 1970.

O autor se refere ao design como “discurso projetual” e adverte que há uma escassez de debates, atualmente, a respeito dessa “atividade projetual”, em contraposição ao que ocorre com a popularização da palavra design. Segundo o autor, “simultaneamente à expansão semântica horizontal há um estreitamento e redução semântica vertical”. Para acentuar sua crítica à estetização da mercadoria, Bonsiepe (2011, p. 17) ainda nomeia e elabora uma vasta lista que denuncia como as “palavras da moda”, que tomaram lugar do conceito original do termo. São elas: *branding*, liderança, competitividade, globalização, vantagens competitivas, *life-style design*, diferenciação, design estratégico, design emocional, design divertido, (*fun design*), design de experiências, design inteligente, entre outros.

Bonsiepe (2011, p. 29) reforça sua crítica ao discurso “harmonizador”, bastante utilizado pelo marketing, sobrepondo-se ao discurso projetual. O autor também declara que a prática projetual lida inevitavelmente com contradições, como, por exemplo, os recursos ambientais *versus* a satisfação de necessidades. Esses problemas não se resolvem dentro do escopo de design sustentável, ou a lógica de recursos, mas é urgente expandir o conceito à demanda da sustentabilidade social ou de inovação social. É necessário esclarecer essa “crítica discursiva projetualmente”. Segundo o autor:

A contradição mais forte à qual a atividade projetual está exposta jaz na distância entre o que é socialmente desejável, tecnicamente factível, ambientalmente recomendável, economicamente viável e culturalmente defensível. (BONSIEPE, 2011, p. 29).

### **2.2.2 O design e a configuração do objeto**

Deforge (1996, p. 21) aponta que é inerente a qualquer objeto de natureza técnica produzido pelo ser humano ter duas funções: a utilitária e a simbólica. O autor afirma que essas funções podem ser alteradas de diversas formas. Especificamente sob o ponto de vista do consumidor, o objeto pode ter grande utilidade e pouco valor simbólico, ou aquilo que é utilitário pode ter valor simbólico e vice-versa. O significado de utilitário por si pode ganhar outros sentidos, como o de pureza, perfeição e completude. Pode também ser aplicado aos objetos não utilitário, objetos decorativos e estéticos (DEFORGE, 1996).

Se o objeto de design está alicerçado nos valores dados pelos usuários, por outro lado ele se caracteriza por sua aparência. Forma e conteúdo são os elementos integrados que essencialmente constituem o objeto de uso ou o sistema de informação. Bomfim e Portinari (2014, p. 122) definem forma como a configuração dos elementos da percepção (cor, superfície, proporção, textura, entre outros) e conteúdo como a essência e o caráter do objeto. Essa unidade depende dos processos de produção (custos, possibilidades tecnológicas de fabricação, materiais, estoque, embalagem, distribuição, atendimento a leis e direitos de propriedade, etc.) e de sua utilização (funcionamento técnico, adaptação ao uso, possibilidades de manutenção, conservação, reciclagem, etc.).

Bürdek (2006, p. 258) amplia a discussão da configuração do objeto afirmando que não se trata apenas da forma, mas da configuração de contextos e da compreensão dos significados das coisas em substituição ao modo como elas são feitas. Já Löbach (2011, p. 26) destaca outro aspecto, anterior à criação do objeto. O autor explica a “necessidade” como estado de insuficiência que impulsiona o ser humano a buscar soluções para eliminar condições não desejadas de falta. Afirma, ainda, que a satisfação é a principal “motivação de atuação do homem”.

Ao contrário das necessidades, as “aspirações” não se originam das carências, mas surgem em decorrência de pensamentos ou fluxo de ideias de forma natural e espontânea e podem ser satisfeitas por um objeto que, como tal, passa a ser desejado. O autor conclui que é possível alcançar a satisfação tanto para atender às necessidades humanas quanto para a realização de aspirações por meio do uso de objetos (LÖBACH, 2011, p. 27). Ele reconhece que o sentido da satisfação das necessidades não se encerra apenas na utilidade física do objeto, mas pode servir às necessidades estéticas, proporcionando a saúde psíquica (LÖBACH, 2011, p. 35).

Bomfim (2014, p. 17) argumenta que os produtos se prestam como instrumentos para a realização de utopias, por um lado, como um ideal distante de ser alcançado, por outro, como o real possível. Fazem parte da relação entre indivíduos, sociedade e contexto material e temporal (meio ambiente). Juntos formam um conjunto de valores, incorporados aos objetos usados por indivíduos. Esses objetos são avaliados por sua eficiência, por meio de qualidades (útil, prático, etc.). Critérios éticos (o bem e o mal) também podem fazer parte da avaliação dos atos e atividades que envolveram o objeto, da mesma forma como critérios estéticos (o belo, o trágico, etc.) podem qualificar os objetos. Nesse sentido, o autor aponta os riscos e possibilidades que surgem dos diferentes interesses de grupos distintos da sociedade após a legitimação de uso de objetos e fatos que logo são transformados em leis, normas ou critérios para conduzir o trabalho da sociedade.

Em Moura (2012), o design é observado como campo de produção de produtos, sistemas e estilos de vida, mas também como ação contemporânea de linguagem. Moura (2011, p. 8-10) aponta que o design contemporâneo se caracteriza pela composição de diferentes saberes e conceitos, fusão de diversas áreas e rompimento de dogmas e fronteiras. Cardoso (2012, p. 93) atenta para o fato de que, no contemporâneo, “são múltiplos os modos de criar correspondências entre design, memória e identidade”.

Ainda dentro da perspectiva da contemporaneidade, destaca-se, na visão de Cardoso (2012, p. 159), o ciclo de vida do objeto. A ideia de produto, segundo o autor, refere-se somente a uma fração da existência dos artefatos que corresponde ao “período de vida útil que vai da fabricação até o descarte”. Da mesma forma, o termo mercadoria, adotado pelos economistas, descreve tão somente o artefato no curto período em que ele está à venda. “Ambas são visões essencialmente

centradas no proveito que pode ser tirado do artefato, seja em termos do seu aproveitamento pelo uso ou sua realização como lucro.” Mas, diante dos problemas ambientais da atualidade, o artefato deve ser visto “como cultura material, ou seja: o vestígio daquilo que somos como coletividade humana. [...] O conjunto de todos os artefatos que produzimos reflete o estado atual de nossa cultura”.

## 2.3 MODA

A conceituação do *termo* moda vem sendo fundamentada por pensadores de diferentes áreas, como arte, design, economia, sociologia, comunicação, filosofia, psicanálise e psicologia social. Como *discurso*, a moda é abordada por vários pensadores, entre eles psicólogos, filósofos e sociólogos, tanto em seus aspectos históricos, no âmbito das sociedades, a partir do final da Idade Média do Ocidente, quanto em suas manifestações contemporâneas, como fenômeno sociocultural e socioeconômico mundial.

A moda pressupõe o contexto de uma sociedade de recursos abundantes, como na Europa do início do Renascimento, em que se estabelecia um desenvolvimento econômico considerável, criando condições para mudanças culturais e com uma lógica de mudanças relativamente rápidas nos modos de vestir das pessoas, segundo Svendsen (2010, p. 23). Para o autor:

A moda não é universal. Não é um fenômeno que exista em todas as partes e em todos os tempos. Suas raízes não estão nem na natureza nem em mecanismos de grupos em geral. Mas desde que surgiu pela primeira vez em uma sociedade, levou um número cada vez maior de outras sociedades e áreas sociais a seguirem sua lógica. (SVENDSEN, 2010, p. 22).

Segundo Crane (2013 p. 43), a moda tem o atributo de gerar “constantemente novos significados aos artefatos” e de “redefinir identidades sociais”. Ela permite introduzir novos estilos e forjar as diferenças que residem na tensão das fronteiras sociais.

De acordo com Houaiss (2009), a definição do termo moda parte de seu significado etimológico, proveniente do francês *mode* (modo ou costume), que

provém do latim *modus* (modo ou medida). Tem relação com escolhas feitas a partir de critérios objetivos e subjetivos associados ao gosto individual e coletivo. Ainda que esteja geralmente relacionado a vestuário, tecidos e adornos, o conceito de moda pode ser aplicado de maneira geral a tendências repetitivas de uso de qualquer objeto ou produto, bem como a condutas e maneiras (HOUAISS, 2009).

Segundo Crane (2013, p. 29) focaliza em sua teoria que a moda permite a todas as pessoas que se apropriem de estilos e expressem sua identidade incorporando os padrões e usos oferecidos pelas empresas do vestuário.

O estudo de moda propõe um exame de seus vários aspectos. Busca-se aqui, inicialmente, explorar os significados de vestuário, roupa e moda e o contexto em que os conceitos se fundem ou se separam. Mais adiante, são aprofundados os aspectos que definem a ideia de moda na contemporaneidade.

### **2.3.1 Definições de vestuário**

De acordo com Houaiss (2009), a etimologia do termo “vestuário” vem originalmente do latim medieval, *vestuarius*, que significa traje, roupa ou um conjunto de roupas acompanhadas de complementos e acessórios que compõem o traje. Segundo Mello e Saback (2008, p. 36), o vestuário está associado a roupas e adornos que cobrem os corpos dos indivíduos. Observa-se, em Houaiss (2009), que o vocábulo “vestuário” contempla, em seu significado, o termo “roupa”, definido como peça ou conjunto de peças de vestir, traje, qualquer tecido que sirva para adorno, cobertura, etc., qualquer peça de tecido de uso doméstico, e “vestimenta”, que significa peça de roupa que serve para vestir qualquer parte do corpo; vestidura.

Desde sua origem os seres humanos desenvolveram a vestimenta desde, quando servia apenas para resguardar o corpo do ambiente, até que ela se transformasse em vestuário, “demonstrando o desenvolvimento social, cultural e econômico das civilizações”, de acordo com Italiano (2012, p. 2). Na concepção de Gilligan (2010, p. 17), para os primeiros seres humanos, o vestuário era uma forma de isolamento do ambiente e servia de proteção primária à pele, auxiliando na regulação térmica do corpo. Pressupõe-se que vestir um abrigo, nos tempos primordiais, implicava nas primeiras percepções que os seres humanos tiveram de

si, em relação a outras coisas do entorno, e da forma como os corpos interagem com o mundo.

Ainda que não esteja dentro do conceito de moda, para as sociedades não ocidentais e pré-industriais o vestuário tem diferentes sentidos, e em diferentes graus pode expressar riqueza e status, segundo Maynard (2013). Para o autor, mesmo que não esteja ligado à renovação constante de formas, nunca é estilisticamente estático, mas, pelo contrário, pode incorporar novos elementos e ligeiras mudanças de estilo. Assim, observa-se na história do vestuário um atributo intrínseco ao ser humano de seu desejo de representação e de forma de expressão identitária.

A partir dessa perspectiva, de acordo com Svendsen (2010, p. 22), “o impulso para se enfeitar não é em absoluto um fenômeno recente da história humana, mas as coisas com que as pessoas se enfeitavam no mundo pré-moderno nada tinham a ver com a moda”.

A evolução das roupas, da proteção à moda, passou por formas complexas, adquirindo funções sociais e representações simbólicas. Essa transição pode ser compreendida em Dorfles (1979, p. 22), ao citar o caso da modificação artificial do corpo, em que as tatuagens e adornos usados antes em rituais com finalidade de magia e de higiene passam a ser disseminados em grupos sociais como adorno, a fim de destacar a individualidade em meio à multidão e ao anonimato numa sociedade contemporânea. Conclui-se que o vestuário foi transformado em moda quando elementos essencialmente funcionais passam a ser utilizados com motivação estética e como símbolo de status.

### **2.3.2 Conceito de moda**

De modo geral, quando se fala em moda, a associação imediata e mais comum é com a ideia de vestuário e, conseqüentemente, de roupas, vestimenta. Segundo Avelar (2011, p. 27), o primeiro entendimento do termo “moda” em seu sentido sociológico está associado à “dinâmica social de imitação e de especificação” que surge no período do Renascimento, no século XV, vinculada à ascensão da burguesia, que procurava reproduzir as vestimentas e os hábitos da

aristocracia. Segundo as observações de Svendsen (2010, p. 26), ancoradas na obra de Kant, “a ideia do novo é uma característica da moda e a novidade torna a moda sedutora”.

Avelar (2011, p. 170) sustenta que a “novidade” é um atributo da moda que surge no contexto de uma crescente sociedade de consumo, dinâmica que se exacerbou com sua apropriação pela indústria da moda.

Outros aspectos que definem moda são introduzidos por Crane (2013, p. 21), ao direcionar a discussão para a função social da moda, reconhecendo-a como um conjunto de normas e códigos que participam da construção da identidade do indivíduo.

Para Lipovetsky (1989, p. 11), a moda adquiriu identificação como sistema, com suas metamorfoses incessantes e extravagantes, no final da Idade Média, com a ascensão dos valores e significações culturais modernas que marcariam o Renascimento, exaltando o novo e a expressão da individualidade. Esse contexto é, segundo o autor, o berço do sistema da moda tal como o conhecemos hoje.

A partir dessa perspectiva, observa Lipovetsky (1989, p. 24), a renovação das formas se tornou algo corriqueiro na alta sociedade; transformar é regra permanente. A moda vai além do vestuário, articula-se com o mobiliário, com os objetos decorativos, com a linguagem, as maneiras, os gostos e as ideias. Svendsen (2010, p. 12) relaciona esse fenômeno com a questão da predileção do indivíduo, pois, ao referir-se à moda como “um mecanismo, uma lógica ou uma ideologia geral”, enfatiza que o termo moda não está relacionado somente a roupas e que sua extensão vai muito mais além. A partir da obra do filósofo Adam Smith, o autor observa que a moda “se aplica antes de tudo a áreas em que gosto é um conceito central” (SVENDSEN, 2010, p. 14).

A lógica da moda tratada como um elemento do modo de vida de um indivíduo é que culmina na percepção de moda como fenômeno cultural. Seguindo esse raciocínio, Cidreira (2010, p. 242) aponta que a moda está, de fato, relacionada com o modo de ser de um indivíduo “pois ela é quem oferece ao ser a sua possibilidade concreta de apresentação, aparição encarnada num corpo”. Para a autora, a aparência corporal é mais que um subproduto da vida social. A moda está ligada à construção de identidade, faz parte de uma dinâmica social e é geradora de cultura. Crane (2013, p. 22) endossa essa ideia: “as roupas, como artefatos, ‘criam’

comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes”.

Conclui-se que, desde sua origem, a moda cumpriu a função de indicar status social e foi se transformando junto com as mudanças nas estruturas sociais, econômicas e culturais. No contexto das sociedades contemporâneas, Lipovetsky aponta que a moda ocupa lugar de domínio, pois:

A sedução e o efêmero tornaram-se, em menos de meio século, os princípios organizadores da vida coletiva moderna; vivemos em sociedades de dominante frívola, último elo da plurissecular aventura capitalista-democrática-individualista. (LIPOVETSKY, 1989, p. 12).

O autor esclarece que a soberania do processo de moda se manifesta na “sociedade de consumo”, tão marcada pela contemporaneidade nos modos de produção e consumo de massa sob a “lei da obsolescência”. Pode-se reconhecer esse quadro, por meio “da abundância das mercadorias e dos serviços, culto dos objetos e dos lazeres, moral hedonista e materialista” (LIPOVETSKY, 1989, p. 159).

Assim, compreende-se que, no contexto contemporâneo, organiza-se uma nova lógica da moda mais voltada à aparência, à identidade, ao prazer, à sedução, submersos nos objetos instrumentados por informação, mídia, tecnologia, etc. A diversidade de possibilidades de leitura desses fatos, em constante transformação, que ocorrem no mundo exige, portanto, um estudo aprofundado sobre os discursos neles contidos. A moda como uma das expressões soberanas da contemporaneidade é um dos meios dessa pluralidade de discursos, e para entendê-la é preciso decodificar suas linguagens.

Moura e Castilho (2013, p. 15) explicam a moda enquanto linguagem, definindo-a como portadora de um discurso construído por elementos próprios, gerados em distintos contextos, como ritos, técnicas, costumes e significados. O discurso também pode expressar desejos, segundo elucidam Castilho e Vicentini (2008, p. 133) ao ilustrar que, quando nos vestimos, construímos uma aparência e articulamos uma imagem para o outro.

Por esse mesmo caminho, Calefato (2004, p. 8) acrescenta que as “roupas são portadoras de significados e valores que dão forma a um sistema de objetos nos quais o corpo encontra espaço para identidades concretas e complexas”. A autora também analisa a moda contemporânea e explica que há uma diferença estrutural entre traje e moda. O primeiro se caracteriza por sua estabilidade e uniformidade,

estabelecendo uma relação de aproximação entre o indivíduo e sua comunidade, e se concretiza em oposição ao universo vertiginoso e metafórico da moda, em que uma peça de vestuário está ligada a uma condição cosmopolita. Já o segundo se faz num sistema próprio, incluindo a mediação entre o gosto e a mensagem recebida e filtrada através da relação entre signo, discurso e mundo sensível. Particularmente, a moda oscila entre uma orientação frente ao novo e a comunicabilidade imediata deste, como algo socialmente aprovado, provendo-lhe o valor de uma estética absoluta (CALEFATO, 2004, p. 9).

## **2.4 ARTESANATO**

O artesanato enfrenta, atualmente, um conjunto de desafios trazidos, sobretudo, pela influência da mídia de massa, que atua em todos os meios de comunicação, com informações pulverizadas e sem compromisso estético ou cultural.

Observa-se que, no Brasil contemporâneo, o artesanato é criado e produzido de formas diversas e por diferentes grupos sociais e culturais. Tem sido há décadas uma alternativa de renda para muitos produtores de artesanato que já participaram de programas de incentivo à geração de renda promovidos por organizações não governamentais e por políticas públicas ou pela iniciativa privada.

A arquiteta Lina Bo Bardi e o designer Aloísio Magalhães já se envolviam, em meados do século passado, em propostas que buscavam criar alternativas para a inserção da produção artesanal tradicional no cenário moderno. De acordo com Anastassakis (2007), ambos buscavam construir pontes entre as produções industrial e artesanal, ela sugerindo que o design brasileiro buscasse raízes autênticas no artesanato tradicional, ele estimulando a criação de políticas públicas para o desenvolvimento do artesanato com respeito às características locais. As reflexões desses dois pensadores, segundo Anastassakis (2014, p. 35), estão associadas a uma visão antropológica, isto é, ambos defendem que as práticas profissionais no país devem estar comprometidas com os contextos culturais a partir de onde se realiza o trabalho. Muitos intelectuais se utilizam desse pensamento na

criação e na condução de políticas públicas ligadas às questões do artesanato, à arte, ao patrimônio cultural, à arquitetura e ao design no Brasil, e esse tem sido tema recorrente de debates entre diversos pensadores.

#### **2.4.1 Definições de artesanato**

Artesanato é resultado da relação entre homem e trabalho. Compreende modos de fazer com as mãos, habilidades, técnicas de execução e conhecimento. É um ofício intrinsecamente ligado à dedicação de tempo e a um modo de fazer que se expressa no domínio do detalhe. Também está relacionado ao domínio de todo o processo envolvido no desenvolvimento de uma peça ou objeto. Sennett (2009, p. 19) refere-se à “habilidade artesanal” como impulso intrinsecamente humano e básico em que se realiza o trabalho bem-feito e bem capacitado por si mesmo. O autor define a expressão sob um aspecto amplo que compreende o trabalho realizado por qualquer profissional como, por exemplo, o médico, o artista, o programador de computador, e não somente pelo artesão. Segundo Ingold (1993, p. 433), habilidade é forma de conhecimento e uma forma de prática, ou seja, é conhecimento prático e prática de conhecimento. Lima endossa que o artesanato está associado à cultura da humanidade:

Durante milênios foi o único modo que se tinha de fazer objetos. O mundo humano foi feito à mão. Se pensarmos no volume de objetos que já se produziu, manualmente, percebemos que é uma coisa impressionante e incalculável mesmo, porque acompanha o tempo da própria humanidade. (Lima, 2003 p. 189).

Compreendemos, portanto, que artesanato no sentido da práxis está ligado ao surgimento dos primeiros objetos artesanais, como os utensílios feitos de lascas de pedra, ossos ou madeira, usados para caça ou proteção, e remonta à Era Paleolítica.

A palavra “artesanato” tem significado e associações complexas. É necessário esclarecer as diferentes compreensões do termo, à medida que sua leitura varie nos contextos contemporâneo ou tradicional. Nesse sentido, é importante o estudo etimológico, que ajuda a identificar a utilização da palavra em realidades (supostamente) distintas.

Segundo Houaiss (2009), “artesanato” deriva da soma das formas radicais “artesan” + “ato”. Enquanto “artesan” está ligado a artesão, “ato” vem do latim *actus,us* que significa movimento, impulso, etc., no sentido “daquilo que se faz ou se pode fazer”. Já a palavra “artesão” vem do italiano “*artigiano*”. Nos dicionários italianos, “*artigiano*” é aquele que pratica uma arte manual por sua própria conta em sua oficina. Trabalha sozinho ou com membros da família e ajudantes (ALDO, 2015). Constata-se que apesar de “*artigiano*” ser a origem italiana da palavra artesão, elas têm significados diferentes quando contextualizadas em diferentes países.

Houaiss (2009) define artesanato como um trabalho de “arte e técnica” feito por um artesão de maneira não industrializada “que escapa à produção em série” cujo objetivo é utilitário e artístico. O mesmo autor define o artesão como a pessoa que “pratica arte ou ofício que dependem de trabalhos manuais”. Assim, podemos considerar que artesanato é associação entre o saber e o fazer e reafirma a ligação arte-artifício.

O sentido também pode ser explorado por meio da definição de produtos artesanais, adotada, por exemplo, pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (**UNESCO**) em documentos elaborados em 1997, nas Filipinas. Segundo a instituição, produtos artesanais são:

[...] os produzidos por artesãos, totalmente à mão ou com a ajuda de ferramentas manuais, ou, ainda, com a utilização de meios mecânicos, desde que a contribuição manual direta do artesão seja o componente mais importante do produto acabado. São produzidos sem limitação de quantidade e utilizam matérias-primas procedentes de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais se baseia em suas características distintivas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, vinculadas à cultura, decorativas, funcionais, tradicionais, simbólicas e significativas religiosa e socialmente. (UNESCO, 1997, p. 7).

Na visão de Lima (2003), o artesanato é referência cultural de resistência importante para um país e portador das habilidades tradicionais e técnicas que revelam e, por vezes, sustentam uma cultura local ou regional. Seus saberes, práticas, conhecimentos, capacidades, habilidades e técnicas são ligados ao modo de fazer e viver, intrínsecas às condições sociais, econômicas, culturais e ao acesso às informações de determinada comunidade. Segundo Leite (2003), caracteriza-se por sua forma de trabalhar e de solucionar problemas para a realização da produção, da escolha de materiais e matérias-primas à funcionalidade dos objetos e à capacidade de articulação com um mercado. A partir das perspectivas

apresentadas torna-se necessária a reflexão sobre as relações do artesanato com áreas afins, buscando reconfigurações que possam melhor aclimatá-lo para o desenvolvimento de suas aptidões, mais adequadas aos tempos atuais.

#### **2.4.2 O artesanato como ofício e sua condição no Brasil**

Franco Junior (2001, p. 54), em um estudo aprofundado sobre a Idade Média, introduz na história das corporações de ofício a ideia de artesanato como conhecimento e técnica de artesãos. Chamados apenas de ofícios – “*Métiers* na França, *Ghilds* na Inglaterra, *Innungen* na Alemanha, *Arti* na Itália” – esses grupos se formavam por questões religiosas, econômicas ou político-sociais. As corporações mais antigas eram de comerciantes; as de artesãos generalizaram-se depois do ano de 1120 e foram mais marcantes na economia mercantilista da Época Moderna que propriamente na Idade Média.

De acordo com Franco Junior (2001), uma corporação constituía-se de várias oficinas que produziam com exclusividade uma determinada mercadoria, sem que fosse permitida a concorrência. Cada oficina pertencia a um mestre. A seu lado trabalhavam um ou dois adolescentes aprendizes, que pagavam por aprendizado, alojamento e comida, além de jornaleiros (ou companheiros), que eram pagos, viviam em sua casa e podiam tornar-se mestres com o consentimento da corporação, desde que tivessem capital para montar a própria oficina e fossem aprovados na chamada prova de obra-prima – a partir do fim do século XIII, no entanto, a condição de mestre tornou-se hereditária, devido a questões econômicas. O autor ressalta que mesmo aqueles artesãos que não eram engajados em corporações oficiais organizavam-se em grupos para defender seus interesses.

O artesanato na perspectiva de uma organização social, como é o caso das corporações de ofício, nunca existiu no Brasil, segundo Lina Bo Bardi. A autora percorreu o país, em especial o Nordeste, onde trabalhou entre as décadas de 1950 e 1960, e, por meio de objetos coletados, imagens, artigos escritos, exposições e depoimentos, revelou o Brasil ancestral e popular. Qualificados como “fatura cultural”, “riqueza antropológica única”, os achados da pesquisadora carregavam a marca de sua história, de fatos “trágicos e fundamentais”. Tais objetos foram

denominados de pré-artisanato, conceito que se aplica a objetos feitos artesanalmente com material de descarte, utilizando técnicas tradicionais diversas, para suprir as necessidades básicas do próprio artesão, como, por exemplo, as roupas costuradas com retalhos. Para a autora, esse artesanato representava uma rica matriz antropológica e também uma importante referência para o desenvolvimento do design brasileiro (LINA BO BARDI, 1980, p. 13).

A imposição de valores exóticos, primeiramente pela história da coroa portuguesa e depois pela modernidade e pela industrialização globalizada, prejudicou a consolidação de uma estrutura cultural popular que fosse capaz de afirmar um desenvolvimento da cultura artesanal autêntica e autóctone no Brasil.

A partir de um contexto contemporâneo latino-americano, observa-se um paralelo nas reflexões de Canclini (1989) sobre as condicionantes ligadas à cultura popular. O autor afirma que “o popular” é excluído. É aquele que não possui patrimônio e não é reconhecido pela sociedade. Como os artesãos que não se tornam artistas, o indivíduo que não faz parte do mercado de bens simbólicos legítimos ou o público da cultura de massa que permanece marginal aos âmbitos universitários e de museus, não é capaz de ler e compreender a chamada alta cultura porque desconhece a história do conhecimento e dos estilos (CANCLINI, 1989, p. 192).

Magalhães (1985, p. 177-181) compartilha dessa visão, mas aponta também para outra perspectiva no que concerne à capacidade de criação, e afirma que é justamente a ausência de valores consolidados pela tradição que vem a disponibilizar do artesão brasileiro para a “invenção” arraigada em um fazer popular. O autor explica que, entre a ideia e sua concretização, o artesão cria seu trabalho de forma direta e espontânea, e que essa atitude demonstra que há um caminho e uma necessidade de evolução no sentido de aprimorar sua formação estética a fim de que se obtenham resultados mais bem-sucedidos. Observa-se que, há algumas décadas, programas de apoio de políticas públicas e de organizações não governamentais buscam formas para compensar esse tipo de disparidade.

### **2.4.3 Políticas públicas de apoio ao artesanato brasileiro**

Muitos países têm programas e ações de fomento ao artesanato, seja para proteger seu patrimônio cultural imaterial, seja para promover a geração de renda. Diante da diversidade e complexidade do tema, as organizações do setor precisam se balizar em convenções que fundamentem a formulação de seus programas e projetos.

Com base na Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial reconhecida pela comunidade internacional em 2003, estabeleceu-se o reconhecimento dos saberes e fazeres artesanais como patrimônio cultural e imaterial protegido por lei. No Brasil, segundo IPHAN (2009), 30 bens culturais já foram registrados como Patrimônio Cultural, sob a proteção do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (**IPHAN**). Entre eles está o Modo de Fazer Renda Irlandesa, que tem sua origem vinculada à aristocracia, mas na segunda metade do século XX surgiu como alternativa de trabalho, ocupando hoje mais de uma centena de artesãos de Divina Pastora/SE. A atividade foi inscrita no *Livro de Registro dos Saberes* do **IPHAN**, em 2009.

Noutra direção, foram elaboradas políticas que visam, em especial, a geração de renda através do artesanato. Para operacionalizar essas ações, foram estabelecidas diferentes formas de classificação do artesanato, relacionadas a aspectos específicos da criação, da técnica, do modo de fazer e dos materiais, bem como ao contexto no qual se inserem. Os variados critérios criados pelas organizações conformam suas políticas de atuação e o decorrente resultado das atividades em campo, os produtos e os objetivos atingidos.

A seguir, é apresentada a definição e/ou classificação de artesanato adotada pelas seguintes organizações: agência nacional do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (**SEBRAE** Nacional), **ARTESOL** e Programa do Artesanato Brasileiro (**PAB**). A autora desta pesquisa contactou as três organizações em 2016 para verificar a quantidade de artesãos atendidos por seus respectivos programas, mas nenhuma pôde oferecer dados atualizados. Uma delas justificou que há uma carência para o acesso a dados oficiais atualmente.

O **SEBRAE** Nacional atua em diversos estados e regiões do país, por meio do Programa Sebrae de Artesanato, e toma como base a “pluralidade da produção artesanal brasileira”, de acordo com SEBRAE (2010, p. 58). Para a instituição, artesanato é uma atividade produtiva feita manualmente que resulta em objetos e

artefatos feitos com destreza, qualidade e criatividade (SEBRAE; MASCÊNE, 2010, p. 28).

A **OSCIP ARTESOL** vem apoiando o trabalho de cerca de cinco mil artesãos em 17 estados, com base na seguinte definição de artesanato:

O objeto artesanal é definido por uma dupla condição: primeiro, o fato de seu processo de produção ser essencialmente manual; segundo, a liberdade do artesão para definir o ritmo da produção, a matéria-prima e a tecnologia que irá empregar, a forma que pretende dar ao objeto, produto de sua criação, de seu saber, de sua cultura. (ARTESOL, 2010).

Já o **PAB**, organização de fomento ao artesanato criada no âmbito do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, atua no país em parceria com as Coordenações Estaduais de Artesanato, cuja finalidade é “incrementar oportunidades de desenvolvimento do setor artesanal e gerar trabalho e renda”. Segundo publicação recente do órgão, artesanato é focado no indivíduo que detém um saber, uma habilidade, e que com suas mãos, ou eventualmente uso de ferramentas ou máquinas, transforma o material e produz algo com valor simbólico e identidade cultural (PAB, 2012, p.12). Os critérios que o **PAB** usa para classificar o artesanato brasileiro, muito embora se aproximem dos conceitos do **SEBRAE** Nacional, mantêm algumas nuances que os fazem distintos.

Observam-se, nas definições das três organizações, particularidades importantes que têm, em princípio, desdobramentos sobre a forma de atuação de cada uma delas, conforme mostra o Quadro (1). Para efeito de comparação, apresentam-se três categorias de artesanato – tradicional, de referência cultural e conceitual – que se integram aos programas citados.

**Quadro 1. Conceituações sobre artesanato por três organizações brasileiras**

	ARTESOL	SEBRAE	PAB
<p><b>Artesanato de tradição</b></p>	<p>Saber tradicional que manifesta no contexto de sua produção os modos de vida de quem o produz. Um artesanato que, diferentemente de outras categorias, guarda a memória de saberes tradicionais que se perpetuam e se renovam na arte de fazer. Esses saberes condensam experiências coletivas e demarcam formas de transmissão do conhecimento técnico e estético. Sua importância e seu valor estão no fato de obterem um passado e acompanhar em histórias transmitidas entre gerações.</p>	<p>Conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições, porém incorporados a 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 depositário 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.</p>	<p>Conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativos de suas tradições e incorporados à vida cotidiana, sendo parte integrante e indissociável dos seus usos e costumes. A produção, geralmente de origem familiar ou comunitária, possibilita e favorece a transferência de conhecimentos de técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e valor cultural decorrem do fato de preservar a memória cultural de uma comunidade, transmitida de geração em geração.</p>
<p><b>Artesanato de referência cultural</b></p>	<p>Valoriza a produção das técnicas artesanais e leva em seu resultado uma parcela de história do contexto de seu produtor. Resulta de uma invenção planejada de artistas e designers, unindo-se a artesãos. Essa união tem como foco a diversificação de produtos, sem deixar de lado seus traços culturais de grande representatividade.</p>	<p>Sua característica é a incorporação de elementos culturais tradicionais da região onde é produzido. É, em geral, resultante de uma intervenção planejada de artistas e designers, em parceria com os artesãos, com o objetivo de diversificar os produtos, porém preservando seus traços culturais mais representativos.</p>	<p>Sua característica é o resgate ou releitura de elementos culturais tradicionais da região onde é produzido. Os produtos, em geral, são resultantes de uma intervenção planejada com o objetivo de diversificar os produtos, dinamizar a produção, agregar valor e otimizar custos, preservando os traços culturais com o objetivo de adaptá-los às exigências do mercado e necessidades do comprador. Os produtos são concebidos a partir de estudos de tendências e de demandas de mercado, revelando-se como um dos mais competitivos do artesanato brasileiro e favorecendo a ampliação da atividade.</p>
<p><b>Artesanato conceitual</b></p>	<p>Desenvolvido por grupos de indivíduos com algum tipo de formação artística que imprimem em seus produtos algum conceito cultural e/ou ambiental e não se prendem aos aspectos da cultura regional. Predomina a produção de pequenas séries, cujo diferencial é a inovação. Sua evolução é rápida, sistemática. Diferentemente das outras categorias artesanais, o elemento principal que o caracteriza é a inovação a partir das categorias citadas acima, os produtos têm diferentes formas de uso. Podem ser adornos e acessórios (joias, bolsas e peças para vestuário, por exemplo), objetos de decoração, objetos educativos (utilizados em práticas pedagógicas) ou lúdicos (enquanto representantes do imaginário popular), artefatos religiosos (amuletos, imagens, oratórios, por exemplo) e, por fim, utilitários (têm importância funcional, não sobre seu valor simbólico, e são utilizados para atender às necessidades domésticas).</p>	<p>Produzido a partir de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou afinidade cultural. A inovação é o elemento principal que distingue esse artesanato das demais categorias. Por detrás desses produtos existe sempre uma proposta, uma afirmação sobre estilos de vida e de valores, muitas vezes explicitados por meio dos sistemas de produção utilizados, sobretudo àqueles ligados ao movimento ecológico e naturalista.</p>	<p>Resultante de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou afinidade cultural. A inovação é o elemento principal que distingue esse artesanato das demais classificações. Nesta classificação existe uma afirmação sobre estilos de vida e valores.</p>

Fonte: elaborado pela autora desta pesquisa com base nos conceitos definidos por SEBRAE, PAB E ARTESOL, 2016

As três perspectivas que aparecem nessa tênue diferenciação apontam importantes particularidades, como mostra o Quadro 2.

**Quadro 2. Resumo da visão das três organizações**

ORGANIZAÇÃO		SEBRAE	PAB	ARTESOL
ARTESANATO TRADICIONAL	FOCO	Conjunto de artefatos representativos de uma cultura.	Conjunto de artefatos representativos de uma cultura.	Saber tradicional; manifesta no contexto de sua produção os modos de vida de quem o produz.
	VALOR	Valor cultural decorre do fato de ser depositário de um passado.	Valor cultural decorre do fato de preservar a memória cultural de uma comunidade.	Valor existente num passado, em que histórias são transmitidas por gerações.
ARTESANATO DE REFERÊNCIA CULTURAL	FOCO	A característica é a incorporação de elementos culturais tradicionais de uma região.	O resgate ou releitura de elementos culturais tradicionais de uma região é a característica principal.	Diversificação de produtos, sem deixar de lado seus traços culturais de grande representatividade.
	VALOR	Preserva seus traços culturais mais representativos.	Preserva os traços culturais e se adapta às exigências do mercado e necessidades do comprador.	Valoriza a produção das técnicas artesanais e leva em seu resultado uma parcela de história do contexto de seu produtor.
ARTESANATO CONCEITUAL	FOCO	Objetos produzidos a partir de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou afinidade cultural.	Objetos resultantes de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou afinidade cultural.	É aquele desenvolvido por grupos de indivíduos com algum tipo de formação artística que imprimem em seus produtos algum conceito cultural e/ou ambiental.
	VALOR	A inovação é o elemento principal que distingue esse artesanato das demais categorias.	A inovação é o elemento principal que distingue esse artesanato das demais classificações.	A inovação é seu diferencial. Sua evolução é rápida, sistemática, diferentemente das outras categorias artesanais.

Fonte: elaborado pela autora desta pesquisa com base nos conceitos definidos por SEBRAE, PAB E ARTESOL, 2016

No **PAB**, observa-se maior enfoque nas expressões culturais guardadas nos modos de produção ligados ao seu contexto geográfico local, e volta-se mais ao aspecto da origem e do valor cultural do artesanato (PAB, 2012). O **SEBRAE** focaliza a produção artesanal resultante da união entre matéria-prima e utilização de meios tradicionais ou rudimentares que envolvem uma produção. A instituição enfatiza o produto final e ressalta informações que podem contribuir na comunicação que o aproxima das expectativas do mercado (SEBRAE, 2010). O **ARTESOL** demonstra especial atenção ao artesão como detentor de saberes, apontando o conhecimento como principal riqueza, e salienta as condições em que se insere seu processo de produção (ARTESOL, 2010).

Trata-se de diferenças sutis, porém significativas, que corroboram com os objetivos propostos pelos três programas de fomento, convergindo com suas definições nas categorias estabelecidas. É fundamental, no entanto, que as metodologias de cada organização, aplicadas nas oficinas de capacitação para artesãos, ligadas ao desenvolvimento de produtos de artesanato, bem como à autonomia criativa dos grupos e artesãos, estejam vinculadas a uma gestão de conhecimento mais adequada – com propósitos mais bem definidos – que permita maior e melhor complementaridade entre elas, evitando a superposição de ações e de resultados que por vezes ocorre.

Com foco na valorização cultural e na preservação da qualidade identitária do artesanato, criou-se, em 2005, outra proposta de política pública ligada ao setor, o Plano Setorial de Artesanato, de autoria do Colegiado Setorial de Artesanato, órgão integrante do Conselho Nacional de Política Cultural (**CNPC**) vinculado ao **Minc**. O plano teve como objetivo orientar as estratégias e diretrizes do artesanato no país por 10 anos. O colegiado é composto por artesãos e representantes do governo e os eixos abordados são: criação e produção; formação e capacitação; divulgação; distribuição e comercialização; fortalecimento do artesanato; economia e sustentabilidade ambiental e inovação (ESPÍNDOLA, 2014).

Paralelamente às ações dos programas citados, observam-se duas estratégias de ação em políticas públicas: a *Economia Criativa*, mundialmente emergente, lançada em 2008 pelas Nações Unidas, e a *Economia Solidária*, conceito do século XIX recuperado na segunda metade do século XX em virtude do crescimento da desigualdade social e regional no país.

É necessário reconhecer as diferenças dessas políticas, atualmente concorrentes, em relação às fontes de recursos governamentais, e elucidar seus conceitos e práticas, permitindo a seus agentes definir a estratégia mais adequada a cada contexto específico de programas de políticas públicas envolvendo o artesanato, de modo coerente com as suas próprias definições.

A Economia Criativa entrou no cenário brasileiro a fim de reforçar o impacto de ações internacionais na área da economia e das indústrias criativas em oposição ao modelo vigente. O conceito vem do termo indústrias criativas, que não se traduz em português, mas que se entende no Brasil como setores criativos. Foi baseado no projeto australiano Creative Nation, de 1994, em que se constatou a contribuição do trabalho criativo para a economia da Austrália e o papel das tecnologias como aliadas da política cultural, o que resultou na inserção dos setores tecnológicos no grupo das indústrias criativas. Em 1997, durante o governo de Tony Blair, no Reino Unido, realizou-se um mapeamento das atividades do setor cultural, apontando qual parcela deveria obter subsídios para desenvolver hegemonicamente a economia através desse setor.

Em 2011 foi criada, no Brasil, uma secretaria de governo associada ao **MinC**, voltada à economia criativa (OLIVEIRA SANTOS, 2014, p. 194). O órgão conquistou relevância política nos últimos anos e sua contribuição é significativa, calculada em cerca de 3% do produto interno bruto (FIRJAN, 2011).

A Economia Solidária remonta ao século XIX, nos primórdios do capitalismo industrial, e, segundo Singer, está ligada às iniciativas de “operários, como resposta à pobreza e ao desemprego resultantes da difusão ‘desregulamentada’ das máquinas, ferramentas e do motor a vapor” (SINGER, 2002). No século XX, o conceito ressurgiu devido ao crescimento da desigualdade social advinda da urbanização acelerada. Essa forma de economia, segundo o autor, se caracteriza como uma prática pedagógica em que as pessoas passam por uma reeducação, do modo competitivo formado no capitalismo “ao modo cooperativo de produção e distribuição” (SINGER, 2002). No Brasil, a Economia Solidária surgiu entre os anos de 1981 e 1983 coincidindo com o fechamento de muitas indústrias em processo falimentar (SINGER, 2002).

Segundo Arruda (2005), esse modelo pode ser definido como um sistema socioeconômico aberto e organizado de forma autogestionária. A Economia Solidária tem como premissa a cooperação e a partilha, sendo que cada um pode contribuir

com seu trabalho no produto coletivo. Com foco nas trocas solidárias, leva-se em conta tanto o ganho para o produtor quanto para o consumidor (ARRUDA, 2005, p. 36).

O Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (**SIES**) identificou 19.708 empreendimentos solidários com 1.423.631 associados, entre mulheres e homens, de 2009 a 2013 (GAIGER et al., 2014). Incluem-se artesãos que se beneficiaram dos programas de criação de redes solidárias no país.

A diversidade cultural e as diferenças socioeconômicas são características históricas encontradas na realidade de artesãos no Brasil. São esses fatores que condicionam determinadas ações estratégicas de programas de políticas públicas ligados ao artesanato, em que se faz necessário o fortalecimento cultural dos artesãos, com acesso a educação, bens e serviços como cidadãos. A partir desse cenário, conclui-se que a economia criativa é um arranjo econômico que, de acordo com Sasaoka, Moura e Landim (2016), exige dos artesãos “uma estrutura prévia mais paritária com outros setores com menores distâncias social, econômica e cultural entre os cidadãos e, dentre eles, seus criadores, produtores e consumidores”.

Por outro lado, as economias criativa e solidária são complementares e necessárias, mas são etapas e demandas distintas. À medida que os artesãos, na condição de criadores e produtores de bens e serviços, conquistam o valor cultural e simbólico de seu trabalho e se tornam coproprietários de seus empreendimentos, podem participar de um sistema econômico tornando-se parte das indústrias criativas.

#### **2.4.4 O artesanato contemporâneo**

Para examinar o artesanato contemporâneo é necessário aproximá-lo das questões da sociedade atual e observar as contínuas transformações que levam os artesãos e seus saberes a enfrentar desafios e deslocamentos, por um lado, pelos impactos tecnológicos no contexto de uma cultura globalizada e, por outro, pelo encolhimento do espaço e redução do tempo.

Nesse sentido, a figura do artesão está cada vez mais distante daquela ligada às culturas tradicionais. A internet e a comunicação de cultura de massa têm influenciado o modo de produção de artesãos de todo o país. Cunha e Silveira (2011, p. 2) apontam que, com os avanços tecnológicos e necessidade de novos conceitos, vigora atualmente um artesanato com características urbanas, que prima por tecnologias atuais e materiais alternativos e se utiliza de uma base diversa de conhecimentos. O artesão, ou criador com acesso à informação, atualmente passa a assumir o papel de empreendedor. Esse artesanato está diante de novos paradigmas estabelecidos pela exigência contemporânea de novos significados e valores.

Esse objeto artesanal carrega muito mais o atributo de comunicar ideias e conceitos do que de ser funcional ou carregar simbolismo. Antes, as características dos modos de produção afirmavam a identidade do objeto. O artesão produzia para seu próprio uso e de pessoas próximas. Preservava a relação de pertencimento a um grupo social e a utilização de recursos materiais locais. Atualmente, as técnicas manuais estão em diálogo com as migrações de saberes no ambiente dos atuais mercados formal e informal do artesanato.

Por outro lado, para Metcalf (2002, p. 2), o trabalho autoral no artesanato contemporâneo não tem mais a função de atender somente às necessidades humanas primárias, no entanto, ganha força como expressão artística ao se apresentar como uma resposta de resistência frente à cultura de massa e à industrialização. O autor se refere ao artesanato não utilitário, objeto feito à mão destinado a apreciação e exibição, convidando o espectador a uma experiência tátil e visual, dissipando as fronteiras entre artesanato e as artes em geral. Metcalf (2002) aponta para o aspecto formal do artesanato contemporâneo e explica que a busca de formas resulta de experimentações técnicas e estéticas, com preferência para a produção em pequena escala, conformando-se como um trabalho humanista.

Outro autor que reconhece os atributos da arte no artesanato contemporâneo é Risatti (2007), que há mais de duas décadas busca uma teorização sobre o artesanato procurando estabelecer uma estrutura metodológica diante das dicotomias função *versus* não função, artesanato *versus* design, artista como um intelectual *versus* artesão como feitor de objetos e conteúdo artístico *versus* objeto físico. Seus pensamentos desafiam estereótipos sobre o artesanato e questionam o significado desse objeto no contexto da sociedade contemporânea.

Risatti (2007, p. 2) questiona, primeiramente, a falta de uma teoria crítica específica sobre o artesanato, e responsabiliza por essa ausência o conhecimento das belas artes, por induzir à ideia de que coisas funcionais não são belas e, portanto, não podem ser consideradas obras de arte. Em seguida, o autor relaciona o design e o artesanato, demonstrando que a profissão do design surgiu da industrialização e da produção com uso das máquinas, transformando a relação fundamental do artesanato ficando com a maior parte da produção dos objetos utilitários.

Risatti afirma que sem a compreensão, no sentido pleno, do que seja esse objeto no âmbito formal, estético e simbólico, o campo do artesanato permanecerá incapaz de definir os limites de suas atividades, e, conseqüentemente, de articular uma posição consolidada no mundo contemporâneo. O artesanato em nossa sociedade é, frequentemente, ameaçado enquanto campo de atividade, em face do grande prestígio das belas artes e do design, emprestando conceitos dessas duas áreas. Diante dos aspectos mais subjetivos do artesanato, o autor aponta a importância simbólica do fazer como um processo para modelar nossa visão na contemporaneidade atribuindo ao trabalho artesanato a função de uma combinação única da expressão mais profunda dos valores humanos que transcendem a cultura, o tempo e o espaço (RISATTI, 2007, p. 13-15). Na contemporaneidade, o artesanato tende a ser revalorizado, estabelecendo diálogos férteis com o design e a moda.

Neste trabalho, a relação entre design, moda e artesanato é abordada a partir de autores que compreendem a cultura contemporânea expressa no triálogo **DMA** como campo de significação e prática, destacando, inicialmente, as formas de inserção do artesanato como discurso no design contemporâneo e, por último, na moda.

### 3 RELAÇÃO ENTRE DESIGN, MODA E ARTESANATO NA CONTEMPORANEIDADE: UMA REFLEXÃO

O enfoque interdisciplinar adotado neste trabalho sugere a transferência de métodos de uma disciplina a outra, rompendo suas fronteiras, como ocorre na relação entre **DMA**. Para compreender a interação dessa prática é necessário destacar, antes, esses três conceitos nucleares separadamente, ainda que de forma resumida, conforme mostra o Quadro 3.

**Quadro 3. Definição de design, moda e artesanato**

DISCIPLINA	CONCEITO NUCLEAR BASICO
<b>Design</b>	É um modo de gerir processos de criação, produção e comunicação. É um processo cultural do homem frente às necessidades e às mudanças da sociedade.
<b>Moda</b>	É um fenômeno cultural que abrange vários aspectos, sendo aqui estudado o vestuário, que tem como atributo ser portador de símbolos e significados.
<b>Artesanato</b>	É uma unidade da criação, um modo de produção e expressão de uma cultura material. Hoje, o artesanato contemporâneo carrega muito mais o atributo de comunicar ideias e conceitos do que de ser funcional ou portar simbolismos.

Fonte: elaborado pela autora, 2016

Essas três áreas têm em comum a produção de objetos e significados voltados às práticas que envolvem concepção, criação, projeção, produção e circulação, apontadas nas suas definições conceituais.

Ainda que não se inclua a área da moda na discussão de Mazanti (2011), esse estudo aproxima-se do debate proposto pela autora a respeito do termo “*super objects*”<sup>1</sup>. Mazanti observa o papel do artesanato com uma nova compreensão da cultura contemporânea na relação com o design e a arte (a arte é um importante campo de significação e prática, mas não é abordado nessa pesquisa. Eventualmente, pontua-se apenas o aspecto artístico em determinados processos de criação).

<sup>1</sup> *Super objects* ou superobjetos – termo que estrutura uma teoria para compreender a nova função do artesanato, construindo o seu lugar de discurso visual no campo do design e da arte como uma prática e significação independentes, e coloca em questão a autonomia do objeto artesanal (MAZANTI, 2011, p. 62).

O pensamento de Mazanti discorre sobre os campos do design, da arte e do artesanato revelando que, nessa interseção, o artesanato conquista uma nova função e lugar no discurso visual do design e da arte como uma prática e significação independentes, agregando o sentido estético ou conceitual aos objetos artesanais [...] (MAZANTI, 2011, p. 62).

Respectivamente, a moda na contemporaneidade abrange também a dimensão visual. Ela faz uso de materiais complexos e se manifesta por meio do vestuário, do objeto, da imagem, do corpo em que ações se entrecruzam na relação com o design e o artesanato. Suzuki (2013, p. 47) destaca que a moda propaga novos valores a partir de expressões e técnicas elaboradas do artesanato, conformando, assim, uma característica peculiar na matriz do design brasileiro.

O artesanato no Brasil é um campo que está no cerne do debate social, econômico e cultural desde a modernidade até os dias atuais. No contexto dessas múltiplas esferas do cenário brasileiro, Suzuki (2013 p. 47) concebe o termo “artesanização do design” para definir as práticas de revitalização do artesanato envolvendo designers, artesãos, designers de moda e políticas públicas. A autora caracteriza essas ações como parte de um movimento, social e cultural, que corrobora para a construção de uma sociedade sustentável. Suzuki examina 10 programas de políticas públicas de revitalização do artesanato com o design e a moda realizados no Brasil e aponta que, em sua maioria, estão associados ao pensamento da economia solidária, com vistas à criação de novos postos de trabalho e à inserção social, por meio da facilitação de acesso a informações, recursos e sistemas de distribuição (SUZUKI, 2013 p. 44).

As múltiplas intervenções por agentes de design e de moda realizadas por meio das políticas públicas precisam ser examinadas quanto à qualificação profissional dos envolvidos nessa relação de troca de saberes, prevendo uma metodologia de aproximação cultural entre designers, estilistas e artesãos (WANDERLEY, 2015; SILVA, 2016).

Evitando, portanto, cair nas armadilhas comuns deste debate, é necessário refletir sobre a dimensão dos papéis tanto do designer quanto do artesão, estabelecendo a relação entre ambos sob a perspectiva da educação emancipatória do artesão, como preconiza Silva (2016, p. 81).

A mesma autora reitera afirmando que:

Uma vez que o designer entende de design e o artesão entende de tipologia artesanal, no contato entre designer e artesão há, necessariamente, uma troca de saberes na qual o designer vai observar, analisar, compreender cada gesto e cada ferramenta utilizada pelo artesão, cada movimento que este desenvolve para conceber a peça. Por outro lado, o artesão terá de compreender, assimilar e principalmente se envolver com os projetos apresentados pelo designer a fim de que possa executá-los. Logo, essa troca de saberes entre ambos os profissionais é inevitável, real e necessária à atividade no contexto das políticas intervencionistas. (SILVA, 2016, p. 85).

Não se trata apenas da emancipação dos artesãos. A autora propõe uma formação emancipatória, inclusive aos designers, e refere-se à lacuna existente na base de sua formação em design, devido ao foco tecnicista e economicista inerente ao campo do design. Ela reitera a necessidade da atuação do designer junto aos artesãos procurando meios instrumentais na construção da autonomia através da valorização do potencial inventivo, criativo e crítico (SILVA, 2016, p. 85).

Paralelamente, emergem outras metodologias com abordagens similares, mas que diferem na relação dos modos e processos de produção e circulação. Trata-se da apropriação do conhecimento tradicional e do desenvolvimento de instrumentais para serem aplicados na realidade contemporânea dos artesãos. Seja por meio de políticas públicas, seja por iniciativas civis, é necessário fazer “pontes” entre todos os agentes envolvidos e estimular a participação no mundo contemporâneo, relacionar o universo dos artesãos com as diferentes culturas, pessoas, classes sociais e profissionais. Outro alicerce importante no caminho da autonomia do artesão criador é a realização de ações culturais que o incentivem a participar de cursos de arte e desenho, instaurando instrumentais de caráter emancipatório que, uma vez incorporados ao seu cotidiano de trabalho, podem torná-lo um empreendedor, artista, designer ou estilista. Um exemplo vivo é o mestre artesão Espedito Seleiro, em quem se reconhece e que revigora o sentimento de pertencimento e forte representação de uma cultura. Seu trabalho é assunto tratado um pouco mais adiante.

A conexão entre **DMA** está associada à ideia de contemporâneo, em que a experiência e os acontecimentos não permitem a categorização estanque dentro de um modelo ou sistema conhecido e estabelecido. No entanto, cabe averiguar esses

campos resumidamente observando algumas de suas características, como mostra o Quadro 4.

**Quadro 4. A ideia de contemporâneo no DMA**

	<b>DESIGN</b>	<b>MODA</b>	<b>ARTESANATO</b>
<b>IDEIA DE CONTEMPORÂNEO</b>	Pensamento sistêmico Fusão de baixa e alta tecnologia A obra como discurso/ linguagem Diálogo com áreas diversas Ideia de sustentabilidade	Renovação de formas Pluralidade de discursos Portadora de valores e significados Ideia de sustentabilidade	Busca por protagonismo e autoria Ganha prática e significação de modo independente Sentido estético ou conceitual Tradição revisitada Ideia de sustentabilidade

Fonte: elaborado pela autora, 2016

Para compreender o trílogo **DMA** por meio do desdobramento decorrente da relação de base conceitual e prática, estudam-se cinco referências práticas no contexto do design contemporâneo.

### **3.1 RELAÇÃO ENTRE DESIGN, MODA E ARTESANATO NA CONTEMPORANEIDADE: CINCO REFERÊNCIAS APLICADAS**

Observa-se, neste estudo, que as questões da contemporaneidade se encontram inconclusas, o que, portanto, nos permite refletir sobre sua complexidade e, a partir dela, suas possibilidades, perspectivas, interseções e trocas entre conjuntos de conhecimentos. Pensar a relação **DMA** é uma possibilidade que emerge nesse cenário, em que fronteiras são diluídas, o que permite levantar questionamentos capazes de estabelecer estratégias inovadoras nos contextos social, estético e econômico, mesmo a partir de práticas tradicionais ou há muito estabelecidas.

O design contemporâneo, por sua configuração tão diversa, é aplicável a muitas das realidades transdisciplinares de hoje em dia. Ele abre o campo para a

discussão dessa relação tríade – design, moda e artesanato – permeada pelos múltiplos conceitos que esse triálogo propõe. Nesse sentido, Moura afirma:

Na contemporaneidade, o design tem configuração diversa, com inúmeras possibilidades de relações e associações. É uma grande rede, um tecido repleto de significações e semioses resultantes do entrelaçamento e articulação de signos que geram linguagens diferenciadas. Essa grande rede flexível atua na esfera da informação, comunicação e expressão, produzindo diferentes níveis de conhecimento, tendo como o foco central o homem e as dinâmicas e produções culturais que o envolvem. É um universo plural e aberto, um campo amplo e fértil que retrata e impulsiona os hábitos, estilos de vida, o viver e estar no mundo, escrevendo a história do cotidiano. (MOURA, 2011, p. 8).

Segundo a autora (2012, p. 3), o design é ação contemporânea de linguagem e campo de produção de produtos, sistemas e estilos de vida. Portanto, sua área de atuação não se prende a um único e determinado segmento. Por sua vez, o pensamento e a ação projetual, atributos do design, são característicos também de outras práticas que envolvem “concepção, criação, projeção e produção”. Com base nessa percepção, compreende-se que o momento contemporâneo permite pensar que o objeto concebido no campo do design, da moda ou do artesanato, entendido como produto social e não como objeto isolado, é, hoje, tratado também como elemento de um discurso amplo de significados – condição que instiga a discussão sobre as fronteiras dessas três áreas.

Para ilustrar esse triálogo entre **DMA** que configura uma ideia de design contemporâneo foram selecionadas cinco experiências que representam diferentes estratégias e finalidades da dinâmica.

### **3.1.1 Droog Design: quebra de paradigmas nos anos 1990**

As obras de dois designers que participaram do grupo Droog Design em 1998, os holandeses Marcel Wanders, criador da Knotted Chair, e Hella Jongerius, que concebeu a Knitted Lamp, segundo Antonelli (1998), tratam da incorporação do artesanato pelo design contemporâneo focalizando a relação entre a baixa tecnologia e a alta tecnologia – isto é, entre o processo de fatura manual e produção em pequena escala (artesanato) e a tecnologia de ponta – e suas experimentações.

As Figuras 9 e 10 correspondem, respectivamente, à Knotted Chair e à Knitted Lamp.

**Figura 9. Knotted Chair, 1996, de Marcel Wanders. Feita de carbono, fibra de aramida e epóxi**



Fonte: Livro *Droog Design: spirit of the nineties*

**Figura 10. Knitted Lamp, 1996, de Hella Jongerius. Protótipo, de PMMA e fibra de vidro**



Fonte: Livro *Droog Design: spirit of the nineties*

Desde que a alta tecnologia deixou de ser o grande ícone da invenção e da complexidade, como foi na década de 1980, e passou a simplificar o cenário visual e material das pessoas em seu cotidiano, o mundo material ganhou novas perspectivas. Até mesmo os processos de criação e produção de objetos foram influenciados. Constata-se, assim, que a alta tecnologia pode coexistir em sinergia com a baixa tecnologia. Os dois designers holandeses mencionados por Antonelli utilizam a fibra de vidro e a fibra sintética de aramida, manipulando-as, personalizando-as e adaptando-as a seus projetos de maneira experimental. O processo de produção exige a intervenção manual, pois ainda inexistem ferramentas e equipamentos para fabricar suas criações (ANTONELLI, 1998, p. 14).

Como descrevem Ramakers e Bakker (1998, p. 121 - 123), Wanders usa a fibra sintética de aramida e carbono para “tecer” uma cadeira com a técnica de macramê. Essa estrutura têxtil é, então, presa a um quadro para ser banhada em epóxi e suspensa a fim de que a gravidade termine o trabalho, conferindo ao assento sua forma final. Já Jongerius utiliza o tricô para confeccionar uma trama maleável

com fios de fibra de vidro que, em seguida, é moldada sobre duas lâmpadas presas em um suporte.

### 3.1.2 Irmãos Campana e Espedito Seleiro

No mesmo período em que o grupo holandês Droog Design ganhava atenção do público por seu caráter experimental, despontavam no mapa do design contemporâneo brasileiro e global os designers Fernando e Humberto Campana, de acordo com Estrada (2003). Os irmãos Campana, segundo o autor, não partem de “conceitos teóricos, mas de um natural espírito de observação, muito pessoal, subjetivo”, e assim “revelam a cultura brasileira em suas obras”. A Poltrona Vermelha (Figura 11), criada em 1998, é considerada a mais representativa desse período.

**Figura 11. Poltrona Vermelha, criada e produzida pelo Estúdio Campana em 1993 e, desde 1998, produzida pela EDRA/Itália**



Fonte: exposição na Galeria Paulista/Holanda. Foto de Celso Pazzanese, 2004

Antonelli (2003) explica que, feita com técnicas artesanais trabalhadas sobre uma estrutura rígida de forma modernista, a Poltrona Vermelha integra o artesanato ao processo de design. A fusão entre alta e baixa tecnologia e a liberdade de escolha dos materiais são ingredientes da criatividade contemporânea.

Observa-se que, na obra, o processo é focado no trabalho artesanal dentro do contexto da produção industrializada em que, no entanto, a figura do artesão ainda permanece anônima. O modo de produção foi transmitido à empresa italiana EDRA, por meio de uma gravação em vídeo, para a reprodução da peça por outros artesãos.

Em 2002, os irmãos Campana criaram a Cadeira Multidão (Figura 12), feita com base de aço revestida com bonecas de pano confeccionadas por artesãos do Sítio de Riacho Fundo, município de Esperança, estado da Paraíba.

**Figura 12. Cadeira Multidão ou Paraíba, do Estúdio Campana, 2002**



Fonte: Nicholas Bárthras, 2015.

<http://stageonenews.com.br/wp-content/uploads/2015/02/irm%C3%A3os-campana-7>

Essas bonecas (Figura 13), representativas da cultura popular do Nordeste, são conhecidas como “bruxinhas” pela comunidade local. No trabalho dos Campana, é evidenciado o uso do artesanato tradicional como suporte para significados

contidos no discurso dos designers, no qual as artesãs são referenciadas somente como coletividade quase anônima, “mulheres artesãs de Paraíba”, representativas, um tanto genéricas, de uma região. Observa-se que, em recentes publicações, a obra passou a se denominar “Cadeira Paraíba”, e *sites* estrangeiros não fazem menção às bonequeiras de Esperança.

**Figura 13. Bonecas de pano da Casa de Boneca Esperança/PB (s/d)**



Fonte: *site* Paraíba Criativa.

<http://www.paraibacriativa.com.br/artista/casa-da-boneca-esperanca/s/d>

A Cadeira Multidão instiga a discussão sobre questões de memória, identidade, valor, estética, ressignificação de uso e função, entre outras. Nesse sentido, Cresto e Queluz (2011) analisam processos do fazer artesanal e o significado do objeto retirado de seu contexto provocando processos de revalorização desse móvel:

O deslocamento do uso das bonecas, de objetos e brinquedos para o assento do móvel pode despertar sentimentos de surpresa, ironia, humor, estranhamento. Há certa subversão em colocar bonecas – semelhantes às pessoas – em uma poltrona, pois há um desvio da função (prática, de uso) prevista inicialmente para uma poltrona – sentar. Ressaltam-se outras funções, como a simbólica. Cria-se o efeito de sentar sobre a multidão, gerando ambiguidades de sentidos. (CRESTO; QUELUZ, 2011, p. 100).

Entretanto, cabe observar que, tanto na Poltrona Vermelha quanto na Cadeira Multidão, ou Paraíba, a estrutura de metal e sua configuração geral recebem a cobertura do material dos assentos como complemento, sem influenciar na estrutura.

Mazanti (2004, p. 6) faz uma reflexão que vai ao encontro das observações de Antonelli e Estrada, no que se refere ao instigante diálogo entre o design e o artesanato como uma prática de vanguarda. A autora elucida que o artesanato ganha força em sua narrativa ao se inserir numa obra cuja intenção se aproxima da arte em seu processo de criação, tornando a funcionalidade apenas um potencial.

A partir dessas duas experiências, sobre a perspectiva da memória e da identidade, observa-se que, após duas décadas da criação da Poltrona Vermelha, o artesanato finalmente ganhou protagonismo no discurso das obras dos irmãos Campana. Destaca-se, especialmente, a coleção de mobiliário Cangaço, cuja autoria é compartilhada com o artesão cearense Espedito Veloso Carvalho, o Espedito Seleiro (Figura 14).

**Figura 14. Mestre Espedito costurando superfície vazada de couro**



Fonte: *Casa Vogue*, 2015. Foto de Lucas Cuervo Moura.  
<http://casavogue.globo.com/Design/Gente/noticia/2015/04/campanas-criam-com-inspiracao-no-cangaço.html>

Espedito Veloso de Carvalho nasceu em 20 de outubro de 1939 em Campos Sales, no sul do Ceará. Aprendeu a trabalhar o couro com seu pai, Raimundo Pinto de Carvalho, de acordo com Waldeck (2012, p. 8). A vida do artesão e de sua família começou a mudar, segundo a autora, a partir de seu encontro com o músico e pesquisador independente Alemberg Quindins, que com sua esposa, Roseane Limaverde, criou a Fundação Casa Grande Memorial do Homem Kariri, em Nova Olinda, em 1992. A primeira encomenda foi feita por Alemberg: uma sandália ao estilo do cangaceiro Virgulino Ferreira da Silva, o Lampião (1898-1938). O trabalho rendeu atenção e a visita da socióloga e ativista cearense Violeta Arraes Gervaseau (1926-2008), que, notando a aptidão do filho caçula de Espedito, Francisco Seleiro, ou Maninho, o encaminhou para aulas de desenho. Atualmente, Maninho é quem administra os negócios do pai, recebe encomendas e trata dos pagamentos.

No ano de 2006, Espedito ingressou no circuito da moda com a grife Cavallera, ao desfilarem no São Paulo Fashion Week (WALDECK, 2012, p. 9). Em 2011, foi condecorado com a Ordem do Mérito Cultural, honraria outorgada pelo **MinC**.

Espedito descende de uma família tradicional de seleiros. Os móveis criados em parceria com os irmãos Campana (Figura 15) fazem referência às roupas dos vaqueiros e às indumentárias usadas por Lampião e seu bando, no século XIX. Segundo Howarth (2015), a coleção foi concebida em 2015 para a Galeria Firma Casa, de São Paulo. Como descreve Bastian (2015), “a estrutura das peças é sempre ‘vestida’ com couro colorido – nos assentos, recortes deixam entrever a rama da palhinha em pontos específicos”.

**Figura 15. Coleção Cangaço, de móveis de couro e vime, assinada por Espedito Seleiro, Humberto e Fernando Campana**



Fonte: exposição Galeria Firma Casa, evento Design Miami/EUA.  
[http://www.archipanic.com/wpcontent/uploads/2015/11/campanas\\_canga%C3%A7o\\_092-5](http://www.archipanic.com/wpcontent/uploads/2015/11/campanas_canga%C3%A7o_092-5)

Pode-se observar que, nas publicações em *sites* e blogues estrangeiros de design, não há menção à questão da coautoria de Espedito Seleiro e da dupla Humberto e Fernando Campana, referenciando-se apenas aos dois designers. A Figura 16 mostra o artesão entre os irmãos.

**Figura 16. Humberto Campana, Espedito Seleiro e Fernando Campana**



Fonte: *Casa Vogue*, 2015. Foto de Lucas Cuervo Moura.  
<http://casavogue.globo.com/Design/Gente/noticia/2015/04/campanas-criam-com-inspiracao-no-cangaco.html>

A liberdade para criar e o caráter autoral também são atributos do artesanato, por realizarem-se no âmbito da expressão simbólica. Esse valor se constitui entre o objeto e o receptor (ou público), porém o artesanato no Brasil carrega historicamente o estigma de uma atividade assimilada por conhecimento empírico, produzida de modo específico e dotada de determinadas técnicas e materiais que o enquadram numa condição em que a produção, a exposição e a comercialização ficam restritas e são menos valorizadas que o design. Dessa forma, se reconhece na coleção Cangaço a magnitude do protagonismo alcançado pelo artesanato em sintonia com o design no principal aspecto do discurso do design contemporâneo.

Observa-se que a relação entre design e artesanato presente na coleção Cangaço evidencia a memória de um fazer ancestral. Nesse sentido, Cardoso aponta que:

A memória é mais do que a simples ação de recuperar uma vivência, a memória é um processo de reconstituição do passado pelo confronto com o presente e pela comparação com outras experiências paralelas. (CARDOSO, 2012, p. 75).

Os trabalhos de Fernando e Humberto Campana são, notadamente, marcados por três fases distintas de evolução do significado e da importância do artesanato em sua obra:

1. No primeiro momento, quando se destaca a Poltrona Vermelha, o processo é focado no trabalho artesanal dentro do contexto da produção industrializada, em que a figura do artesão ainda permanece anônima. Pode-se observar a figura do artesão como aquele que presta serviço, cuja presença é neutra, construindo o objeto;

2. No segundo momento, marcado pela Cadeira Multidão, de 2002, o artesanato tradicional se apresenta como suporte dos significados contidos na cultura ligada às bonecas de pano que impregnam o discurso dos designers. A figura das artesãs é referenciada somente como uma coletividade local, na fronteira com o anonimato;

3. No terceiro momento, o artesanato, expressado pelo trabalho com couro, finalmente ganha protagonismo no discurso das obras. O artesão é parceiro na criação e na produção e compartilha publicamente da autoria.

### 3.1.3 Straat bambu: trocas técnicas e culturais em intercâmbio estudantil internacional

Esta referência prática não trata de artesanato têxtil, mas contribui para ilustrar uma relação paritária entre estudantes de design e artesão, em que todos tiveram formação. Tal condição permitiu ao grupo explorar diversas propriedades físicas e técnico-mecânicas do bambu e suas possibilidades construtivas, avançando e se aprofundando na discussão com diferentes abordagens estéticas e soluções técnicas.

Esse encontro resultou do intercâmbio internacional Straat bambu de pesquisa e produção de objetos. O projeto, realizado em 2007 numa oficina de bambu no município de Cotia/SP, deu impulso à troca de experiências técnicas e culturais entre Takeshi Sumi, estudante de segundo ano do curso de Design da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade São Paulo (**FAUUSP**), Dries Wagenberg, quartanista da Design Academy Eindhoven (**DAE**), da Holanda, o artesão e engenheiro aposentado Eduardo Nakayama e o assistente técnico Raimundo Alves dos Santos. A pesquisa também contemplou um estágio do grupo em uma das unidades da rede Tok&Stok para reconhecimento do perfil dos consumidores e dos critérios de compra da empresa, como forma de aprimoramento dos processos de criação, produção, circulação e comercialização. Ao final das seis semanas, o projeto foi apresentado ao público, em formato de miniexposição (Figura 17) e mesa redonda, no Museu da Casa Brasileira (**MCB**), em São Paulo.

**Figura 17. Objetos de bambu criados por Dries Wagenberg, Eduardo Nakayama e Takeshi Sumi, 2007**



Fonte: Projeto Straat bambu. Exposição no Museu da Casa Brasileira/SP. Foto de Nou Kazama

O Straat bambu foi criado pela organização Straat Design, que desenvolve projetos culturais de integração entre designers e artesãos, com sede em Botucatu/SP, e patrocinado pela empresa de decoração de interiores Tok&Stok, de São Paulo, que apoia o desenvolvimento de design de jovens talentos.

Os processos colaborativos que envolvem participantes de países distintos permitem observar diferentes formas de criação e produção. A partir da observação dos objetos produzidos em oficina antes da realização do Straat bambu, Nakayama orientou tecnicamente cada estudante que, no decorrer das seis semanas de imersão, pôde revelar particularidades no desenvolvimento do design e do artesanato com trabalhos feitos com bambu (Figura 18).

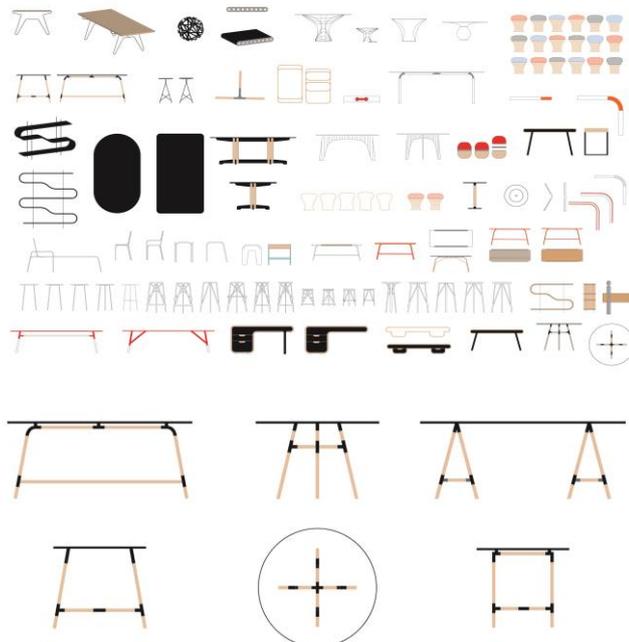
**Figura 18. Produtos de bambu com técnicas desenvolvidas originalmente pelo artesão Eduardo Nakayama na Oficina Kotybambu, 2007**



Fonte: Projeto Straat bambu. Imagem do acervo Straat, 2008.

Dries Wagenberg explorou o desenho e as possibilidades técnicas e conceituais, como mostra a Figura 19.

**Figura 19. Pesquisa e desenho de Dries Wagenberg para desenvolvimento de mobiliário no projeto Straat bambu, 2007**



Fonte: projeto Straat bambu. Imagem do acervo Straat

Wagenberg trabalhou a partir de diversos desenhos e, por meio de experimentos e testes com os materiais diversos, pesquisou possibilidades técnicas, tais como a criação de conexões para bambu e resina feitas em moldes de silicone, a montagem de laminados com tiras de bambu e a composição do trançado tradicional de cestaria misturando fibras naturais e sintéticas, como apresenta a Figura 20.

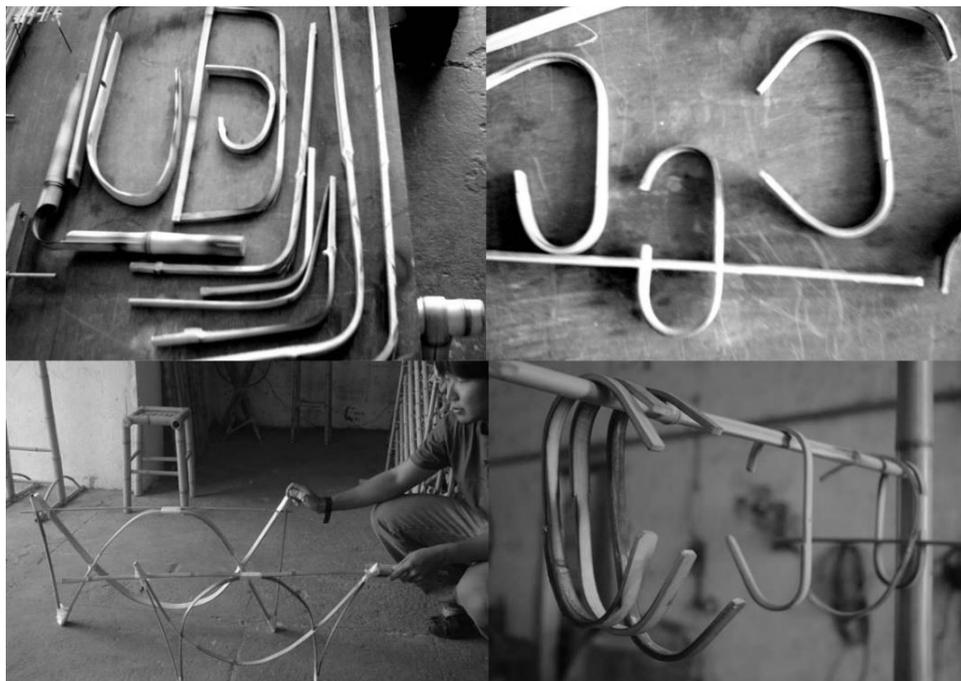
**Figura 20. Pesquisa técnica com bambu e resina acrílica desenvolvida por Dries Wagenberg na Oficina Kotybambu, 2007**



Fonte: projeto Straat bambu. Foto de Dries Wagenberg

Sumi partiu do material e das experimentações técnicas espontâneas para encontrar novas formas e funções para desenvolver os objetos. O estudante trabalhou a partir do manuseio do material, sem desenho prévio de projeto. Foram experimentadas as diversas possibilidades do bambu, como apresenta a Figura 21. Duas das técnicas encontradas no processo que exploram as propriedades naturais do material foram o envergamento (uma de suas principais características) e o encaixe. O estudante aplicou chama de maçarico diretamente no bambu para envergá-lo, o que possibilitou obter variadas formas a serem trabalhadas. Com essa técnica, Sumi concebeu o cabide de bambu.

**Figura 21. Pesquisa técnica de envergamento do bambu que deu origem ao cabide de Takeshi Sumi no projeto Straat bambu, 2007**



Fonte: projeto Straat bambu. Foto de Marcelo Lee

O cabide, feito integralmente de bambu, como mostra a Figura 22, tem 40 centímetros de largura por 18 centímetros de altura. É composto por duas peças conectadas aproveitando a tensão que a flexibilidade do material proporciona, sem o uso de nenhum outro elemento de fixação. O objeto ficou em primeiro lugar na categoria Utensílios do 22º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, em 2008. No mesmo ano, conquistou menção honrosa no 1º Prêmio do Museu do Objeto Brasileiro, em São Paulo. Em 2011, ganhou o Prêmio Planeta Casa na categoria Produtos de Decoração.

**Figura 22. Cabide de bambu de Takeshi Sumi, 2007**



Fonte: Projeto Straat bambu. Foto de Takeshi Sumi/acervo Straat

No caso dessa experiência, o aspecto funcional e a reflexão sobre a sustentabilidade do material foram o ponto de partida explorado pelo design e pelo artesanato. O bambu, como material, reúne qualidades que atendem às problemáticas do tempo contemporâneo: é um recurso natural de baixo custo, não poluente, de rápido crescimento e renovável. Pressupõe-se que grande parte dos perfis de consumidores de objetos produzidos com o bambu esteja alinhada às questões do contemporâneo. Segundo Lobo (2015, p. 75), esse consumidor detém padrão de informação que o motiva a fazer opções sustentáveis e é propenso a escolher um produto de design pensando na biodegradabilidade do material. A esses critérios podem ser incluídas, também, a questão do descarte e a certificação de origem da matéria-prima. Por reunir essas qualidades, o bambu, recurso infinito, tem sido cada vez mais usado em substituição à madeira.

A relação do design e do artesanato, configurada no intercâmbio de conhecimentos entre os estudantes de design e o artesão (Figura 23), apresenta uma peculiaridade: a formação de Eduardo Nakayama como engenheiro. Esse fator permitiu ao grupo avançar na discussão de diferentes abordagens e soluções técnicas.

**Figura 23. Dries Wagenberg, Eduardo Nakayama e Takeshi Sumi no jardim do Museu da Casa Brasileira, 2007**



Fonte: projeto Straat bambu. Foto de Nio Tatewaki

Do ponto de vista do artesanato, a busca de novas formas e de uma aparência sem ornamentos nem interferência para o bambu – parâmetro estabelecido inicialmente pelo projeto – contribuiu para aprimorar o tratamento da matéria-prima e a estética dos objetos. Foram exploradas diversas propriedades físicas e mecânicas do bambu *Phyllostachys aurea*, suas possibilidades construtivas como envergamento, junção, laminação, tubulação, etc.

No âmbito do design, foi possível observar diferenças entre as metodologias de trabalho do estudante brasileiro e do holandês em suas ações projetuais. Em oficina, enfrentaram prazos desafiadores para o desenvolvimento dos objetos e as expectativas de todas as instituições envolvidas, com metas a serem cumpridas e a responsabilidade de montar uma exposição no Museu da Casa Brasileira. O artesão mostrou-se satisfeito com o reconhecimento do público de design presente na mesa redonda e na exposição, mas lamentou a falta de tempo, durante o projeto, para focar numa produção em grande escala que lhe daria maior viabilidade comercial.

Conclui-se que o principal resultado desse projeto não tenha sido seu produto material, mas todo o intercâmbio de conhecimento. Toda inovação pressupõe um processo do qual participam o engenho e a arte, ou a técnica e a criatividade.

#### **3.1.4 Renato Imbroisi e as rendeiras de renda irlandesa de Divina Pastora: parceria criativa entre designer e artesãs para geração de renda**

Como aponta Featherstone (1995, p. 126), o processo de globalização induz à noção de que o mundo é um único lugar, e ao mesmo tempo conduz ao reconhecimento da diversidade das culturas, da “essência étnica do povo”. O artesanato como expressão cultural está no centro dessa questão, e um dos caminhos para refinar sua condição de objeto a fim de que ele faça parte do contemporâneo é promover a aproximação do trabalho do designer com o do artesão. Segundo Kubrusly e Imbroisi (2011, p. 3), em grande parte, nos projetos com comunidades de artesãos realizados no Brasil, observa-se que o design e o artesanato se encontram no âmbito do desenvolvimento de produtos, ajustando-se novas funções e formas, “com foco na adequação de exigências relacionadas ao mercado, com geração de renda para as comunidades de artesãos”. Já Cavalcanti (2005, p. 57) acrescenta ao debate:

A questão passa a ser agora a de saber sob que condições o diálogo com as inovações (de técnica, de saberes especializados, de conhecimento sobre o mercado consumidor, etc.), ou a mera busca de soluções para os entraves da inclusão social, pode ser vantajoso para uma dada comunidade produtora, não fazendo sucumbir aos imperativos do mercado e nem àqueles do passado retificado e imobilizado por tradições “mortas” ou unicamente discursivas. (CAVALCANTI, 2005, p. 57).

No que tange às práticas envolvidas nessa relação, o Brasil apresenta questões similares às dos países em desenvolvimento, como a Colômbia e a Índia. Assim, os estudos de Sethi, Duque Duque e Vencatachellum (2005) a respeito dessas realidades contribuem com esta pesquisa. Os autores levantam uma série de questionamentos sobre a intervenção do design no trabalho dos artesãos daqueles países, tais como: qual seria a necessidade de uma intervenção; qual é o papel do

designer nesse processo; que mercados poderiam se abrir para o artesão por meio da mediação com o design; quais os impactos de uma intervenção de curta duração e de longa duração dentro de uma abordagem holística, incluindo a revitalização do artesanato e sua autossustentabilidade; e, finalmente, que resultados efetivos seriam alcançados se, em vez de intervir, o designer transmitisse ao artesão os conhecimentos formais do design acadêmico com o apoio das políticas públicas destinadas ao desenvolvimento do artesanato.

De acordo com os autores, o designer cumpre o papel de mediador entre as realidades fragmentadas do mundo globalizado, em que as distâncias foram reduzidas e os tempos presente e passado são desconectados. Ele atua como a interface entre a tradição e a modernidade e pode contribuir para adaptar as produções do artesanato às necessidades da vida moderna, tendo em vista que os artesãos dos países em desenvolvimento, tais como Colômbia, Índia e Brasil, estão ligados a uma matriz predominantemente rural e de periferia, enquanto o mercado cresce nos grandes centros urbanos e globais, completamente apartados dessas realidades sociais. O designer também contribui orientando o artesão a respeito dos métodos, materiais e processos que podem vir a incrementar sua produção e melhorar sua renda, em tal contexto, propondo soluções de produtos ambientalmente sustentáveis e atuando como catalisador entre clientes e artesãos (SETHI; DUQUE DUQUE; VENCATACHELLUM, 2005, p. 3-5).

O designer Renato Imbroisi cumpre o papel de mediador entre as realidades fragmentadas do produtor e do mercado do mundo globalizado, e faz a interface entre a tradição e a modernidade. É um profissional de design reconhecido no Brasil e no exterior por realizar trabalhos de desenvolvimento e criação de produtos em mais de 120 comunidades no país e também na África. Em seu processo de trabalho, submerge no universo do artesão e, junto com ele, desenvolve objetos com qualidades estéticas diferenciadas e inovadoras, propondo acabamentos e usos adaptados ao modo de vida contemporâneo. Sua metodologia enfatiza a aprendizagem compartilhada, reconhecendo as habilidades específicas dos artesãos e de seu contexto: cultura, identidade e meio ambiente.

Segundo Sasaoka, Menezes e Moura (2014, p. 9), em 2004, a convite do **ARTESOL**, Imbroisi trabalhou na criação de novos produtos preservando técnicas tradicionais junto às rendeiras de renda irlandesa de Divina Pastora, em Sergipe.

De acordo com as autoras, essas artesãs são caracterizadas pela peculiaridade no modo de fazer a renda irlandesa, e foram reconhecidas como Patrimônio Cultural do Brasil, de acordo com o Conselho Consultivo do **IPHAN**, em 2008. O modo de fazer renda irlandesa em Divina Pastora foi incluído no *Livro de Registro dos Saberes* da instituição, considerando que as rendeiras locais reinventaram a técnica, o uso e o sentido desse saber fazer, cuja difusão no Brasil se deu por meio dos ensinamentos transmitidos por religiosas irlandesas e também por livros importados da França no século XIX.

O diferencial da renda irlandesa, em detalhe na Figura 24, é o lacê, matéria-prima usada em grande quantidade e fornecida por um único fabricante, a indústria de aviamentos YPU, do Rio de Janeiro. O alto preço do material e os desenhos repetitivos aplicados em tradicionais toalhas de lavabo e de mesa e jogos americanos, apenas na cor branca, limitavam a comercialização desse artesanato no mercado de moda e decoração, segundo Sasaoka, Menezes e Moura (2014).

**Figura 24. Detalhe da renda irlandesa tradicional**



Fonte: Sesc Belenzinho, exposição Renda Brasileira. Foto de Marcos Musi, 2013

Em três dias, Imbroisi ajudou a transformar essa renda tradicional em acessório de moda por meio da criação de dois novos produtos. O primeiro é um colar confeccionado com argolas de renda, tecidas separadamente pelas artesãs e depois costuradas umas às outras. O segundo, intitulado Fita Divina (Figura 25),

pode ser usado de diversas maneiras – como cinto, colar, elemento de decoração, etc. Cada fita é confeccionada com três metros de lacê trabalhados pelas rendeiras de forma livre e espontânea, tendo como referência os pontos tracionais. Durante o processo de criação desse produto, uma diversidade de desenhos surgiu das mãos das artesãs, o que despertou a confiança em sua própria criação e a autoestima pelo resultado alcançado. A partir dessa oficina, as 18 artesãs organizadas em associação passaram a receber encomendas de diversos clientes do mercado da moda e do artesanato, difundindo seu trabalho por todo o país (SASAOKA; MENEZES; MOURA, 2014, p. 9).

**Figura 25. Fita Divina em diversas cores**



Fonte: Sesc Belenzinho, exposição Renda Brasileira. Foto de Marcos Musi, 2013

No caso examinado, uma troca bem conduzida entre as ferramentas do design e o saber artesanal tornou possível às rendeiras o acesso a métodos e aprimoramentos que expandiram seu repertório técnico e artístico, sua eficácia de

organização em grupo e sua capacidade de adequar-se ao mercado, com o qual ampliaram sua interação.

Esse procedimento corrobora as reflexões de Sethi, Duque Duque e Vencatachellum (2005). Percebe-se que o saber fazer tradicional, isoladamente, não tem as ferramentas necessárias para intervir na realidade globalizada. O conhecimento do design preenche essa lacuna e contribui para transformar de forma positiva o contexto da comunidade artesã, como aconteceu em Divina Pastora.

### **3.1.5 Fernanda Yamamoto e as rendeiras do Cariri paraibano: integração entre design e artesanato no campo da moda**

Compreendidos os aspectos anteriormente apontados pelo estudo de moda e sua confluência com as questões globais de identidade e da cultura contemporânea, observa-se a atuação interdisciplinar. Em sua prática contemporânea, a moda abrange várias dimensões, desde a visual ao uso de materiais complexos, o vestuário, o objeto, a imagem, o corpo e ações que se entrecruzam na sua relação com o design e o artesanato. Neste estudo, pressupõe-se que o design seja o impulso inicial para o criador de moda, cuja matriz instala-se no conhecimento do processo de trabalho entre moda e artesanato. As autoras Preciosa e Avelar refletem a respeito dessa abrangência:

Ainda que sobre a moda recaiam formas sutis de controle, hoje, e cada vez mais, é possível pensar no designer de moda como um agente ressignificador da cultura, na medida em que ele passa a funcionar como um catalisador de outros universos de referência. Tentar entender a moda apenas sob a ótica da disciplina é não estar suficientemente atento a algumas práticas surpreendentes que, em seu exercício, a moda vem nos apresentando. E disso resultam experimentos tanto no plano social quanto subjetivo, que consolidam outros modos do fazer-pensar moda no contemporâneo. (PRECIOSA; AVELAR, 2010, p. 28).

A partir dessa reflexão, o artesanato pode ser entendido como um dos universos de referência mencionados pelas autoras. Segundo Avelar (2011, p. 108), o artesanato é integrado com mais ênfase na moda brasileira no contexto político da década de 1990, com Fernando Collor de Mello como presidente, período em que se libera a importação de tecidos estrangeiros, em especial os produtos chineses,

provocando concorrência com a indústria têxtil brasileira pela oferta de preços muito abaixo daqueles praticados aqui. O fato desencadeou uma crise no setor têxtil nacional, o que fez com que a área da confecção enfrentasse dificuldades e buscasse diferenciais no desenvolvimento industrial e comercial, levando o país a encontrar novas referências:

A experimentação, tanto na criação livre como nas áreas de desenvolvimento industrial e comercial, passa a ser posta em prática pela moda feita no Brasil, no intuito de facilitar a concorrência no mercado internacional. É preciso agregar aspectos de originalidade em relação às criações de outros países. Aliás, é a experimentação que abrirá caminho para elementos diferenciados, no que se refere tanto ao tecido quanto aos aspectos relacionados às formas, às cores, aos volumes e à justaposição de todas essas características. Ninguém chega a uma plena realização da “criação” sem o recurso da experimentação, pois esta é como um exercício de percepção e de conhecimento sobre aquilo que será realizado, seja de forma comercial, seja de forma estritamente conceitual. (AVELAR, 2011, p. 108).

A autora afirma que, a partir desse período, o artesanato brasileiro se mostrou como o “aspecto visível que mais representava o país”, contudo, assume que a utilização do artesanato na moda é apenas uma das formas de buscar a originalidade e destacar particularidades de uma cultura. Em mais de 20 anos, ao longo dos quais designers, estilistas e confecções passaram a perceber o valor do artesanato para enriquecer suas criações, observa-se o crescente aprimoramento desses trabalhos.

Nesse caminho, a designer brasileira Fernanda Yamamoto e um grupo de 77 rendeiras de renda renascença do sertão do Cariri paraibano realizaram uma rica e criativa parceria partindo da valorização da cultura tradicional, da troca de saberes do artesanato e do conhecimento do design e da moda, da integração social e do desenvolvimento de métodos para orientar as rendeiras a respeito de materiais e processos de criação e produção que pudessem vir a incrementar sua produção e melhorar sua renda.

As 77 rendeiras foram articuladas pela organização não governamental (**ONG**) Cunhã Coletivo Feminista. Elas vivem em 10 cidades da região: São João do Tigre, Camalaú, Monteiro, Cacimba Nova, Sumé, Zabelê, Umbuzeiro, Cacimbinha, Santa Maria e Congo. Yamamoto fez, com sua equipe, sete viagens à região, no ciclo de um ano, para realizar a moda feita à mão. A partir dos novos pontos que surgiram da parceria com as artesãs, a designer se inspirou na geografia local para

criar padronagens geométricas, que têm “raízes, galhos, rachaduras, nuvens, cercas e outras imagens como referência”, a fim de suscitar, com pontos abertos, a sensação de leveza e fluidez nos tecidos da renda, que originalmente se caracterizam por seu aspecto mais estruturado e rígido, como mostra a Figura 26. As roupas foram trabalhadas com diversos tecidos artesanais, tais como “renda renascença, couro, feltro (lã), jacquards exclusivos, tricô e outros”, distinguindo-se das clássicas cores sóbrias invernais com “uma paleta tons pastel de rosa, azul e verde” (YAMAMOTO, 2015).

**Figura 26. Vestido de renda renascença tingida e a criação de padronagem geométrica para a renda renascença**



Fonte: [www.facebook.com/FernandaYamamotoOficial/?fref=ts](http://www.facebook.com/FernandaYamamotoOficial/?fref=ts)

A designer compartilhou o processo de criação e produção com o público, por meio das mídias sociais e de visitas guiadas em seu ateliê, durante todas as etapas do trabalho. A coleção Histórias Rendadas, concebida pela designer em parceria com as rendeiras em 2015, foi apresentada no São Paulo Fashion Week (SPFW) – Inverno – 2016, no parque do Ibirapuera, em São Paulo. Conforme a Figura 27, observa-se que no convite da coleção constam os créditos de todos os profissionais envolvidos na produção, inclusive os 77 nomes das rendeiras de renda renascença

do sertão do Cariri, que dão sentido à percepção de valor na relação de parceria entre o trabalho das artesãs e o da designer.

**Figura 27. Ficha técnica do desfile SPFW Inverno 2016 de Fernanda Yamamoto**

INVERNO 2016 FERNANDA YAMAMOTO	
<b>FICHA TÉCNICA</b>	
<p><b>ATELIÊ FY</b>            Coordenação: Beatriz Verdolini e Fernando Jeon            Modelagem: Fernando Jeon            Assistente de estilo: Diego Gama            Piloteiras: Sílvia Batista e Simone Barbosa            Cortador: Oseias Araújo            Apoio: Ionildes Castro            Estagiários: Clayton Berini, Heloisa Gomez e Samuel Rocha            Loja: Vanessa Laiton</p>	<p><b>PROJETO CARIRI PARAIBANO</b>            Consultor: Romero Sousa            Articuladoras: Socorro Costa, Neudenis Albuquerque e Lucia Lira            Fotos e vídeos: André Seiti e Richner Allan</p>
<p><b>DESFILE</b>            Styling: Daniel Ueda            Beleza: Marcos Costa            Direção de desfile: Renata Jay            Cenário: Daniel Corsi Montagem: João Batista da Silva            Trilha: Hisato            Vídeo de abertura: André Seiti e Richner Allan</p> <p>Sapatos: Manolita            Óculos: Chilli Beans            Jacquards exclusivos: Innovativ e Renauxview            Material do cenário: Painel LP OSB            Design gráfico: Claudia Fugita</p> <p>Colaboradores: Barbara Macedo, Darlyne Barbosa, Fabio Martinusso, Karina Marcoçcia, Kazuko Sasaki, Kiwako Fugita, Luan Mello, Luciana Bortowski, Marcio Yamamoto, Rosely Kasumi, Suely Yamamoto</p>	<p><b>Rendeiras:</b>            Agrinaura Alves Saturno, Albani de Paula Silva, Ana Doraci Venâncio, Ana Paula de Farias, Andressa Bezerra da Silva, Angelita Ventura Oliveira, Carla Joseane, Cássia Emanuela da Silva Melo, Cleonice Correia, Deogracía Jatobá de Oliveira, Edjara Pereira da Silva, Edneide Elisbão, Eliana Euzébio da Silva, Elizama Monteiro Ibiapino, Erecilda Ferreira Inó, Erievania de Melo Barbosa, Evandra Maria Farias da Silva, Fatima Suelene Oliveira, Genilda Marques da Silva, Gilvanete Marques da Silva, Irenilde Avelino de Lima, Ivany Domingos, Ivoneide André de Oliveira, Ivoneide de Lima Oliveira, Jaqueline de Lima Oliveira, Joana Cândida de Souza, Joseane Pereira, Josefa Aparecida da Conceição, Jussara Campos Cavalcanti, Lilmara, Lucia Ivonete Monteiro, Manuela Damiana da Silva, Marcia Maria Candida, Maria Aparecida de Oliveira, Maria Aucilene Monteiro, Maria Cicleide do Nascimento, Maria Cleonice Freitas Ibiapino, Maria da Conceição de Souza Ventura, Maria da Conceição do Nascimento Silva, Maria das Dores dos Santos, Maria das Dores F. Vasconcelos, Maria de Fátima Sousa Alves, Maria de Lourdes da Silva, Maria de Lourdes Souza de Oliveira, Maria do Socorro Lopes, Maria dos Anjos do Nascimento, Maria Edjane de Melo Feitosa, Maria Eliane Bezerra da Silva, Maria Grinaura, Maria Idalina de Souza Elisbão, Maria Ivoneide da Silva, Maria Jeane Batista de Oliveira, Maria José Candido, Maria Jose Germino da Silva, Maria José Ventura, Maria Laudivanía da Silva Correia, Maria Lindaci da Silva Ferreira, Maria Lúcia da Paz Herminio, Maria Lucineide H. da Silva, Maria Marleide Amorim, Maria Marluce Amorim de Lima, Marlene Leopoldino Vital, Marta Maria Inó Mineiro, Noemia Ozeni da Silva, Patricia da Paz Bezerra, Patricia da Silva Nascimento, Rita da Silva Melo, Rosileide da Silva Santos, Rosilene Rosa do Nascimento, Rubenice Calumbi da Costa, Rubiana Monteiro de Freitas, Severina Avelino de Lima, Severina Maria Pereira, Silvana da Paz, Silvanía Eliane Ferreira de Albuquerque, Simone Aparecida R. Paz, Tamires da Silva</p>

Fonte: folheto convite para desfile de Fernanda Yamamoto no **SPFW** – Inverno – 2016

O desfile envolveu, além de 30 modelos profissionais, outras 10 mulheres que nunca haviam pisado em uma passarela. Uma das rendeiras paraibanas, Genilda Marques da Silva, participou desse grupo representando suas companheiras de trabalho, vestindo sua própria renda (Figura 28).

**Figura 28. Mulheres não modelos convidadas para desfilarem vestindo as roupas da coleção Histórias Rendadas. A terceira, a partir da esquerda, é a rendeira Genilda Marques da Silva, ao lado de Fernanda Yamamoto**



Fonte: <https://www.facebook.com/FernandaYamamotoOficial/photos>

Além do **SPFW**, a coleção foi apresentada na sede do Centro de Artes e Esportes Unificados (**CEU**) Jaraguá, situado na capital paulista, e também na própria localidade onde vivem as rendeiras, conforme mostra a Figura 29.

**Figura 29. Preparação para o desfile no CEU Jaraguá**



Fonte: [www.facebook.com/FernandaYamamotoOficial/?fref=ts](https://www.facebook.com/FernandaYamamotoOficial/?fref=ts)

Em entrevista durante o **SPFW**, a designer revelou as questões que mobilizaram seu trabalho:

“Queria trazer uma leveza para essa renda, que é mais dura. Como conseguir leveza e um ar mais contemporâneo? Como inserir desenhos de pontos novos?”. Em um processo que levou sete viagens, ela conseguiu alcançar um método de trabalho que, em certo momento, as mulheres estavam criando novos pontos sozinhas. Elas diziam: “mas já existem 300 pontos, como a gente vai criar um novo?”. (YAHN, 2015).

Ao ser incorporado por designers de moda, o trabalho artesanal associa uma ideia de “valor” ao produto, uma vez que a moda é portadora de símbolos e significados. No Brasil, segundo Paula, é necessário rever a relação histórica da moda com as tradições manuais para compreender por que o trabalho artesanal nas atividades têxteis, em determinados casos, ainda se caracteriza pela baixa remuneração (PAULA, 2006, p.256). Aos poucos, esse paradoxo vem sendo questionado por novas práticas e propostas de atuação, como essa da Fernanda Yamamoto.

Há que se destacar, de acordo com Moura e Lago (2015), que o processo de criação modifica o olhar (modo de apreender), a concepção e o conhecimento tanto

do artesão quanto do designer. Além do que, ao que parece, na atualidade, o trabalho do designer fica mais valorizado ao atender e promover a cultura local, regional e brasileira. Já o artesão ou o grupo de artesãos envolvido conta com a promoção e a divulgação de seu trabalho, ainda que de forma momentânea, e passa a conhecer novos métodos e processos para o desenvolvimento e a comercialização de sua produção. Ainda segundo essas autoras, tomadas as referências históricas brasileiras, enquanto o design funcionalista exigia a separação do artesanato, a moda sempre esteve ligada a esse universo, por meio dos bordados, das rendas e de uma série de aviamentos e acabamentos que sempre foram empregados nas roupas e acessórios, especialmente para os trajes de festa e para roupas de bebê e infantis.

Segundo Suzuki (2013, p. 44), as ações ligadas à revitalização do artesanato contribuem para a formação de uma sociedade sustentável. A autora observa que essas ações criaram um novo impulso na área do design gerando estilos que diferem da produção em massa e industrial. Ela afirma que os produtos de design que incorporam expressões culturais, saberes, técnicas e utilização de matérias-primas locais têm sido valorizados, entretanto isso não significa um regresso ao movimento *Arts & Crafts*, da segunda metade do século XIX, anterior ao design moderno. Suzuki (2013, p. 47) aponta que esse novo impulso, no Brasil, pode ser chamado de “artesanização do design”. Com uma profunda ligação com o design ecológico e social, esse movimento tem, como meta, um fator social dentro da ação do design. Em outras palavras, trata-se da “socialização do design”. A autora conclui que a artesanização do design no contexto brasileiro colabora em vários aspectos na formação de uma sociedade sustentável.

Essas cinco referências de **DMA** demonstram a diversidade de metodologias de interação entre esses campos, que partem do processo de criação, produção e circulação dos objetos, assim como de agentes envolvidos. Os dois primeiros casos evidenciam a incorporação do trabalho artesanal à obra e ao discurso de designers reconhecidos internacionalmente, ainda que num contexto de autoria compartilhada (caso da coleção Cangaço), o que coloca em evidência o potencial do artesanato na contemporaneidade. Já os três últimos apontam para processos de troca de conhecimento que asseguram a autonomia dos artesãos e a apropriação, por parte deles, das ferramentas do design, assim como de códigos e valores simbólicos próprios da sociedade contemporânea. Nesse contexto, a didática desenvolvida

contribui para o empoderamento dos artesãos, fortalecendo sua autoconfiança para criar, como estímulo à inovação.

A abertura ocorrida a partir dos anos 1990 no campo do design e, também, no da moda brasileira trouxe a possibilidade de reaproximação com o artesanato em um nível ampliado de valores. O fato de importantes designers brasileiros compartilharem autoria com artesãos com os quais se relacionam e constituem novas criações garante outro salto de importância e de valorização para a prática artesanal, muito além da visão associada ao trabalho tradicional, abrindo novos horizontes para que perdure, associando práticas tradicionais com metodologias de criação e produção contemporâneas e colaborando para configurar um campo de caracterização para o design brasileiro no âmbito internacional.

## 4 MATERIAIS E MÉTODOS

Como aponta o capítulo 1, esta pesquisa adotou a abordagem qualitativa aplicando as técnicas de revisão bibliográfica, pesquisa documental e de campo, estudo de casos realizados a partir da coleta de dados e entrevistas semiestruturadas realizadas na vivência e observação *in loco* no Ateliê Marlene Brandão e na Confecção Prata Couro. Desse modo, aqui se apresentam os conteúdos e argumentos que auxiliam na reflexão dos resultados finais e o cruzamento de dados levantados nas duas empresas.

A pesquisa de campo compreende entrevistas semiestruturadas aplicadas aos proprietários e funcionários das empresas, acompanhadas dos registros fotográficos dos locais e observação direta.

A pesquisa documental, por sua vez, inclui levantamento de documentação das empresas, textos, *websites*, jornais, revistas e catálogos relacionados à divulgação de produtos e coleções. O planejamento para coleta de dados, como mostra o Quadro 4, serve de base para a sistematização das informações obtidas junto às empresas por meio de uma categorização que compreende: o mercado, a formação e capacitação de seus funcionários, os processos de criação, a prática projetual, o processo de produção, o processo de gestão e os processos de circulação dos produtos. A apresentação do conteúdo e os argumentos auxiliam na reflexão dos resultados finais e no cruzamento dos dados levantados.

Quadro 5. Planejamento para coleta de dados

COLETA DE DADOS				
TEMAS	DADOS GERAIS DAS EMPRESAS	FONTE DOCUMENTAL		ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS
Aspectos da empresa	Dados sobre a empresa; dados históricos; número de funcionários	Registros; imagens; produção; assuntos em nível local	Anexos a esta dissertação	Proprietários fundadores funcionários e ex-funcionários
Empresa	Ateliê Marlene Brandão; Confecção Prata Couro	Folders; fotografias; jornais; revistas	Desenhos; modelagens; material têxtil	Inspiração; motivação; aprendizado de técnicas; relação com a empresa
Mercado	Público consumidor	Fotografias de produtos específicos	Material promocional	Percepção de mercado; crise; superação
Formação e capacitação	Relatos de processos	Fotografias históricas da empresa	Treinamento para produção	Observação da produção; técnicas aprendidas relacionadas à produção
Processo de criação	Relatos de etapas	Fotografias de produtos diferenciados	Desenhos; referências culturais	Ampliação e redução da empresa;
Prática projetual	Qualificação de produtos específicos ou coleções	Fotografias de modelagem	Verificação de modelagens, equipamentos e infraestrutura	Práticas de modelagem e desenho; percepção dos diferentes processos
Processo de produção	Observação dos fluxos	Registro de determinadas etapas	Atualização de métodos	Busca de inovação; percepção sobre as mudanças técnicas e variações têxteis
Processo de gestão	Observação dos fluxos	Fotografias do contexto histórico da empresa	Meios de divulgação	Problemas e soluções;
Processo de circulação de produtos	Pontos de distribuição; lojas	Fotografias de revistas, jornais, eventos, lojas	Estratégia de comunicação	Problemas e soluções

Fonte: adaptado de Creswell (2013, p. 193)

A análise comparativa dos dados parte dos resultados obtidos, relacionados a processos, produtos, métodos de capacitação e circulação, estabelecendo-se relações com o design, a moda e o artesanato. A análise é apresentada de forma dissertativa, por meio de imagens, quadros, tabelas e textos.

As conclusões obtidas no decorrer da investigação apresentam os resultados apontados e a proposição de contribuições para a comunidade científica e comunidades artesãs têxteis.

Os apêndices incluem o roteiro de perguntas.

## 5 DESCRIÇÃO E ANÁLISES DOS DOIS ESTUDOS DE CASO: ATELIÊ MARLENE BRANDÃO E CONFEÇÃO PRATA COURO

Este capítulo apresenta a descrição e a análise dos casos feitas a partir dos dados levantados, bem como a inferência fundamentada nas respostas coletadas através das entrevistas semiestruturadas. Essas entrevistas se caracterizam de acordo com a estrutura representada no Quadro 6.

**Quadro 6. Características das entrevistas**

ENTREVISTAS	CONFEÇÃO PRATA COURO	ATELIÊ MARLENE BRANDÃO
Universo de pesquisa	Empresa	Empresa
Local	Pratânia/SP	Araçatuba/SP
Tipo de entrevista	Presencial	Presencial
Número de entrevistados	6	4
Funções dos entrevistados	Proprietário aposentado Proprietária aposentada Diretor/proprietário Ex-funcionários Ex-funcionária	Fundadora/proprietária Estilista/proprietária Diretora comercial/proprietária Ex-funcionária
Número de visitas em campo	3 (Pratânia)	3 (2 em Araçatuba; 1 em São Paulo)
Ambiente das entrevistas	Escritório Oficina de ex-funcionário	Residência Ateliê Lojas

Fonte: elaborado pela autora, 2016

Os entrevistados no Ateliê Marlene Brandão e na residência da família Brandão, em Araçatuba, foram Marlene Brandão, Heloísa Brandão e Rita Brandão. Em São Paulo, nas lojas Regina Aon e Lucas Anderi, foram entrevistadas Rita Brandão e Máisa Antonieta de Camargo.

Na cidade de Pratânia, na loja e no escritório da Prata Couro e na Dê Sapataria, os entrevistados foram Abílio Paschoalinotte, Abílio Paschoalinotte Júnior, Oliva Maria Bassetto Paschoalinotte, Ademilson Antunes, Lucélia Antunes e José Carlos Cavazzo.

## 5.1 PRATA COURO

A Confeção Prata Couro está localizada em Pratânia, no estado de São Paulo, a 260 quilômetros da capital. Pratânia se tornou distrito de Botucatu no século XIX e, segundo o IBGE (2016), desde 30 de dezembro de 1993 é um município independente. Sua economia é baseada na produção agrícola, na manufatura do couro e na comercialização de calçados, acessórios, selas e roupas de couro. A cidade foi um importante núcleo de produção de artefatos de couro durante décadas, até os anos 1990, e a empresa Prata Couro é o alicerce dessa história.

Denominada Confeções Prata até a década de 1970, a Prata Couro é uma empresa familiar especializada em confecção e venda de artefatos de couro, já em sua terceira geração. Fez com que Pratânia se tornasse conhecida como a Terra do Couro por sua produção persistente e sua permanência no mercado durante 82 anos. Sua sede atual (Figura 30) fica na Rua Otacílio Nogueira, 801, no centro da cidade.

**Figura 30. Empresa e loja Prata Couro**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Muitos sapateiros, artesãos e seleiros da cidade passaram pela empresa, onde aprenderam seu ofício. Para este estudo, foram entrevistados a segunda

geração de gestores, Abílio Paschoalinotte, sua esposa Oliva Bassetto Paschoalinotte e seu sucessor, Abílio Paschoalinotte Júnior, além dos ex-funcionários Ademilson Aparecido Antunes (conhecido como Dê), Lucélia da Silva Antunes e José Carlos Cavazzo.

A história da Prata Couro se inicia em 1934, com o filho de imigrantes italianos Angelino Paschoalinotte, nascido em 1914. Agricultor quando jovem, Angelino contraiu uma inflamação nos olhos que o fez perder um dos lados da visão, impossibilitando-o de continuar o trabalho na lavoura. Para que pudesse ter um ofício, seu pai o encaminhou para a cidade mais próxima, São Manuel (à época, ainda distrito de Botucatu), onde um sapateiro conhecido como Melillo o aceitou como aprendiz. Mais tarde, o rapaz constituiu sua própria sapataria, em sua casa, em Pratânia. No início, era apenas uma oficina que produzia calçados reforçados para o trabalho, e Angelino, contando durante algum tempo com a ajuda do pai, irmã e tios, foi formando sua clientela.

A Figura 31 mostra a Casa do Sapateiro, réplica da oficina de Angelino, construída em um parque doado à cidade pelo falecido escritor prataniense Francisco Marins. No local, hoje estão expostos alguns objetos que pertenceram ao sapateiro.

**Figura 31. Exterior e interior da Casa do Sapateiro, no parque Taquara-poca, em Pratânia**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Aos 20 anos, Angelino casou-se com Pedrina Pires, cabocla nascida em Pratânia e criada pela família Marins, para a qual trabalhava em serviços domésticos. Pedrina sabia costurar e ajudava o marido fazendo os cortes no couro, enquanto ele montava as botinas. Pela forte cultura agropecuária da região, logo os fazendeiros se tornaram clientes da sapataria.

O casal teve quatro filhos. Um deles, Abílio Paschoalinotte, nascido em 1943, começou cedo o ofício de sapateiro – para que ele ajudasse na produção, o pai colocava ao seu lado um banquinho, a fim de que o menino alcançasse a bancada de trabalho. Abílio frequentou a escola até os 12 anos de idade, escolaridade máxima oferecida na cidade na época. Ele lembra que, quando o Paraná estava em plena expansão, as madeiras extraídas naquele estado e levadas para Brasília passavam por Pratânia, antiga Prata, causando alvoroço entre os jovens. Já entre seus 14 e 15 anos, Abílio manifestou ao pai o desejo de começar a vida no Paraná, mas Angelino, devoto de Bom Jesus da Prata, padroeiro da cidade, preferiu que o filho continuasse a trabalhar na sapataria, que a essa altura já confeccionava botinas e botas de cano longo.

### **5.1.1 Novos rumos da empresa e os processos de criação**

Angelino costumava acordar às quatro horas da madrugada para trabalhar na sapataria familiar, encerrando o expediente às três ou quatro horas da tarde. Sem que ele soubesse, Abílio aproveitava o período que sobrava para criar novos modelos de botas e botinas. No início dos anos de 1960, fenômenos da indústria cultural mundial e nacional influenciariam suas criações: os filmes de *western* (ou faroeste), produzidos em Hollywood, e o movimento da Jovem Guarda, que se popularizava pelo país.

Frequentador da sala de cinema de São Manuel, a 15 quilômetros de Pratânia, Abílio observava, em detalhes, as botas usadas por John Wayne, Slim Pickens e outros astros do faroeste. Eram botas confeccionadas, também à mão, por uma tradicional família de sapateiros de ascendência italiana, os Lucchese, que vivia

no Texas, EUA, desde 1860. A Figura 32 mostra Slim Pickens sendo atendido pelos Lucchese.

**Figura 32. O ator Slim Pickens, parceiro de John Wayne, em visita à sapataria dos Lucchese, em El Paso, no Texas**



Fonte: <https://www.lucchese.com/ourheritage/>

Atraído pelos ornamentos dessas botas de caubói, tais como as franjas, as peças de metal e os desenhos pespontados com flores, Abílio fez a primeira réplica. Angelino não gostou da transformação na forma do calçado, alegando aparente desconforto e o risco de entortar os pés dos clientes. Mas um fazendeiro da região viu a bota na prateleira e encomendou uma idêntica. A partir daí surgiram outras vendas, e o pai concedeu ao filho a chance de desenvolver suas próprias ideias.

A outra forte referência de Abílio – o movimento da Jovem Guarda, que surgiu no início dos anos 1960 – ganhou impulso com a TV. Segundo Dantas (2015, p. 116), esse foi o momento em que, com a disseminação dos meios de comunicação de massa, a indústria cultural causou impacto nos hábitos de consumo da juventude: os artistas da Jovem Guarda passaram a licenciar produtos que eles próprios usavam no vestuário, como roupas e adornos.

Entre esses itens, as botinhas de cano curto com salto baixo e bico afunilado, representadas na Figura 33, eram bastante desejadas pelos jovens. Abílio passou a

reproduzir modelos inspirados nessa moda para quem não tinha acesso aos produtos da marca Jovem Guarda, e suas vendas foram bem-sucedidas.

**Figura 33. Artistas da Jovem Guarda, em ilustração de Douglas do Amaral extraída do livro *Jovem Guarda – moda, música e juventude*, de Maira Zimmermann, 2013**



<http://www.estacaolettras.com.br/blog/maira-zimmermann-fala-sobre-seu-novo-livro-jovem-guarda-moda-musica-e-juventude/>

Mas o empreendimento deu um salto graças a um casaco de couro criado por Oliva Maria Bassetto Paschoalinotte, filha de fazendeiros italianos que viviam na região, com quem Abílio se casou em 1965. Por sua capacidade criativa e gosto pela costura inspirado nas roupas usadas pelas mulheres que frequentavam a igreja e eventos sociais locais, costumava esboçar vestidos que pudesse costurar. Com o aprendizado do couro, Oliva confeccionou um molde de casaco para o marido vestir no dia a dia. Pendurada num canto da oficina enquanto Abílio trabalhava, a peça de roupa despertou o interesse de um cliente, professor da Universidade Estadual Paulista (**UNESP**), recém-instalada em Botucatu, que encomendou um modelo idêntico. A notícia se espalhou e muitos outros casacos foram encomendados. Novos modelos eram produzidos e expostos na loja, à medida que os clientes traziam pedidos especiais.

Casacos e jaquetas de couro se tornaram os carros-chefes de vendas. Com o sucesso, a empresa passou a confeccionar peças do tamanho 38 ao 42, além de

tamanhos especiais, produzidos a pedido dos clientes. A Figura 34 mostra essas peças de vestuário expostas na loja Prata Couro.

**Figura 34. Jaquetas e casacos em exposição na loja Prata Couro**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Inicialmente, a empresa não tinha concorrentes na região – os mais próximos estavam na cidade de São Paulo e no Sul do país. Pratânia fazia parte da rota para a capital paulista, e clientes de várias partes do estado passaram a comprar, na Prata Couro, roupas de couro feitas sob medida. Muitos dos que chegavam à oficina requisitavam detalhes específicos, tamanhos ou estilos que não podiam ser encontrados no comércio. Para compor as peças, os clientes traziam referências tiradas de fotos de revista, como fivelas, correntes e pedras.

As roupas da Prata Couro são feitas, basicamente, de forma manual; se utilizavam máquinas somente nas etapas de costura. O processo de produção de uma jaqueta ou casaco, segundo Oliva, se resume nas seguintes etapas:

1. Um desenho é escolhido para o desenvolvimento de uma peça piloto, que servirá para que os defeitos sejam corrigidos antes que o modelo entre em linha de produção;
2. O esboço das partes do modelo é repassado para um molde de papel ou papelão;

3. São construídas as proporções exatas para cada tamanho;
4. Coloca-se o molde sobre a pele de couro, que já vem tingida do curtume, e ela é cortada com estilete;
5. Juntam-se as partes com costura, cola ou fita colante para as dobraduras;
6. Fazem-se os pespontos ou outros tipos de adornos antes de fechar as partes;
7. Confecciona-se um forro, com tecido de cetim, na máquina de costura;
8. Fazem-se os acabamentos e colocam-se zíper, adornos e, por último, os botões;
9. Os moldes das roupas nunca são dispensados. A Figura 35 mostra o acervo de moldes da Prata Couro, disponível para o uso.

**Figura 35. Moldes de roupas de couro na oficina da Prata Couro**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Para renovar a produção, Oliva Paschoalinotte costumava reproduzir seus modelos modificando seus detalhes. A Figura 36 mostra alguns desses detalhes, como coloridos, bordados e vazados.

Figura 36. Desenhos e moldes de roupas de couro de Oliva Paschoalinotte



Fonte: fotomontagem feita pela autora, 2016

Oliva desenvolveu diversos modelos e moldes de roupas. Com a expansão da produção, foi necessário contratar modelistas, que interpretavam os desenhos elaborados pela empresária.

Entre o final dos anos 1960 e início dos 1970, a oficina já não comportava tantos funcionários e um novo espaço de trabalho foi construído. Dessa transformação, nascia a Confecções Prata. O nome, que surgiu com o primeiro logotipo, criado por um antigo gerente, foi inspirado na história local – conta-se que um dia um estribo de prata foi encontrado na beira de um rio da cidade, que passou a ser chamada de Prata (até sua emancipação, em 1993). No entanto, a confecção começou a ser confundida com a Expresso de Prata, companhia de transporte rodoviário que atende a região. Assim, mais tarde, os Paschoalinotte optaram por adicionar ao nome de sua empresa a palavra Couro.

Com os negócios se desenvolvendo, Oliva e sua equipe passaram a buscar tendências da moda e ideias para novas criações nas maiores feiras de negócios do setor industrial de couro, que se já organizavam no decorrer da década de 1960: a Feira Internacional da Moda em Calçados e Acessórios (**FRANCAL**) e a Couro Moda – fundadas em Franca (SP) e no Rio de Janeiro (RJ), respectivamente, e hoje

realizadas na capital paulista. Enquanto a esposa administrava o cotidiano da fábrica, Abílio cuidava dos contatos comerciais, viajando constantemente a São Paulo e cidades de outras regiões.

A Figura 37 mostra Oliva, que hoje, aos 71 anos de idade, dedica-se à creche do Núcleo de Atendimento Social fundada pelos proprietários da Prata Couro e já não participa da gestão da empresa.

**Figura 37. Oliva Maria Bassetto Paschoalinotte, na fachada da loja Prata Couro**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Na Figura 38, vê-se o empresário Abílio Paschoalinotte ao lado do filho, Abílio Paschoalinotte Júnior, no escritório da empresa.

**Figura 38. Abílio Paschoalinotte Júnior e Abílio Paschoalinotte**



Foto de Sílvia Sasaoka, 2016

### **5.1.2 Processos de produção e gestão**

A gestão da Prata Couro foi conduzida por três gerações. Na primeira geração, entre os anos 1930 e 1960, pode-se observar na condução de Angelino a configuração de uma estrutura e de um modo de produção artesanal focados no trabalho de um artesão/sapateiro, conforme apresenta o diagrama da Figura 39.

Figura 39. Diagrama da gestão da sapataria de Angelino Paschoalinotte



Fonte: elaborado pela autora, 2016

A segunda geração, iniciada em 1958, permaneceu ativa na administração da empresa até 2004. Abílio Paschoalinotte transformou a pequena oficina em fábrica e introduziu a noção de moda, ampliou a produção e buscou novo nicho de mercado. Oliva Paschoalinotte participou dos processos de criação, produção e administração da fábrica até 1995. A gestão se desdobrou em novos setores, conforme apresenta a Figura 40.

Figura 40. Diagrama da gestão da Prata Couro de 1958 até 2004

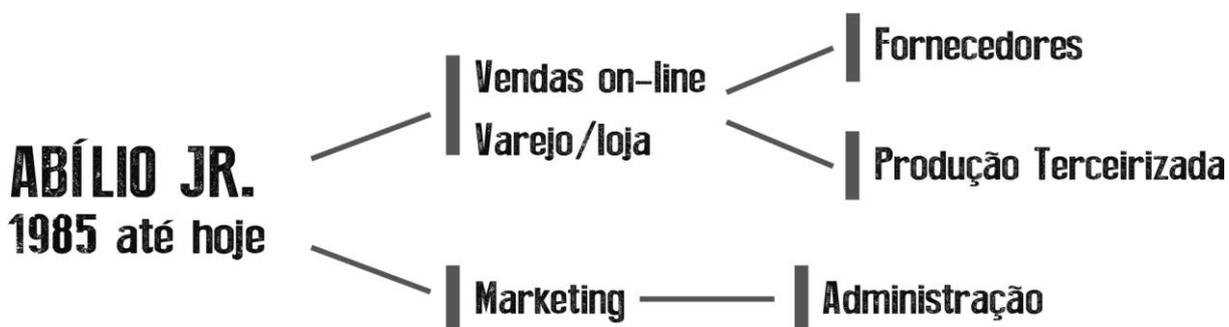


Fonte: elaborado pela autora, 2016

A terceira geração, com Abílio Paschoalinotte Júnior, formado em administração de empresas teve seu início em 1985 e permanece até os dias atuais. O empresário assumiu o comando do negócio no período em que se agravava a

crise econômica no Brasil, e foi adaptando a gestão da empresa para novos modos de produção e comercialização, conforme mostra o diagrama da gestão atual, representado pela Figura 41.

**Figura 41. Diagrama da gestão atual da Confecção Prata Couro**



Fonte: elaborado pela autora, 2016

### 5.1.3 Matérias-primas e gestão de produção

A oferta de matérias-primas na região favoreceu a produção da empresa desde o início, quando os solados ainda eram feitos de pneu ou de couro bovino. A curta distância até os fornecedores contribuiu, também, com o processo de confecção das jaquetas e casacos.

O couro dos solados, que recebia um tratamento específico para essa finalidade, vinha de um curtume de São Manuel – trajeto marcado na história de Angelino, que ia buscar a pé fardo de sola suficiente para trabalhar durante um ou dois meses. Em Bauru, a 87 quilômetros, havia representantes de outros curtumes, como a casa San Pierre, que vendia o couro preparado para a parte superior da bota. As fôrmas dos calçados, que inicialmente eram italianas, passaram a ser encontradas no bairro do Brás, em São Paulo – onde também eram vendidas ferramentas, maquinário e outros insumos – ou, ainda, em Franca, que era um polo calçadista no interior paulista.

Confeccionavam-se bolsas, cintos, macacões de motoqueiro, pufes, além dos calçados, jaquetas e casacos. Segundo a ex-funcionária Lucélia da Silva Antunes, os empregados distribuíam-se entre os setores de modelagem, corte, costura e colagem, montagem das peças, pespontos, acabamento e máquina a vapor e fogo.

Eventualmente, os funcionários cumpriam dois turnos de trabalho, conforme a demanda. No auge da produção, eram feitas 1.800 peças de confecção, 1.500 pares de botas e mais 300 itens de artefatos. O aumento da demanda fez com que as vendas, que durante os anos de desenvolvimento da produção eram restritas à cidade, se expandissem para o segmento atacadista.

Todos esses itens são, até hoje, comercializados no varejo pela empresa, no entanto, parte de sua produção é terceirizada. A Prata Couro revende, ainda, produtos de outras marcas. A Figura 42 mostra a variedade de artigos disponíveis na loja que, como observaremos em pormenor adiante, encontram-se perdidos entre muitos outros itens de apelo visual, e simbólico, de referências culturais extremamente diversas, como camisetas de times de futebol, imagens santas, etc., que demonstram a pulverização da informação em torno dos objetos promovidos pela empresa.

**Figura 42. Interior da loja Prata Couro**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

#### **5.1.4 Crise e mudança de rumo**

Nos anos finais da década de 1970, a crise do petróleo modificaria de forma decisiva a trajetória da Prata Couro. Já em 1982, a fábrica da família entrou em

processo de desativação. Mais tarde, o prédio foi alugado para a prefeitura municipal e, atualmente, está em processo de demolição (Figura 43).

**Figura 43. Fachada e interior da antiga fábrica Prata Couro**



Fonte: foto de Silvia Sasaoka, 2016

Segundo Soares (1994, p. 59), o poder aquisitivo da população brasileira caiu após a decretação do Plano Collor, e o setor têxtil e de confecções, entre outros setores da economia brasileira, foi prejudicado com a redução das alíquotas de importação de tecidos coreanos e outros produtos estrangeiros a preços bem menores que os das indústrias brasileiras.

A queda de faturamento das empresas desse setor, gerada pela abertura comercial, deu origem ao desequilíbrio da concorrência interna. As confecções brasileiras careciam de competitividade diante dos importados, o que causou o fechamento de muitas delas, além do afastamento do consumidor que, com a elevada carga tributária embutida nos preços finais, substituiu o produto nacional pelo produto importado (SOARES, 1994, p. 61).

Segundo avaliação de Paschoalinotte Jr., com a crise do petróleo os clientes reduziram as visitas à Pratânia. No entanto, análises econômicas como a de Guidolin, Costa e Rocha (2010, p. 153) apontam que a expansão da China na produção mundial e a entrada dos países asiáticos na produção de calçados, nos anos 1980 e 1990, causaram mudanças econômicas globais, afetando todos os núcleos de produção têxtil em vários países.

A Prata Couro enfrentou tais mudanças adotando o sistema de terceirização. Repassando parte da produção a empresas especializadas, pôde ampliar a linha de produtos comercializados com sua marca própria, incluindo a venda de calçados

femininos. A terceirização se caracteriza pela fragmentação dos processos da manufatura dos artefatos com mão de obra especializada, assegurando a qualidade dos produtos exigidos pelo novo mercado, sob condições específicas de linha de produção e infraestrutura, com custos mais baixos, explica Abílio Paschoalinotte Júnior.

Além de reduzir os meios de produção, a empresa adaptou-se às instabilidades diminuindo o número de funcionários e concentrando-se cada vez mais no varejo e abandonando as vendas no atacado. Soares explica que as empresas de confecção no país sofriam com taxas de juros de até 3.500% ao ano e com o elevado custo do capital, inviabilizando o investimento produtivo; restava-lhes ocupar um lugar de vendas no varejo, como estratégia de mercado (SOARES, 1994, p. 61).

Sem alternativa, a Prata Couro assumiu a revenda de artigos de couro chineses em sua loja devido à relação entre custo e benefício desses produtos – ainda que muitos viessem com defeito, gerando a necessidade de troca e prejudicando as vendas. Abílio Júnior explica que, hipoteticamente, se o custo de produção de um casaco era de R\$ 300 sem margem de lucro, e o produto chinês chegasse a R\$ 200, não havia meios de competir no mercado.

Foi dessa forma que o setor produtivo da Prata Couro voltou a ter a dimensão de uma oficina. As modelagens de vestuário, em se tratando de casacos e jaquetas de couro, não apresentam grande variação sazonal, e também não houve aumento no volume de peças, o que tornou desnecessária a automatização. Assim, manteve-se a confecção de vestuário, que exige menor infraestrutura, com o uso apenas de máquinas de costura tipo esquerda e balancim de corte – os calçados, por sua vez, necessitariam de mais velocidade de produção, com muitas tecnologias e máquinas para sua fabricação. A Figura 44 mostra parte das atuais dependências da oficina e da loja.

Figura 44. Oficina e interior da loja Prata Couro



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

A contratação de um designer ou estilista para o desenvolvimento das roupas de couro da Prata Couro ocorre somente quando a empresa decide desenvolver um novo item, que passa a servir de base para a variação dos bordados, formas ou outros desdobramentos do mesmo desenho. Os adornos, bordados sobre o couro, são incorporados à produção terceirizada.

Sem o custo de uma produção sazonal segundo tendências da moda, a Prata Couro tem fôlego para desenvolver uma variedade de produtos com sua marca própria, como bolsas femininas ou calçados, por meio de indústrias parceiras.

Para terceirizar sua produção, a Prata Couro busca parcerias em feiras como a Couro Moda – maior evento anual de artefatos de couro e calçados da América Latina desde 1973 – e a **FRANCAL**. Essas empresas lançam coleções de produtos, e a Prata Couro faz sua encomenda investindo num estilo ou tendência.

Atualmente, as peles usadas para a confecção de casacos e jaquetas são a napa de vestuário ou pele bovina e ovina, o *chamois* ou camurça, o couro de porco,

de mestiço ou pele de carneiro, cuja aparência se confunde com a pele de cabra (pelica), entre outros. Para os calçados são usados o couro de avestruz e a vaqueta, entre outros.

Mas para a confecção de jaquetas e casacos sob medida a Prata Couro ainda conta com uma equipe de 14 funcionários, distribuídos nos setores de confecção (corte, costura, modelagem e montagem), venda, administração e gerência, além de um funcionário que cuida da loja *on-line*. Na loja física são cinco peças por tamanho colocadas à venda nas prateleiras. Essa equipe – da qual participam alguns empregados próximos da aposentadoria ou já com 30 anos de trabalho na própria Prata Couro, responsáveis por repassar conhecimento aos mais novos – cuida do controle de qualidade dos produtos, incluindo os de terceiros.

### **5.1.5 Transmissão de conhecimento e responsabilidade social**

Nos tempos da sapataria, Angelino costumava preparar o material para o solado, a biqueira e a palmilha, que eram colocados nas botinas artesanalmente: cortava-se a pele do couro, que era mergulhada num grande tanque d'água para amolecer, em seguida recortava-se a peça com canivete ou faca e passava-se uma pedra de mármore para chanfrar e refinar a borda do couro do solado – os procedimentos artesanais na confecção das botas e botinas foram mantidos até o início dos anos 1990.

Muitos jovens de Pratânia passaram pela Confecções Prata, que viria a se tornar, mais tarde, a Prata Couro. De acordo com os relatos, os 150 funcionários basicamente aprenderam o ofício do trabalho com couro na própria empresa. Segundo Paschoalinotte Jr., os primeiros aprendizes, na década de 1960, começavam cedo, geralmente aos 12 anos, devido à Lei 229, promulgada em 1967, que reduzia a idade mínima para o trabalho de 14 para 12 anos de idade. Entravam na oficina jovens, a convite do sapateiro, e aos 15 anos já tinham capacidade para exercer o seu ofício.

José Carlos Cavazzo, ex-funcionário, lembra-se do ambiente de trabalho e do aprendizado, que iniciou com a idade de 12. Em torno da banca de trabalho (Figura 45) sentavam-se Angelino, Abílio e seu irmão, enquanto Pedrina costurava numa

pequena máquina. A primeira atividade do jovem empregado era a de amolador de faca; depois ele aprendeu a cortar o couro com o apoio certos dos dedos e o controle do corte.

**Figura 45. Mesa de trabalho do sapateiro Angelino Paschoalinotte**

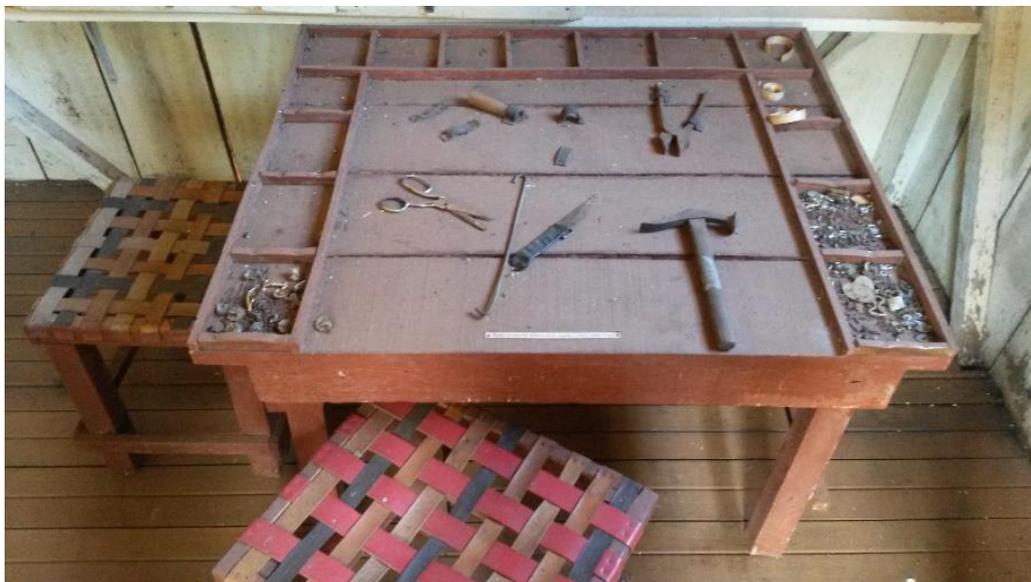


Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Quando dominou a tarefa de tirar medidas das botas, recebeu um caderninho com as medidas de sapatos de clientes. Receberia seu primeiro salário de sapateiro quando soubesse decifrá-las – o que aconteceu alguns anos depois. Atualmente, Cavazzo tem sua oficina particular, é microempreendedor individual, faz reparos em artefatos de couro, corte e costura, e produz jaquetas, calças e outros produtos.

Ademilson Aparecido Antunes, outro ex-funcionário da Prata Couro que hoje tem seu negócio próprio, a Dê Sapataria, também começou a trabalhar na empresa aos 12 anos de idade. Iniciou da mesma forma que Cavazzo, em torno da bancada do sapateiro: servia água, repassava as ferramentas, passava cola nos calçados, até ser convidado a trabalhar na fábrica. Para se tornar um sapateiro, acomodava-se diante do mestre de ofício e tinha que segui-lo por espelhamento. Segundo Paschoalinotte, os jovens poderiam viver de seus serviços de consertos de calçados a partir dos 15 anos, além de trabalhar na oficina.

Nos anos 1990, quando a Prata Couro teve de reduzir seus funcionários, muitos deles abriram oficinas de conserto e produção de botas e botinas em suas próprias casas. A Prata Couro doou máquinas antigas da empresa, algumas de até

100 anos, a alguns funcionários, que passaram a prestar serviços à família Paschoalinotte, garantindo a continuidade da produção de algumas peças.

Os sapateiros profissionais e ex-funcionários da Prata Couro continuam a confeccionar botas e botinas pelo processo artesanal, muito próximo ao que fazia o mestre Angelino. É o caso de Ademilson, que recebeu da empresa uma prensa, uma frisa, um balancim, um corta sola, uma lixadeira, uma polideira e uma boneca, que serve para fazer o acabamento – assim, o artesão estruturou sua oficina. Atendendo sob encomenda e também vendendo algumas peças prontas, até hoje põe em prática todas as etapas do processo que aprendeu. Na imagem da Figura 46, o sapateiro faz uma demonstração de corte de sola com a máquina balancim.

**Figura 46. O sapateiro Ademilson operando sua máquina balancim para corte de sola**



Foto de Ryan Duke, 2008

Na Figura 47 é possível ver as partes que compõem uma bota como as que são produzidas por Ademilson. O artesão explica: a sola é a parte inferior da bota, que pode ser de couro, pneu ou borracha; a biqueira é um reforço na frente do calçado, para definir seu formato e proteger os pés; a gáspea fica na parte superior, entre a biqueira e o peito do pé; o salto fica fixado à sola e dá suporte ao calcanhar, definindo a altura da bota e proporcionando equilíbrio; o contraforte é um reforço

interno de couro colocado na parte interna do calçado, na região do calcanhar, entre o cabedal traseiro e o forro; vivo de costura é a costura lateral da bota; o vira é uma parte do acabamento que leva pespontos sobre uma tira em torno do sapato, cobrindo a beirada da sola; e os puxadores são as alças laterais da bota.

**Figura 47. Partes de bota confeccionada por Ademilson Aparecido Antunes**



Foto e legendas de Silvia Sasaoka, 2016

O Quadro 7 apresenta as etapas de confecção de uma bota da forma como é feita na oficina do ex-funcionário Ademilson, desde a encomenda do cliente até seu acabamento final, conforme a descrição feita por Lucélia Antunes.

**Quadro 7. Onze etapas de confecção de uma bota na Dê Sapataria**

O pedido, feito sob medida, é registrado em forma de comanda com os itens: pele, modelo, bordado, sola, salto, altura do cano, cor do acabamento.



Escolhe-se a pele ou o corte superior de uma bota pré-fabricada.



Executa-se o solado: escolhe-se a faca e cortam-se a sola e a palmilha no balancim.



Prepara-se a palmilha, ajustando-a à forma por refilamento.



Coloca-se o contraforte (reforço interno de couro) na água para moldá-lo ao calcanhar.



Cola-se o contraforte na parte interna do calçado, na região do calcanhar, entre o cabedal traseiro e o forro.

Fonte: Fotos de Sílvia Sasaoka e descrição feita por Lucélia Antunes, 2016.



Coloca-se a parte superior ou cabedal sobre a bota.



Coloca-se o forro e depois a biqueira, entre a parte superior e o forro.



Coloca-se a sola, produzida pelo sapateiro com couro ou pneu, ou feita industrialmente com borracha ou látex.



Coloca-se o salto, de couro ou pré-fabricado.



Lixa-se a parte de montagem para fazer a vira, isto é, a parte do acabamento que leva o pesponto sobre uma tira em torno do sapato, cobrindo a beirada da sola



### 5.1.6 Mercado atual

A partir do momento em que a oficina de Angelino Paschoalinotte transformou-se em fábrica de artefatos de couro, com vendas no atacado e no varejo, seu filho Abílio tornou-se responsável pelas encomendas, que buscava no mercado da capital paulista. Por meio do contato com fornecedores de materiais de outras cidades, representantes de venda e clientes dos grandes magazines, como os extintos Mappin e Mesbla, além de revendedores de acessórios para motociclistas na Rua Barão de Limeira, a fábrica na pequena cidade de Pratânia cresceu progressivamente de 1968 até 1985. A empresa foi se adaptando a cada mudança no cenário econômico, gerada por sucessivas crises econômicas no país. Mas, a partir da segunda metade da década de 1980, essas mudanças se tornaram muito velozes.

Desligados da empresa, muitos dos ex-funcionários abriram oficinas de conserto de calçados e de artefatos em suas próprias casas. Esses novos empreendedores passaram a produzir também para o varejo, mas o retorno comercial foi pequeno. Segundo Abílio Júnior, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (**SEBRAE**) teve alguma atuação em Pratânia, incentivando a participação dos pequenos e microempresários em feiras do interior paulista (Avaré, Sorocaba, Botucatu e Porto Feliz). A prefeitura cedeu o transporte para os artesãos e seus produtos. Inicialmente, as vendas nas feiras foram bem-sucedidas, mas, segundo a artesã Lucélia Antunes, vários problemas surgiram, tais como a falta de retalhos de couro para serem usados como matéria-prima de bolsas e acessórios, a suspensão do transporte oferecido pelo município e a falta de capital de giro para investir nas viagens. Os pequenos produtores de artesanato não tinham estrutura física nem financeira para entrar em circuito comercial dessa dimensão.

Abílio Júnior tentou firmar uma parceria com a oficina do ex-funcionário Ademilson Aparecido Antunes, mas a maior dificuldade para manter a produção foi encontrar quem escoasse os produtos no mercado. Seria necessário ampliar a cartela de clientes, abrindo pontos de venda nas grandes cidades como São Paulo e Rio de Janeiro.

A ocorrência de dias quentes no inverno, registrada nos últimos anos, segundo Abílio Júnior, também têm afetado a empresa. A venda de artefatos de

couro, como as botas, botinas, casacos e jaquetas, é quatro vezes maior durante os três meses de inverno do que no verão e na primavera.

Há outras três lojas de artefatos de couro em Pratânia, de ex-funcionários da Prata Couro, que concorrem com a empresa na cidade de 5.500 habitantes. A maior parte dos produtos vem do Sul e Sudeste do país – os pequenos produtores locais optaram por fechar as portas e trocar de ofício. No entanto, muitos deles mantiveram seus equipamentos para confeccionar calçados no fundo de suas casas. O ofício de sapateiro, e também o de seleiro, é preservado, com dificuldade, graças a encomendas esporádicas feitas por turistas na loja Prata Couro. A Figura 48 mostra uma sela feita na cidade de Pratânia, à venda na loja Prata Couro.

**Figura 48. Sela de couro confeccionada por artesãos de Pratânia**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Além da loja matriz e do lugar de produção, no município de Pratânia, a Prata Couro teve mais cinco pontos comerciais próprios no centro-oeste de São Paulo: no quilômetro 328 da Rodovia Marechal Rondon (1984-1996); na Rodovia Castello Branco (aberta em 1970, mas sem informação sobre a data de fechamento e o ponto exato); no município de Piracicaba (1992-1995); no município de Botucatu (2004-2006); e em São Manuel (2002- 2016).

Atualmente, os produtos são promovidos por meio de folhetos, cartazes, *outdoors* e *sites* especializados em moda, além da loja *on-line* da Prata Couro, que

oferece malas, produtos femininos (casacos, jaquetas, botas, sapatos, sandálias e outros) e masculinos (casacos, sapatos, “sapatênis” e jaquetas) e produtos para motociclistas (jaquetas, botas e coletes).

Os públicos feminino e masculino são proporcionais. As jaquetas femininas, algumas confeccionadas pela Prata Couro, representam vendas regulares e custam entre R\$ 719,10 e R\$ 840 cada, segundo as informações publicadas no *site* da empresa. As jaquetas masculinas também têm vendas regulares e seus preços variam de R\$ 746,10 a R\$ 1.050.

A empresa tem buscado fortalecer os negócios *on-line* estimulando o consumidor a fazer compras através de sua loja virtual ([www.pratacouro.com.br](http://www.pratacouro.com.br)) e de sua página na rede social Facebook (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100001638208644&fref=ts>), com cerca de cinco mil seguidores que recebem publicações regulares sobre os diversos produtos e promoções da loja. A loja Prata Couro da cidade de São Manuel encerrou suas atividades no mês de agosto de 2016, restando somente a matriz, em Pratânia.

### **5.1.7 Público-alvo**

Entre os anos 1940 e 1950, o público-alvo foi predominantemente masculino – formado por fazendeiros que passavam pela localidade e por trabalhadores rurais, interessados na compra e no conserto de botinas. Mais tarde foi a vez dos consumidores ávidos pela moda inspirada em filmes de faroeste e no movimento da Jovem Guarda. Com a confecção de casacos e jaquetas, ampliou-se a gama de produtos e a parcela feminina do público tomou impulso. No final dos anos 1960 e já nos 1970, a fábrica cresceu e passou a atrair muitos visitantes, dentre as pessoas que saíam da capital e passavam pela região para visitar seus familiares nas cidades do centro-oeste paulista – processo que se amainou na crise do petróleo, nos anos 1980, fazendo diminuir o fluxo de turistas que se deslocavam de automóvel pela região.

Mas a cidade ainda atrai um fluxo de visitantes interessados em produtos de couro. Uma estratégia da Prata Couro para atrair esse público é oferecer transporte (uma van) a uma associação de funcionários públicos aposentados sediada em

Avaré, para que visitem Pratânia, conheçam pontos turísticos da cidade – como o Museu de Tonico e Tinoco, destinado à memória da dupla de cantores sertanejos – e, ao final do passeio, passem pela loja para fazer compras.

O proprietário aponta, ainda, os diversos planos econômicos, como o Plano Collor e o Plano Cruzado, que afetaram o desempenho da empresa, fazendo-a restringir cada vez mais seu núcleo de produção e minando o poder aquisitivo dos consumidores. Abílio Júnior conclui que Pratânia teria se tornado referência se houvesse representantes de vendas dispostos a investir nos produtos feitos no município, levando-os aos grandes centros. O empresário lamenta não haver, hoje, uma associação comercial atuante na cidade, conhecedora do modo de produção e ciente dos problemas locais, que fizesse a ligação com o mercado.

## 5.2 ATELIÊ MARLENE BRANDÃO

### 5.2.1 História

O Ateliê Marlene Brandão está localizado no município de Araçatuba, no noroeste do estado de São Paulo, a 523 quilômetros da capital. Segundo IBGE (2016), Araçatuba começou a se desenvolver em 1908, nos arredores da estrada de ferro Noroeste do Brasil (**NOB**), que era parte, no século XIX, de um projeto político de interiorização do país. Desde seu surgimento, a cidade concentra sua economia na agricultura e na agropecuária. Araçatuba viveu seu auge na década de 1950, quando recebeu o título de Capital do Boi Gordo.

Empresa familiar de moda *habillé*, ou vestuário a rigor, o Ateliê Marlene Brandão foi fundado nos anos 1960 pela estilista autodidata Marlene Brandão. Criadora das marcas Marlene Brandão e Linha Pura, a empresária desenvolveu um método próprio de trabalho e tornou-se especialista em vestidos *habillé*, costura, modelagem e processos artesanais de confecção. Seu ateliê vestiu mulheres com roupas de festa, de diversos estados do país, durante quase 60 anos de permanência no mercado. Sua sede (Figura 49) fica na Avenida da Saudade, 895, Vila Estádio, em Araçatuba.

**Figura 49. Fachada do Ateliê Marlene Brandão**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Os temas abordados neste estudo de caso tratam de aspectos da trajetória de Marlene Brandão (Figura 50), desde o surgimento do ateliê até a formação da empresa e de seus modos de produção, em que predominam procedimentos artesanais. Observa-se seu processo de criação e formação profissional e a crescente demanda de clientes, que fizeram com que o ateliê de costura se consolidasse como uma empresa de moda pioneira, responsável pela produção e gestão do atacado de roupas de festa Marlene Brandão e da confecção Linha Pura, criada em 1983.

**Figura 50. Marlene Brandão em sua casa mostrando vestidos antigos**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

A empresa conta com duas lojas próprias e um showroom bem estruturado em São Paulo, que atende mais de 150 multimarcas brasileiras. O papel das filhas da empresária – Maria Teresa, Rita e Heloisa, que estão no negócio desde meados dos anos 1980 – foi fundamental para dar continuidade aos aspectos de inovação construídos por Marlene Brandão. Hoje, as herdeiras coordenam uma sólida equipe de estilistas e modelistas, enquanto a matriarca, aos 83 anos, trabalha como consultora das marcas.

Heloísa Brandão é formada em psicologia e atua como estilista; Rita Brandão tem formação em arquitetura e se dedica à administração e ao marketing da empresa. As duas cuidam dos processos de criação, dos modos de produção e da administração, preservando a qualidade e assegurando a continuidade dos negócios até os dias atuais. Maria Teresa não participa da gestão atual da marca Marlene Brandão, mas fez parte da direção no início da Linha Pura.

## 5.2.2 Artesanato, costura e modelagem

Pode-se verificar, na Figura 51, como uma só peça da marca Marlene Brandão apresenta os aspectos de uma cadeia de produção que envolve artesanato, costura e modelagem de boa qualidade. Trata-se de um bolero<sup>2</sup> feito de tecido de organza e tule, com vazados resultantes de bordado *richelieu*<sup>3</sup> e bordado com miçangas. É uma peça única, produto de excelência criado por Marlene Brandão

Figura 51. Bolero de tecido de organza com bordado *richelieu* e miçangas



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

---

<sup>2</sup> Bolero é um tipo de casaquinho de origem espanhola, aberto, com ou sem mangas, tipo corpete, quase chegando à cintura (CALLAN, 2007).

<sup>3</sup> Bordado *richelieu* recebe esse nome por ter sido usado pelo Cardeal de Richelieu, da corte do Rei Luís XIII, na França. Trata-se de um tipo de bordado vazado feito à mão (VERAS, 2009).

O Ateliê Marlene Brandão trabalha com moda *habillé*<sup>4</sup>, estilo que no Brasil se confunde com “alta-costura”. Mas, embora o termo se aplique tão somente às *maisons*<sup>5</sup> de Paris (com seu sistema específico de organização e controle de mercado), é possível observar que Marlene segue os cânones da alta-costura, devido ao uso de refinadas técnicas artesanais em criações exclusivas feitas com materiais raros e nobres. Segundo Crane, “a perfeição da habilidade artesanal é a marca das roupas de alta-costura. Os pontos devem ser perfeitos e o corte, impecável” (CRANE, 2006, p. 309).

O interesse de Marlene pelos detalhes e pelo bom caimento de uma roupa surgiu bem cedo, a partir de uma inquietação: como achava que os vestidos encomendados por sua mãe não lhe caíam bem por ser “gordinha” (sic), desmanchava os modelos para refazer os moldes. A estilista nasceu em Ubá, na Zona da Mata Mineira, numa família de 11 irmãos. Aos 5 anos de idade, vivendo em Passos, já expressava aptidão para o desenho. Com 14 anos, saiu de Minas Gerais para morar no Rio de Janeiro, a fim de acompanhar a carreira política do pai, escritor, eleito deputado federal em 1945. No ginásio (o atual ensino fundamental), sonhava em ser pintora e tinha o hábito de desenhar vestidos para as amigas.

Marlene ingressou na Escola de Belas Artes de Belo Horizonte. Mais tarde, a aposentadoria do pai levou a família de volta a Minas Gerais, primeiro a Belo Horizonte, onde teve aulas com o pintor brasileiro Alberto da Veiga Guignard. Mas a aspirante a artista continuava interessada em costura. Numa máquina Singer de pedal que pertencia a sua mãe, fazia seus próprios vestidos de festa, recebendo elogios e pedidos. Aprendia observando as tias, costureiras e modelistas; foi se aperfeiçoando e desenvolveu seu método próprio de fazer modelagem, costurar e ornamentar roupas. Como a situação financeira da família já não era tão boa como no passado, a jovem decidiu se profissionalizar. A família Brandão retornou a Passos, onde Marlene continuou a desenhar e costurar vestidos de festa. Depois de casada, se mudou novamente, dessa vez para Araçatuba, no interior paulista.

No início da carreira, além das roupas de festa, a estilista recebia muitas encomendas de vestidos de noiva. As clientes traziam os modelos de referência e a

---

<sup>4</sup> *Habillé* indica traje de gala ou a rigor. Usa-se *habillé* para se referir a vestidos longos ou curtos confeccionados com renda e bordados com pedraria.

<sup>5</sup> *Maison* -salão usado como palco de desfile de moda para clientes especiais apreciarem o trabalho do costureiro como criador e foi concebido por Charles Worth em 1858 na Inglaterra, a fim de se contrapor aos aspectos industrializados da moda (BERRY, 2013).

estilista os modificava, criando detalhes que foram dando identidade ao seu trabalho. As ideias vinham da França, trazidas ora por suas tias, ora por uma irmã, com quem chegou a trabalhar durante algum tempo. Marlene também buscava inspiração nos filmes norte-americanos e em revistas brasileiras como o *Cruzeiro*. Segundo Avelar, a partir de 1930 a influência do cinema de Hollywood chegou ao Brasil, e a imagem das divas foi diretamente associada aos figurinos, moldes e cosméticos (AVELAR, 2011, p. 107).

O serviço se aprimorou, dando origem ao Ateliê Marlene Brandão. Marlene chegou a costurar sozinha, em média, 23 vestidos de festa por mês, até começar a contratar costureiras. O ateliê terceirizava os bordados aplicados nas roupas de festa – Araçatuba concentrava excelentes bordadeiras, que trabalhavam em suas casas. Era comum ocorrer atrasos na entrega dos vestidos por causa desses bordados, muito trabalhosos e detalhados.

Marlene atribui o crescimento do ateliê, em especial, ao trabalho de duas costureiras, Dona Nina e Dona Antonieta, e de três bordadeiras, as irmãs “Greju”. Entre os anos 1960 e 1980, a empresa produzia vestidos exclusivos. As clientes já não precisavam mais comprar os tecidos ou definir como seria o desenho das roupas. “Eu desenhava para elas, sugeria o tecido conforme a pessoa, e cada peça era uma peça única, irrepetível, bem trabalhosa”, comenta a empresária, que quase não tirava férias.

Inicialmente, Marlene comprava tecidos em São Paulo, passando depois a receber a visita de alguns fornecedores de tecidos importados. Seu ateliê se tornou reconhecido pelo emprego de procedimentos artesanais bastante elaborados, com detalhes bordados de pedraria e linha sobre tecido, rendas e, em especial, as trabalhosas técnicas do drapeado<sup>6</sup> e do plissado<sup>7</sup>.

Segundo Büttner, Faria e Navalon, o emprego de técnicas artesanais tradicionais feitas com atenção máxima sobre os acabamentos e o uso de tecidos raros de fibras naturais, como seda, algodão e linho, são características de uma alta-costura europeia, cuja criação é exclusiva de roupas executadas sob medida para clientes especiais (BÜTTNER; FARIA; NAVALON, 2010, p. 2).

---

<sup>6</sup> Drapeado ou drapê são dobras trabalhadas em relevo sobre o tecido formando ondulações ou pregas (KUME, 2015).

<sup>7</sup> Plissado ou plissê acordeão é um pagueado regular, estreito, criado com pences costuradas ou prensadas no tecido, geralmente, a partir do córs e em direção à bainha (CALLAN, 2007).

### 5.2.3 Desenvolvimento empresarial

A empresa chegou a contar com 100 funcionários na produção – em sua maioria, mulheres. A consolidação dos negócios de Marlene Brandão aconteceu entre as décadas de 1980 e 2010, contrariando perspectivas traçadas em estudos econômicos como o de Marangoni (2012). Segundo o autor, o Brasil e o restante da América Latina ficaram marcados por uma profunda crise econômica que caracterizou os anos 1980, fase conhecida como a “década perdida” da economia. Marangoni explica:

Das taxas de crescimento do PIB à aceleração da inflação, passando pela produção industrial, poder de compra dos salários, nível de emprego, balanço de pagamentos e inúmeros outros indicadores, o resultado do período é medíocre. No Brasil, a desaceleração representou uma queda vertiginosa nas médias históricas de crescimento dos cinquenta anos anteriores (MARANGONI, 2012).

Entretanto, de acordo com Marlene Brandão, nesse período houve uma proliferação de microempresas produzindo roupas de couro, lingerie, pijamas, etc. “O mercado era promissor e muitas empresas lucraram nesse ramo”, diz. É provável que a análise da empresária reflita o resultado dos negócios realizados na sua faixa de mercado, que não teria sofrido as injunções mencionadas por Marangoni.

De acordo com Santos (2011), na época, o mercado estava protegido da concorrência internacional, houve investimento das grifes na difusão das marcas, desenvolvimento de novos produtos, aumento das vendas no atacado para multimarcas e abertura de novos pontos de venda no varejo, com o crescimento do segmento de shoppings. As indústrias, as marcas e as facções foram bem-sucedidas por um período de aproximadamente 20 anos. As observações do autor ajudam a compreender a relação entre a macroanálise teórica de Marangoni, publicada no site do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), e as afirmações de Marlene Brandão baseadas na sua experiência no setor têxtil dos anos 1980.

É dessa época a decisão de Marlene Brandão de entrar no ramo de produção de roupas prontas, numa escala maior que a do ateliê. A primeira tentativa

aconteceu com o apoio da filha Maria Teresa Brandão, seu marido e mais uma sócia, que juntos criaram a Arremate. As peças produzidas para esse novo negócio foram vendidas no Rio de Janeiro, apenas para lojistas selecionados, que receberam o convite pelo correio. Mas a sociedade não durou.

Em 1983, foi fundada a marca de roupa casual Linha Pura, sob administração da matriarca e de suas filhas Heloísa e Rita Brandão, que assumiram também a gestão do ateliê. A função que Marlene exercia foi desdobrada entre 10 pessoas, enquanto modelistas do ateliê foram treinadas para trabalhar na nova marca.

A partir dos anos 1990, Marlene se distanciou de algumas funções, Heloísa tornou-se assistente de criação e gestão e Rita ficou com a comercialização e o marketing. O intuito foi apostar no atacado de roupas de festa para todo o Brasil, com showroom em São Paulo, primeiro no bairro dos Jardins e, a partir de 1995, no Itaim Bibi. A Figura 52 mostra roupas de festa Marlene Brandão exibidas em um catálogo de coleções antigas, cujas datas não foram identificadas pela proprietária.

**Figura 52. Vestidos de festa Marlene Brandão em catálogo de coleção (s/d)**



Fonte:

[www.imgur.net/user/robertacarvalhooficial/346835913/1287949226302877386\\_346835913](http://www.imgur.net/user/robertacarvalhooficial/346835913/1287949226302877386_346835913)

O Ateliê Marlene Brandão ganhou nova configuração inaugurando, no Brasil, a venda de grandes coleções de roupas de festa no atacado. A proposta foi seguir o calendário da moda – a cada duas estações, eram lançadas duas coleções Marlene Brandão e duas Linha Pura. As roupas de festa variavam entre 50 modelos, de diferentes tamanhos, apresentados a lojistas de todo país por meio de um mostruário e de desfiles realizados no showroom, em que cada cliente escolhia entre

10 e 15 roupas que eram, então, exibidas por modelos de prova. Já a Linha Pura lançava de 130 a 150 modelos de estilo casual.

Nos anos 2000, a Linha Pura procurou associar seu estilo casual ao uso de brilhos, rendas e transparências. O traje *habillé* característico de Marlene Brandão propôs novas formas a vestidos para eventos formais, como se observa na Figura 53.

**Figura 53. Coleção Linha Pura e Marlene Brandão**



Foto de André Brandão, <http://cargocollective.com/osmeirafabio/CATALOGOS>

A partir de 2015, a empresa voltou à configuração de um ateliê de moda. Os meios de produção foram reduzidos e terceirizados para oficinas de costura e bordadeiras da região de Uberlândia, em Minas Gerais. As prestadoras de serviços

da empresa são legalmente formalizadas como microempreendedoras individuais, e trabalham em suas próprias casas. A Figura 54 mostra o interior da loja própria da empresa, que permanece em funcionamento no mesmo endereço, juntamente com o ateliê de costura, que conta com uma modelista e uma costureira.

**Figura 54. Interior da loja Marlene Brandão**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Com adaptações na estrutura de gestão, criou-se a empresa Marlene Brandão Multimarcas. Foram encontradas novas formas de produzir e comercializar por meio de terceirização e revenda de marcas similares. Atualmente, a empresa tem parcerias, em São Paulo, com a loja multimarcas Regina Aon, no Bairro de Vila Nova Conceição, e também com a loja do estilista Lucas Anderi, de vestidos de festa e roupas para noivas, no bairro do Jardim Paulistano.

#### **5.2.4 Produção e gestão**

Enquanto o Ateliê Marlene Brandão funcionava como um ateliê de artista, em que o criador cuida de todas as etapas, desde a criação até a colocação do produto no mercado, na produção semi-industrial da Linha Pura há um pré-planejamento adequado à estrutura de produção, às sequências de operações, à oferta de mão de obra disponível. Se existe, por exemplo, um determinado número de bordadeiras

disponíveis, ou de pessoas que fazem drapeados e plissados, a coleção é pensada a partir dessa realidade, a criação parte dessa sequência de operações.

O desenho de gestão do ateliê de Marlene Brandão nos primeiros anos da empresa, na década de 1960, pode ser observado na Figura 55. A gestão atual, iniciada nos anos 1980, é representada na figura 56:

Figura 55. Diagrama do sistema de gestão Ateliê MB nos primeiros anos de gestão



Fonte: elaborado pela autora, 2016

Figura 56. Diagrama do sistema de gestão da empresa desde a década de 80 até os dias atuais



Fonte: elaborado por Silvia Sasaoka

A empresa ainda utiliza processos artesanais em diversas etapas de sua produção: na costura, nos bordados, nos acabamentos caseados (como forração e colocação de botões) e na confecção de acessórios (cintos e broches, por exemplo). As Figuras 57 e 58 mostram algumas dessas etapas.

**Figura 57. Colocação de botões bombê forrados com tecido e strass**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

**Figura 58. Cinto sendo bordado à mão com pedraria (vidrilhos e cristais)**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Os protótipos e testes são feitos em uma matriz no manequim 38, que passa por várias provas e ajustes. Empregam-se muitas horas de trabalho nos processos artesanais, o que impacta no preço do produto final. A experiência de Marlene

Brandão na produção de roupas elaboradas artesanalmente permite que se calcule a proporção entre os trabalhos de bordado, renda, drapeado, plissado e costura que um vestido pode levar. É um equilíbrio necessário para enfrentar os fatores tempo e custo. Para Rita, empresas que desenvolvem trabalhos com processos artesanais deveriam ter incentivos fiscais que pudessem diferenciá-las de uma confecção com processos industrializados. A Figura 59 mostra uma tabela de preços promocionais de vestidos de festa Marlene Brandão.

**Figura 59. Tabela promocional de vestidos de festa Marlene Brandão, 2016.**

Promoção Festa			
Fita marrom	Longo	R\$ 2.090,00	3x
		R\$ 1.890,00	à vista
	Curto	R\$ 1.090,00	3x
		R\$ 990,00	à vista
Fita azul	Longo	R\$ 1.090,00	3x
		R\$ 990,00	à vista
	Curto	R\$ 590,00	3x
		R\$ 490,00	à vista
Fita ouro	Longo	R\$ 590,00	3x
		R\$ 490,00	à vista
	Curto	R\$ 450,00	3x
		R\$ 350,00	à vista

Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Heloísa enfatiza que a velocidade dos lançamentos por estação é prejudicial às empresas de moda de pequeno porte. Lança-se uma coleção de verão já no início do inverno, e, às vezes, coincide no mesmo período a criação de três coleções. Que empresa poderia dispor de capital de giro suficiente, além de mão de obra, equipe de criação e produção? Para a gestora, somente as de grande porte. Acompanhar o mercado da moda por esse caminho tornou-se inviável, segundo ela. Além da concorrência desigual com a China, que tem um sistema de produção de

cópias muito veloz, há lançamentos de novas coleções na internet com o apelo de compra imediata. Por outro lado, a produção de roupas de festa não está tão comprometida com a sazonalidade.

### **5.2.5 A metodologia de Marlene Brandão**

Marlene Brandão se aposentou em 2016 e, atualmente, prepara um livro de moldes básicos com orientações sobre costura e modelagem. Criadora de uma metodologia própria de modelagem sob medida, a estilista desenvolvia seus moldes diretamente sobre o corpo das clientes, transferindo-os depois para o papel, assegurando resultados precisos e bom caimento. Segundo Menezes e Spaine:

Nos processos de criação e desenvolvimento de produtos de moda a aplicação dos princípios ergonômicos, da usabilidade e do conforto é essencial, já que neles devem ser considerados princípios como anatomia humana, fisiologia, antropometria, psicologia e sociologia, fatores que são pertinentes na concepção de qualquer produto direcionado ao homem. (MENEZES; SPAINE, 2010, p. 86).

Marlene criava a partir de um pensamento projetual que, segundo ela, é simples, requer apenas conhecimentos de matemática e geometria. Seus moldes foram todos arquivados e são usados ainda hoje. Na Figura 60 observa-se um molde de forro de vestido do Ateliê Marlene Brandão.

**Figura 60. Detalhe de molde de forro para vestido**



Foto de Sílvia Sasaoka, 2016

Nas coleções Marlene Brandão para o atacado, quem desenvolve o processo de criação é Heloísa, a partir do material disponível em suas pesquisas ou no ateliê. É preciso criar as roupas de modo que possam ser copiadas por qualquer pessoa, pois não são obras de arte, diz a empresária. Segundo ela, a criação se dá de forma mais pragmática do que por inspiração, e as coleções nunca são temáticas.

Heloísa apresenta um desenho, uma referência ou material para uma funcionária que, conhecendo as expectativas da estilista, é encarregada do desenvolvimento da roupa. É feito um cálculo de custo – nessa etapa, a cortadeira tem a importante função de avaliar as sobras e o desperdício de tecidos. Depois é realizado o corte e a montagem do modelo no tamanho 38 e feita a prova, não para verificar o acabamento ou caimento, mas para avaliar se o resultado corresponde à ideia original. Depois de aprovado, o modelo passa por correções; paralelamente trabalham-se as aplicações de bordados e adornos, que também passam por uma avaliação comparativa entre o custo do material e o tempo da mão de obra empregada. Essa primeira peça é chamada de matriz. A partir dela é desenvolvida a coleção, para a qual finalmente se compram os tecidos. A Figura 61 mostra um estudo de Heloísa exposto em um mural de coleção de vestidos de festa.

Figura 61. Detalhes do mural de coleções de vestidos criados por Heloisa Brandão



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

### 5.2.6 Os detalhes

Embora tenha visto vestidos bordados com pedraria pela primeira vez no final dos anos 1950, ainda em Passos, Marlene Brandão só começou a aplicar essa técnica artesanal em seus vestidos de festa quando já estava com seu ateliê montado em Araçatuba. Em todos eles, a renda é suporte para esse tipo do bordado, sempre feito à mão. A Figura 62 apresenta uma superfície trabalhada com pedras brilhantes e mais opacas, formando relevos no tecido.

**Figura 62. Renda importada tipo chantilly, bordada com pedraria no Ateliê MB**

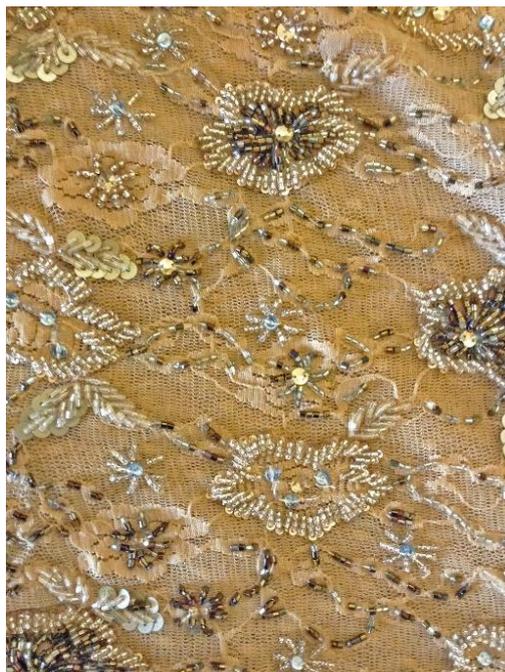


Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Na elaboração dos detalhes, os tecidos estimulam o desenvolvimento das ideias: bordados são rebordados e rendas são aplicadas sobre tecidos ou redesenhadas por bordados de linha e pedraria na superfície. A Figura 63 mostra uma peça para vestido criada por Heloísa reproduzindo a técnica de aplicação de Marlene Brandão. Neste detalhe de bordado sobre tule de paetê, os vidrilhos e miçangas compõem nove tons de cores.

**Figura 63. Detalhe de bordado de pedraria feito à mão sobre tule de paetê**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Um recurso muito usado nas criações da empresa é bordar sobre transparência, que dá a ilusão de que o bordado está pregado ao corpo, como uma tatuagem. A Figura 64 mostra um vestido de tule com decote V, bordado à mão com linha e rebordado com pedrarias sobre o decote.

**Figura 64. Vestido de tule criado por Heloísa Brandão**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Já a Figura 65 mostra o efeito do tule *illusion*, que sustenta a estrutura da roupa. O corpo é modelado graças ao forro do vestido, sem alças, estruturado com barbatanas e coberto de renda bordada à mão com pedrarias.

**Figura 65. Detalhes de forro de vestido de festa**



Foto de Silvia Sasaoka, 2016

Em todas essas técnicas, a etapa do arremate é essencialmente feita para tirar defeitos, deixando-se as costuras livres para fechar as peças à máquina. Em seguida se reborda sobre a costura pronta. São muitas idas e vindas no processo.

Outra técnica muito empregada nos vestidos Marlene Brandão é o drapeado, mostrado em detalhe na Figura 66. De efeito fluído que acentua os movimentos da roupa, essa aplicação depende da qualidade do ponto de costura utilizado – se estiver no lugar errado, ou muito apertado, pode estragar a roupa inteira.

**Figura 66. Detalhes de drapeado em vestido de festa Marlene Brandão**

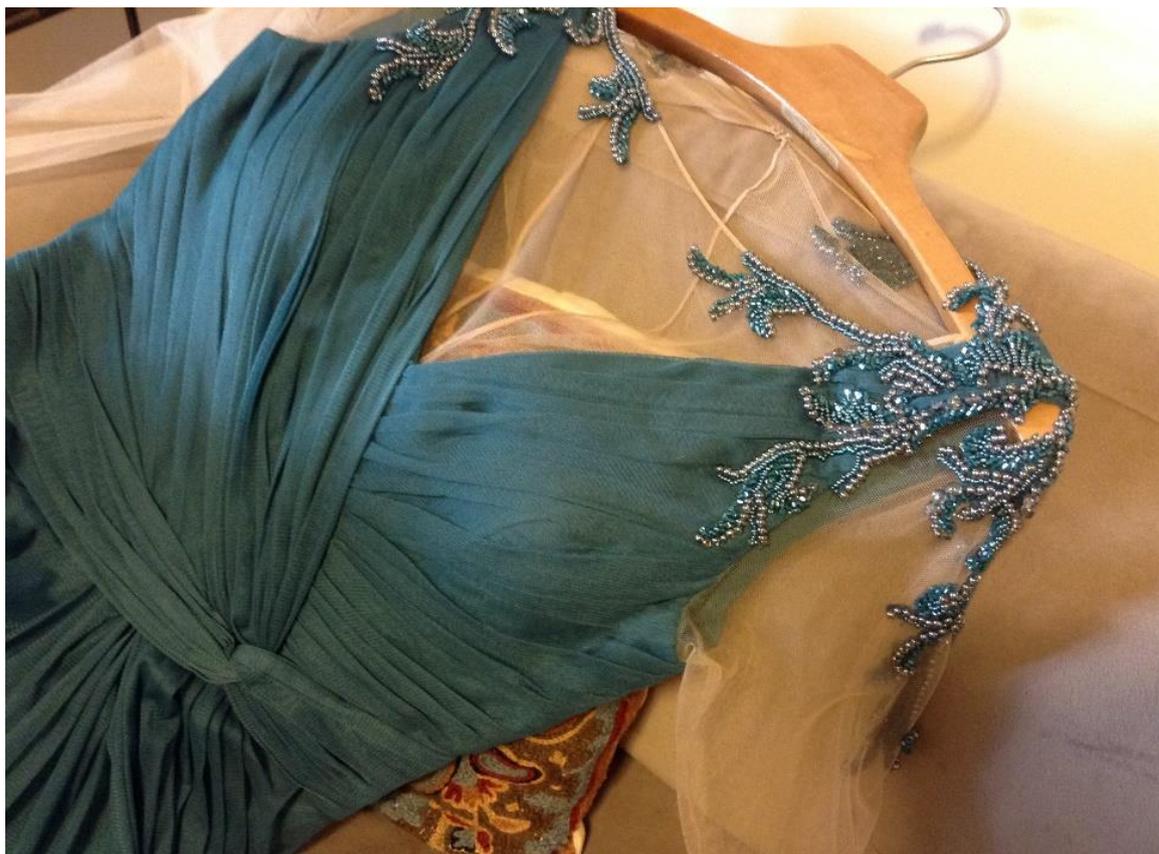


Foto de Sílvia Sasaoka, 2016

Já o plissado é representado na Figura 67, no detalhe frontal de um vestido de festa com arranjo de flores de renda e tecido de cetim na cintura.

**Figura 67. Detalhe de vestido com plissado e arranjo floral**



Foto do acervo do Ateliê Marlene Brandão, 2007

As rendas, tules e adornos utilizados, assim com os tecidos, são em sua maioria importados. Heloísa relata que a tecnologia têxtil inovou tanto na qualidade e resistência dos tecidos que não vê necessidade do uso da seda pura, cujo preço é muito alto. Embora a seda chinesa tivesse um custo mais baixo, não se fala mais nesse tipo de material hoje em dia, mas há outras opções, como a musseline com toque de seda, por exemplo.

### **5.2.7 Transmissão de conhecimento e responsabilidade social**

Em 2006 e 2007, o Ateliê Marlene Brandão, representado pela estilista Heloísa Brandão e pela diretora de marketing Luiza Brandão, realizou uma parceria com a Straat, empresa de consultoria em design social, para transmitir conhecimentos a dois grupos de bordadeiras sediados na zona leste da capital paulista – Vila Cidade Kemel e Vila Curuçá. O objetivo foi apresentar a esses

grupos, formados a partir de laços comunitários, algumas referências de moda, noções de mercado e qualidade e técnicas de bordado de pedraria.

Segundo Sasaoka e Pinheiro (2015, p. 85), as bordadeiras formavam um público com baixa capacitação técnica e baixa renda. Trabalhavam em suas casas e prestavam serviços esporádicos para lojas e confecções de moda para cultura de massa situadas nos bairros do Brás e Bom Retiro – dois polos de confecção e de têxteis importantes no Estado de São Paulo, localizados na região central da capital.

Voluntariamente, ao longo de um ano, a equipe do Ateliê Marlene Brandão compartilhou experiências com as bordadeiras da capital, dando palestras e oficinas de capacitação técnica, além de explicações a respeito das exigências do mercado de roupas de festa bordadas com pedraria e de técnicas de ornamentação têxtil sobre tecidos finos. Durante a capacitação, foram usados como referência cerca de 30 vestidos de acervo e mostruários de técnicas e tecidos. Todo esse material foi doado às artesãs (SASAOKA; PINHEIRO, 2015). Observam-se a seguir referências e materiais utilizados durante as oficinas de capacitação.

A Figura 68 refere-se a um mostruário de tecidos, paleta de cores, detalhes de costura e bordados elaborados para o lançamento das coleções sazonais do atacado de roupas de festa a fim de apresentar aos lojistas.

**Figura 68. Mostruário de tecidos e técnicas da coleção Marlene Brandão**



Foto do acervo da Straat, 2006

A Figura 69 ilustra a oficina ministrada por Heloísa Brandão no ano de 2007 junto ao grupo de bordadeiras da zona leste paulistana.

**Figura 69. Oficina de Heloísa Brandão com grupo de bordadeiras**



Foto do acervo da Straat, 2006

E a Figura 70 refere-se à doação de vestidos para o grupo de bordadeiras. A imagem registra a expressão de contentamento de uma das artesãs ao receber uma peça.

**Figura 70. Bordadeira recebendo um vestido Marlene Brandão**



Foto do acervo da Straat, 2006

Há uma preocupação de Rita Brandão quanto à relação entre a efemeridade da moda e o ofício do artesanato, no caso do bordado e dos adornos feitos à mão. Mesmo que o serviço seja terceirizado, a moda exige o novo. A questão é como manter o trabalho de uma pessoa capacitada após longo treinamento, se a cada estação é preciso sair à busca de novas artesãs, ora crocheteiras, ora bordadeiras. De outro lado, enfrenta-se o desgaste de transmitir novas técnicas de bordado, costura e acabamentos às artesãs e, logo, elas serem cooptadas por outros empresários de Araçatuba.

### 5.2.8 Público e mercado atual

As roupas Marlene Brandão são destinadas a mulheres com mais de 45 anos. A modelagem foi desenvolvida para o corpo dessas mulheres e, portanto, costuma ser um pouco maior que o padrão. A numeração vai do 38 (equivalente ao 40 na modelagem padrão) até o 52. Os tamanhos mais vendidos vão do 42 ao 46.

A vendedora especializada em roupas de festa Maísa Antonieta de Camargo trabalhou durante três anos no showroom Marlene Brandão, realizou vendas no atacado e no varejo, acompanhou provas de roupas, conheceu os processos artesanais envolvidos, aprendeu detalhes sobre costura e assimilou valores da alta-costura. Didaticamente, Maísa passava essas informações para suas clientes, algumas das quais encaminhava diretamente ao ateliê. Esse público, com amplo acesso a bens de consumo de alto padrão, tem por hábito frequentar festas luxuosas. São mulheres que buscam vestidos artesanais exclusivos e preocupam-se com a qualidade, não com o preço. Muitas dessas mulheres são mães de noivos ou de formandos.

A clientela se distribui por vários estados do Brasil, especialmente Minas Gerais. Atualmente, empresas mineiras apostaram no mercado de roupas de festa e a concorrência por preço ficou insustentável.

Outro fator que influenciou os negócios no segmento foi o calendário de eventos. No ano 2000, a moda carioca estava ganhando evidência nacional e o governo do estado de Minas Gerais criou um programa de apoio às confecções têxteis locais, promovendo a feira Minas Trend em Belo Horizonte. É uma iniciativa da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (**FIEMG**) que tem o objetivo de aproximar fabricantes e lojistas (FIEMG, 2014). Esse evento pode ser comparado à Feira Nacional da Indústria Têxtil (**FENIT**), de São Paulo, consolidada como primeira feira de negócios têxteis do país, criada em 1958 por Caio Alcântara Machado juntamente com o Sindicato das Indústrias Têxteis (**SINDITÊXTIL**), e que tradicionalmente ocorre na metade do semestre em São Paulo (VASQUES, 2012). Empresas paulistas de moda, como o Ateliê Marlene Brandão, foram prejudicadas em 2013 pelo calendário antecipado da Minas Trend; por uma questão cronológica, os lojistas tiveram acesso às coleções mineiras antes da **FENIT** de São Paulo, realizada alguns meses depois.

Pela complexidade das roupas Marlene Brandão e dos processos artesanais que envolvem toda a confecção, tornou-se inviável a concorrência com as empresas mineiras de roupas de festa. O artesanato têxtil é bastante praticado pelas muitas artesãs mineiras, contrastando com o cenário do Estado de São Paulo. Para enfrentar esse desafio, a Linha Pura incorporou técnicas artesanais e de acabamento das roupas Marlene Brandão, com novas coleções de estilo *prêt-à-porter* de preços mais acessíveis.

Atualmente, a empresa jurídica tem o nome de Ateliê Marlene Brandão e Multimarcas, faz atendimentos individuais a clientes, mantém parcerias com lojas de roupas de festa e casual na capital paulista e não trabalha com vendas pela internet. Seu site ([www.marlenebrandao.com.br](http://www.marlenebrandao.com.br)) está no ar, mas não há atualizações desde 2014. Sua página na rede social Facebook (<https://www.facebook.com/marlene.brandaoaracatuba?fref=ts>) conta com cerca de cinco mil seguidores. Nesse espaço são divulgados os eventos da empresa, os produtos e as roupas casuais das marcas de sua representação.

Atualmente, os vestidos longos de festa Marlene Brandão, de renda rebordada, têm preços que variam de R\$ 8 mil a R\$ 10 mil.

## **6 RESULTADOS OBTIDOS: ANÁLISE COMPARATIVA DAS EMPRESAS MARLENE BRANDÃO E PRATA COURO SOB A ÓTICA DO DESIGN-MODA-ARTESANATO**

Os estudos de caso das empresas Confecção Prata Couro e Ateliê Marlene Brandão demonstram que a diferença entre ambas reside nos contextos culturais constituídos através de seus respectivos processos de criação e produção, de suas práticas projetuais, de circulação e comercialização bem como de seu consumo.

O procedimento básico para relatar os resultados desta pesquisa qualitativa partiu da análise dos dados coletados, transmitidos das múltiplas perspectivas dos entrevistados – agentes envolvidos no processo e no desenvolvimento da pesquisa de campo. De suas narrativas constam descrições cronológicas e detalhes de suas experiências, memórias, interpretações e relatos pessoais, apresentados em forma de análise descritiva no Quadro 8.

**Quadro 8. Análise descritiva das empresas**

<b>ASPECTOS DA EMPRESA</b>	<b>CONFECÇÃO PRATA COURO</b>	<b>ATELIÊ MARLENE BRANDÃO</b>
Fundação	1934	1965
Produtos atuais	Jaquetas e acessórios de couro	Roupas de festa
Base atual de preços de produtos	Jaquetas: R\$ 719,10 a R\$ 1.050	Vestidos de festa: R\$ 8 mil a R\$ 10 mil
Materiais utilizados hoje	Couro, ferragens e aviamentos	Tecidos nacionais e importados, pedrarias e aviamentos diversos
Processos artesanais	Corte, costura, colagens, montagem, aplicação de aviamentos	Modelagem, corte, passadoria, costura, acabamento, caseados, bordados e confecção de acessórios (cintos e broches)
Práticas projetuais	Desenho básico de modelos; Elaboração de protótipos; Desenho de moldes; Desenho de componentes para botas (fôrma, sola, parte superior, interna); Desenho de componentes para jaquetas (mangas, golas, parte frontal e posterior, adornos)	Desenho básico de modelos; Elaboração de protótipos; Desenho de moldes; Modelagem – definição do tipo de estrutura e caimento; Definição de paletas de cores; Desenho de componentes para vestidos (forros, técnicas específicas de costura, bordados, mangas, saias, golas)
Processos de produção atuais	Jaquetas: desenho, desenvolvimento da peça piloto, seleção e adaptação de moldes prontos, corte da pele de couro, colagem, montagem, costura, adornos, pespontos e aplicação de botões	Vestidos: desenho, seleção e adaptação de moldes prontos, desenvolvimento de matriz, ajustes, provas, corte do tecido, passadoria, bordados, adornos, montagem, arremates, fechamento das partes
Gestão de produção	Início: centralizado na função de sapateiro; Auge: produção para atacado com 150 funcionários; Atual: terceirizados e varejo, no total de 15 funcionários	Início: centralizado na função de costureira; Auge: produção para atacado com 110 funcionários; Atual: terceirizados, sob medida e representações comerciais, com aproximadamente 5 funcionárias
Gestão de crises econômicas	1985/1990 Terceirização da produção; Redução de funcionários; Fechamento da fábrica 2016 Vendas on-line	2010/2013 Redução de funcionários; Terceirizações 2016 Venda no varejo de multimarcas
Mercado	Início: público local rural Auge: público regional e de metrópoles do estado Atual: público da internet e turistas locais	Início: público de alta renda da sociedade local Auge: público nacional Atual: referências de contatos anteriores
Capacitação técnica de funcionários	Início: modelo mestre/aprendiz Auge: oficina/fábrica Atual: não há capacitação	Início: mestre/aprendiz Auge: ateliê/fábrica Atual: terceirizado qualificado pelo ateliê

Fonte: elaborado pela autora, 2016

Podemos observar no quadro acima os itens que apontam para as distintas e respectivas estratégias de gestão desenvolvidas pelas empresas – no intervalo de oito décadas pela Confecção Prata Couro e de cinco pelo Ateliê Marlene Brandão. Tais estratégias as levaram a permanecer operantes no mercado da moda até os

dias atuais, defrontando-se com condicionantes internos e externos relacionados a mudanças e alterações nos sistemas político, econômico, social e cultural ocorridos ao longo de sua história e, atualmente, se relacionando e atuando com as interferências, influências e reflexos da contemporaneidade.

Neste capítulo é apresentada a análise comparativa entre as duas empresas estudadas, Ateliê Marlene Brandão e Confecção Prata Couro, sob a ótica do **DMA**, e são respondidas as seguintes questões de pesquisa propostas inicialmente:

1. De que maneira a relação entre **DMA** pode contribuir para o desenvolvimento de um processo de produção artesanal contemporâneo de qualidade, capaz de consolidar todas as etapas técnicas e estéticas, de criação, capacitação, infraestrutura, confecção e comercialização, diante do cenário de profundas mudanças vivenciadas atualmente no Brasil?
2. Como a Confecção Prata Couro e o Ateliê Marlene Brandão, no interior paulista, encontraram saídas para adequar o artesanato à sua linha de produção em mais de 50 anos de atividade?

A análise comparativa desenvolvida é direcionada a processos de criação e produção, práticas projetuais, métodos de capacitação e mercado, e apresenta-se de forma dissertativa, através de quadros e textos.

O roteiro elaborado para as entrevistas semiestruturadas baseia-se na investigação da relação entre **DMA** na contemporaneidade, estabelecida nos objetivos desta pesquisa.

Os grupos de entrevistados são compostos por homens e mulheres que cumprem diversas funções dentro das empresas ou fora delas, no caso de ex-funcionários. São eles: uma criadora/fundadora da empresa, uma costureira, dois sapateiros, uma estilista (profissão conhecida hoje como designer de moda), uma vendedora e quatro administradores.

Nas perguntas abertas desta pesquisa qualitativa (Apêndice I – entrevista semiestruturada), são abordados dados históricos, os processos de criação, as práticas projetuais, formação e capacitação dos funcionários e os processos de produção, de gestão e de mercado das duas empresas.

As entrevistas têm foco nos processos que ilustram os mecanismos e dinâmicas das duas empresas. Sua aplicação permite compreender a gestão de ambas para identificar seus meios de permanência no mercado.

## 6.1 RESULTADO DA ANÁLISE COMPARATIVA

O objetivo deste capítulo é analisar e discutir as paridades, diferenças e características específicas nas dinâmicas desses dois núcleos têxteis do interior paulista. Cabe destacar que o pano de fundo deste estudo é o da “contemporaneidade”, tratando-se especificamente do contexto das transformações em que se inserem as empresas Confecção Prata Couro e Ateliê Marlene Brandão, que em diversos momentos reordenaram suas operações mediante as imposições, alterações ou mudanças econômicas, políticas e culturais. A relação entre **DMA** emerge nos trabalhos desses dois núcleos têxteis por meio das práticas projetuais e dos processos de criação, de planejamento e de comunicação. Essas práticas se dão de forma empírica e são intrínsecas aos procedimentos artesanais da confecção têxtil.

Com tal foco, é abordada a dimensão estética dentro dos processos de criação e das práticas produtivas e projetuais, os quais se caracterizam por serem condicionados por um mercado específico, de consumidores que buscam um estilo de vestuário perene, para além de tendências, sendo por isso bastante distintos daqueles que procuram manifestações da moda contemporânea. Não é analisada neste estudo, portanto, a estética dos produtos confeccionados pelas duas empresas, mas reconhece-se sua relevância, sugerindo tema para futuras pesquisas.

Nesses estudos de caso, a localidade teve papel fundamental, determinando uma espécie de isolamento dos reflexos da pós-modernidade. Esse conceito pode ser entendido em Harvey, que define a vida pós-moderna como aquela marcada pela experiência de compressão do espaço e do tempo gerada pelo encolhimento do mapa do mundo por meio das inovações tecnológicas nos transportes e comunicações, levando a uma sociedade global sem fronteiras e à aceleração do

tempo aplicado na produção, na troca e no consumo (HARVEY, 1989, p. 256). No contexto do interior paulista, com a chegada tardia de meios de comunicação e tecnologias, inclusive a internet, os reflexos da contemporaneidade começaram a ser percebidos culturalmente de modo fragmentário e desigual. Para as proprietárias do Ateliê Marlene Brandão, a percepção do sistema da moda foi facilitada pelo amplo acesso a circuitos nacionais e internacionais de informação relacionados a esse mercado. Já em Pratânia, essa percepção era menor em função da escala regional de seu público e do acesso à informação mais restrito aos meios de comunicação de massa.

O primeiro ponto em comum entre as duas empresas é a localização. Tanto Pratânia quanto Araçatuba situam-se ao longo da Rodovia Marechal Rondon – estrada que corresponde ao eixo centro-oeste e noroeste do interior paulista, e liga o estado de São Paulo ao de Mato Grosso. Ambas as cidades concentram sua economia na agricultura, sendo que em Araçatuba predomina também a pecuária. Segundo IBGE (2016), Pratânia tem uma população estimada em 5.074 habitantes e Araçatuba, em 193.828 habitantes.

Os aspectos culturais das cidades, sua dimensão populacional, sua economia, as atividades locais e suas relações de trabalho são determinantes do caráter de cada uma dessas empresas.

### **6.1.1 Aspectos das empresas**

Angelino Paschoalinotte iniciou sua oficina em 1934, cerca de meio século antes de Marlene Brandão criar seu ateliê. O sapateiro, descendente de imigrantes italianos, aprendeu o ofício para sua subsistência. Viveu num Brasil predominantemente rural, em fase de recuperação após a queda da bolsa de 1929, que afetou a economia mundial. A conexão com os grandes centros era precária, por meio da ferrovia, e o difícil acesso à educação formal era comum em pequenas cidades, onde os únicos meios de comunicação eram o rádio, o telégrafo e o próprio trem.

Com feitio de cunho basicamente utilitário, as botinas confeccionadas por Angelino eram destinadas ao trabalho. Sua clientela era majoritariamente masculina,

formada por trabalhadores rurais e proprietários de fazendas, interessados na compra ou no conserto do calçado. O couro foi, e ainda é, a principal matéria-prima da empresa. A proximidade com fornecedores, tais como o curtume São Manuel, situado na cidade vizinha de mesmo nome, facilitou a produção. A habilidade artesanal representava saber e ofício, aspecto que remetia ainda ao contexto pré-capitalista. O sapateiro/artesão tinha autonomia e estabelecia suas próprias perspectivas profissionais. Inicialmente, não havia contexto de ligação com a moda. A prática projetual ocorria como planejamento empírico da elaboração de cada calçado, como adaptação de um modelo padrão.

Marlene Brandão desenvolveu aptidão de costura e modelagem como autodidata e se profissionalizou gradativamente, a partir de referências familiares: tias e clientes. O trabalho também garantia sua subsistência. Criou seu ateliê em 1965, quando o Brasil se encontrava em franca urbanização e modernização e crescente industrialização. O estilo de vida da sociedade se modificava, numa época em que se estabeleciam novas formas de transporte e grandes rodovias. Os meios de comunicação disseminavam notícias e novidades pelo cinema, pela televisão e por revistas e jornais, influenciando escolhas e incentivando o consumo – contexto que começa a fortalecer a moda no país.

O meio cultural de Marlene Brandão era o de uma sociedade urbana e afluyente, e Araçatuba era uma cidade de promissores negócios no ramo agropecuário. Festas luxuosas eram promovidas pela sociedade local e pelos agentes sociais que reuniam pessoas de alto poder aquisitivo reafirmando e valorizando o emergente modo de vida sofisticado, referenciado pelo protocolo francês de muitas décadas atrás reiterado pela vinda da família real ao Brasil. A influência também vinha do cinema. O traje de festa, para as mulheres, tinha de mostrar elegância e feminilidade. Com base nas entrevistas, pode-se inferir que as práticas projetuais de Marlene Brandão, cuja clientela sempre foi predominantemente feminina, se realizavam empiricamente: o processo artesanal incorporava formas diversas de trabalhar os tecidos e bordados a partir de modelos inspirados na alta costura francesa e nos filmes. Simili (2009, p. 360), ao analisar a indumentária feminina, observa que o cinema de Hollywood, revistas e jornais tiveram função essencial na formação de gosto e do estilo das mulheres, transmitindo-lhe os conhecimentos de moda.

O trabalho no ateliê de Marlene Brandão aprimorava-se por etapas: escolha de modelos, esboços das primeiras ideias, desenho de criação, criação de moldes, escolhas dos tecidos, do corte, da costura e dos adornos, como os bordados de pedraria. O artesanato era um modo de fazer que imprimia ao vestuário traços específicos de exclusividade, transformando-o em produtos de excelência.

Embora pautada por referências e estudos de peças do cinema e das revistas e jornais, tal como uma análise de similares, a criação era desenvolvida por Marlene Brandão. Nesse caso, portanto, a criação pode ser entendida como prática de um processo projetual.

### **6.1.2 O espaço físico das empresas**

Os espaços de produção são galpões de caráter construtivo comum, internamente adequados à circunstância produtiva específica de cada empresa, descrita anteriormente. Ambas têm na sede o funcionamento de suas lojas.

Em termos arquitetônico-urbanísticos, o interesse desses espaços comerciais é de caráter marcadamente urbano: por muitos anos essas empresas permanecem nos mesmos endereços e se tornam uma referência ao patrimônio do espaço de produção em suas cidades.

O espaço da loja Prata Couro abre-se diretamente para a rua, com expositores que mostram todos os produtos à venda. Os clientes podem circular sem ser abordados por vendedores. Entre a clientela prevalecem motoqueiros, turistas de eventos ligados a montaria, cavalgadas e rodeios e aqueles que buscam peças de couro com referências de épocas anteriores, do auge da produção desses artefatos.

O espaço da loja do Ateliê Marlene Brandão tem portas fechadas, é necessário tocar a campainha para entrar, e o atendimento é individualizado. Há uma sala de espera com serviço de café, água e poltronas. Os expositores, próximos aos provadores, mostram roupas de multimarcas junto a produtos Marlene Brandão e Linha Pura. Entre a clientela prevalecem mulheres acima de 45 anos que buscam roupas de festa para casamentos e formaturas, entre outros eventos cujos trajes solicitam formalidades.

As duas empresas possuem sede própria desde sua fundação. Ambas contam com uma oficina de produção situada na parte dos fundos de suas lojas, e ainda continuam proprietárias dos edifícios onde funcionavam suas fábricas, localizados ao lado dos espaços comerciais.

### **6.1.3 Processos de criação**

Os processos de criação, identificados nas respostas do grupo de entrevistados das duas empresas, apresentam diferentes critérios. Os relatos dos descendentes de Angelino Paschoalinotte e de seus ex-funcionários não fazem menção à sua criatividade, já que sua atividade se concentrava no conserto e confecção de botinas com padrão definido para trabalho.

Seu filho, Abílio Paschoalinotte, já influenciado pelo cinema e pela televisão, desenvolveu novos modelos de botas e botinas com recursos próprios e fez crescer a empresa a partir de suas criações. Nos relatos de Marlene Brandão, percebe-se como sua formação em pintura e os filmes de Hollywood tiveram influência em seu processo criativo. Para ambos os criadores, Abílio e Marlene, o processo de criação partiu de estímulos externos e de suas experiências nos diferentes contextos culturais.

Ostrower (1978, p. 57) explica que os processos de criação sucedem no campo da intuição, integrando-se à experiência e à estrutura racional do indivíduo. A autora define que a intuição está associada aos processos de percepção e faz a ligação com os universos interno e externo do indivíduo, ordenando os eventuais dados que estruturam um conhecimento.

Na Confecção Prata Couro, o processo de criação de Oliva Paschoalinotte, esposa de Abílio, foi semelhante ao dele, no entanto, os relatos expressam que suas referências no circuito da moda do couro ancoravam-se em modelos pré-definidos pela indústria, voltando-se mais às reproduções e adaptações.

Assim como Oliva Paschoalinotte, Heloísa Brandão, atual designer de moda do Ateliê Marlene Brandão, encontrou seus referenciais de moda já organizados ao longo do tempo pelas próprias criações de sua mãe, trabalhando em variações dos modelos pré-existentes e adaptações às tendências de época. A estilista acredita

que moda não é arte e enfatiza sua preocupação em fazer modelos de roupas que possam ser copiados, isto é, feitos por outras pessoas, dada a sua experiência no processo de produção do ateliê para atacado. De forma pragmática, estabeleceu método de trabalho em que seu processo de criação não parte de uma inspiração, mas do material disponível, dos potenciais técnicos artesanais incorporados às roupas e do custo final do produto. Essa análise pode ser ancorada em Ostrower (1978, p. 60), para quem o processo criativo se refere a imagens referenciais geradas por valores culturais. São informações que se acumulam na mente humana, de alguma forma correlacionada com a experiência do indivíduo.

#### **6.1.4 Prática projetual**

O conceito de design, no sentido tradicional do termo, não aparece nas falas dos entrevistados, mas delas pode-se deduzir que há práticas projetuais intrínsecas à realização de objetos de moda com procedimentos artesanais. Essas práticas projetuais podem ser observadas ainda na concepção de produtos – com finalidade utilitária, no caso da Confecção Prata Couro, e como vestuário, no caso do Ateliê Marlene Brandão – como etapa que determina as demais – planejamento, produção, circulação e comercialização.

Cardoso (2012, p. 236) enfatiza que o design é uma área projetual e está associado “a outras áreas que projetam a configuração de artefatos”. No entanto, hoje, o termo não está mais ligado somente à sua origem no processo de industrialização. Por outro lado, o autor lembra que artesanato foi um conceito criado pela sociedade industrial frente à ideia de indústria. Suzuki (2013, p. 315) complementa, ao afirmar que a atividade artesanal no design consiste na atividade de produção, que o artesanato garante diferentes formas de expressão. É importante notar que arte e técnica eram integradas pelo artesanato por meio da criatividade para gerar produtos com qualidade artística. E sabe-se que, antes da consolidação do design moderno como prática cultural, não havia diferenciação entre arte, design e artesanato.

As respostas do grupo de proprietários das duas empresas demonstram que os próprios criadores dos produtos são responsáveis pela prática projetual que se dá

na etapa prévia ao desenvolvimento da peça piloto, de forma que ela possa depois ser realizada em escala de produção. A dimensão de prática projetual ocorre também no âmbito da confecção de calçados ou de roupas sob medida, outro processo de trabalho dos fundadores da Confecção Prata Couro e do Ateliê Marlene Brandão, e até da Dê Sapataria, de um ex-funcionário da Prata Couro.

Pode-se afirmar que em ambas as situações a prática projetual configura-se por um processo de contínua adaptação e recriação de um modelo básico de calçado, vestido ou outro produto que, a cada necessidade – corpo ou pés –, tem demandas específicas. E cada pedido de cliente corresponde a um projeto baseado nesse sistema de confecção de produtos, nesse caso, individualizado.

#### **6.1.5 Formação e capacitação (artesanato, costura)**

Essa categoria abrange os processos de ensino-aprendizagem das operações em oficinas, fábricas e ateliê das empresas Confecção Prata Couro e Ateliê Marlene Brandão. Trata-se das capacitações para funcionários a fim de habilitá-los e qualificá-los para determinados trabalhos, adequados aos sistemas de produção. Busca-se compreender de que forma as metodologias e a concepção de cada empresa fazem com que as pessoas aprendam as diversas funções. A criação de produtos é uma atribuição dos próprios proprietários, portanto, não há menção à capacitação de funcionários nos processos de criação e desenvolvimento de produtos.

A técnica de fazer calçados de couro foi transferida por um veterano sapateiro vindo da Itália para Angelino, de forma oral, de acordo com a tradição artesanal. Ele aprendeu através da experiência de erros e acertos e da memorização de modelos. Angelino transmitiu o conhecimento a seu filho e a outros jovens aprendizes de Pratânia.

Existem, no município, diversos sapateiros que aprenderam com o mestre e até hoje trabalham com consertos de sapatos e selaria nos fundos de suas casas. É o caso de Ademilson Aparecido Antunes, proprietário da Dê Sapataria. O sapateiro relata que Angelino o colocava ao seu lado e, sem muitas palavras, dava-lhe um serviço para complementar, como passar cola em um solado, por exemplo.

Cunha (2000, p. 89) explica que essas práticas entre mestres e aprendizes ocorrem no andamento da produção de forma assistemática. No cumprimento das tarefas, os aprendizes imitam seus mestres e herdaram o ofício.

Marlene Brandão foi autodidata ao lidar com as questões de moda que envolveram suas criações. Sua sensibilidade artística tem relação com o aprendizado acadêmico – diferente do aprendizado de Angelino. Na Escola de Belas Artes de Belo Horizonte, recebeu uma formação sistemática que lhe deu noções de composição, criação, desenho artístico e pintura, entre outras experiências estéticas. Por meio do contato com suas tias, clientes e outras mulheres da família, foi introduzida no universo da moda de roupas de festa. Tanto no ateliê como na confecção de atacado, Marlene cuidou da capacitação de modelistas, costureiras e bordadeiras conforme chegavam diferentes demandas.

Desde os tempos iniciais de sua produção, a empresária vem organizando, a partir de suas criações, uma biblioteca de modelagens e referências de técnicas de corte e costura para as coleções atuais e futuras. Segundo seu relato, as aprendizes de seu ateliê passavam a trabalhar na produção em escala de roupas de festa para o atacado Marlene Brandão e Linha Pura. Observa-se, assim, que o ateliê se configurava como um laboratório de ideias e, também, lugar para a qualificação profissional de funcionárias, com orientações diretamente recebidas de Marlene Brandão. Em seus relatos consta que diversas ex-aprendizes, com sua capacitação, tornaram-se referência em qualidade de mão de obra específica na região e foram trabalhar para outras confecções da cidade. Para a empresa, isso pesou como fator de prejuízo dado o tempo dedicado à transmissão de conhecimento e o custo envolvido no processo dessa aprendizagem.

Outro exemplo, testemunhado pela autora em trabalho de campo, foi a capacitação de caráter voluntário realizada pela estilista Heloísa Brandão e pela ex-diretora de marketing Luiza Brandão às bordadeiras de pedraria da zona leste de São Paulo, nos bairros Itaim Paulista e Vila Curuçá.

As bordadeiras receberam referências de práticas de bordado e costura por meio de palestras e visitas técnicas ao showroom Marlene Brandão na capital paulista. Receberam, ainda, doação de 30 vestidos com bordados de pedraria. E ambas, estilista e diretora de marketing, estabeleceram a mediação entre as bordadeiras de pedraria – condicionadas a uma posição marginalizada na cadeia

produtiva – e um mercado de roupas de festa de qualidade superior àquelas que as artesãs conheciam.

Não se realizaram oficinas práticas de bordado, no entanto, a ponte estabelecida com outro aspecto da realidade de produção levou as aprendizes a ganhar consciência das distâncias e diferenças entre dois mercados existentes para roupas de festa, o popular e o de elite. A noção das diferentes realidades culturais, sociais e econômicas e do modo como operam as confecções de roupas de festa emergiu dessa experiência, trazendo para as bordadeiras mais conhecimento sobre seu próprio mercado.

As soluções apresentadas por ambas as empresas são definidas como responsabilidade social, em que ações e novas propostas vão ao encontro das necessidades básicas dos envolvidos realizando o objetivo de promover melhoria na vida das pessoas por meio da transmissão de conhecimento.

#### **6.1.6 Processos de produção e gestão**

Ao conhecer as condições de produção e o sistema em que operam as empresas, compreendem-se suas estruturas de gestão, de organização e de mercado por meio da análise das informações contidas nas entrevistas.

Observa-se que esses processos, ligados à produção, formam a matriz dessas empresas e marcam suas principais características. Na prática, as condições de produção atuam como ponto decisivo do modo de funcionamento das empresas. Nessa etapa, elegem-se os elementos que compõem o caráter do produto final e que correspondem às respectivas realidades de mercado.

Essa análise procura observar como se dão as relações no contexto cultural e econômico de cada empresa. Identifica-se, nas entrevistas, que as práticas de gestão da Confecção Prata Couro e do Ateliê Marlene Brandão não seguem modelos teóricos ou midiáticos que indicam tendências de moda ou modelos de gestão. Ambas receberam, no decorrer de seus trabalhos, consultorias do **SEBRAE**. Para a Prata Couro o foco se deu mais precisamente na comercialização e no mercado e para o Ateliê Marlene Brandão, no sistema de produção. Não houve menção, nas respostas, aos resultados da consultoria.

Nos relatos referentes ao auge da produção feitos pelos proprietários, observa-se que o investimento maior de recursos financeiros e humanos prevaleceu em etapas de criação e desenvolvimento de novos produtos. E, mediante a aceitação do produto pelo público consumidor, a questão econômica prevaleceu no planejamento e processo de produção.

Os principais elementos que compõem o processo de produção são a matéria-prima e seus fornecedores, qualidade e especificações da mão de obra, a infraestrutura, os equipamentos e ferramentas de trabalho e os modos de produção, sejam artesanais ou de manufatura. Observa-se que os elementos inseridos no processo de produção se tornaram cada vez mais complexos à medida que avançavam os meios tecnológicos e as mudanças econômicas nacionais e mundiais.

No caso da Confecção Prata Couro, aquisição da matéria-prima do couro e o modo de produção do período que data sua origem até os dias atuais mudaram drasticamente através dos tempos. Inicialmente, no contexto em que vivia o sapateiro Angelino, o produto tinha relação direta com o modo de vida rural de seus clientes e de seu entorno. O modo de produção o caracterizava como um artesão cujo domínio e controle sobre todas as etapas, da produção até a venda, era um saber tácito. O processo era artesanal até mesmo para construir suas próprias ferramentas, e sua equipe consistia somente de seus aprendizes e alguns familiares. Angelino pode ser comparado à figura do artesão tradicional de artefatos de couro, que ainda se faz presente no país, como Espedito Seleiro, do Ceará, mencionado anteriormente nesta pesquisa.

Já em meados dos anos 1960, a Confecção Prata Couro experimentou um crescimento geral, sendo necessário seu desdobramento e ampliação em diversos setores, configurando-se como uma fábrica com funcionários trabalhando em turnos. A segunda geração dos Paschoalinoite assumiu o negócio e Oliva acumulou funções de desenvolvimento de produtos e administração da fábrica, enquanto seu marido viajava para abrir mercado regional e estadual.

A larga escala de produção, na maior parte de calçados, foi sustentada até os anos 1980, quando as mudanças tecnológicas e organizacionais de âmbito internacional chegavam a impactar o modo de produção da Confecção Prata Couro. A partir dessa década, o mundo sofria o “intenso processo de internacionalização do mercado mundial”. Segundo Silva e Valença (1997, p. 281), mudanças

demandaram, a organizações de todos os portes, a reestruturação da produção e a busca de novas estratégias mediante a alta competitividade que crescia no setor.

Essa forma de globalização, como definiu Santos (2001, p. 126), está centrada no consumo e na multiplicação dos objetos e serviços, afetando diretamente a produção, gerando relações instáveis de trabalho e crescente desemprego. O autor questiona tal contraste de condições que resultaram no desequilíbrio social e econômico de grande parte da população do país.

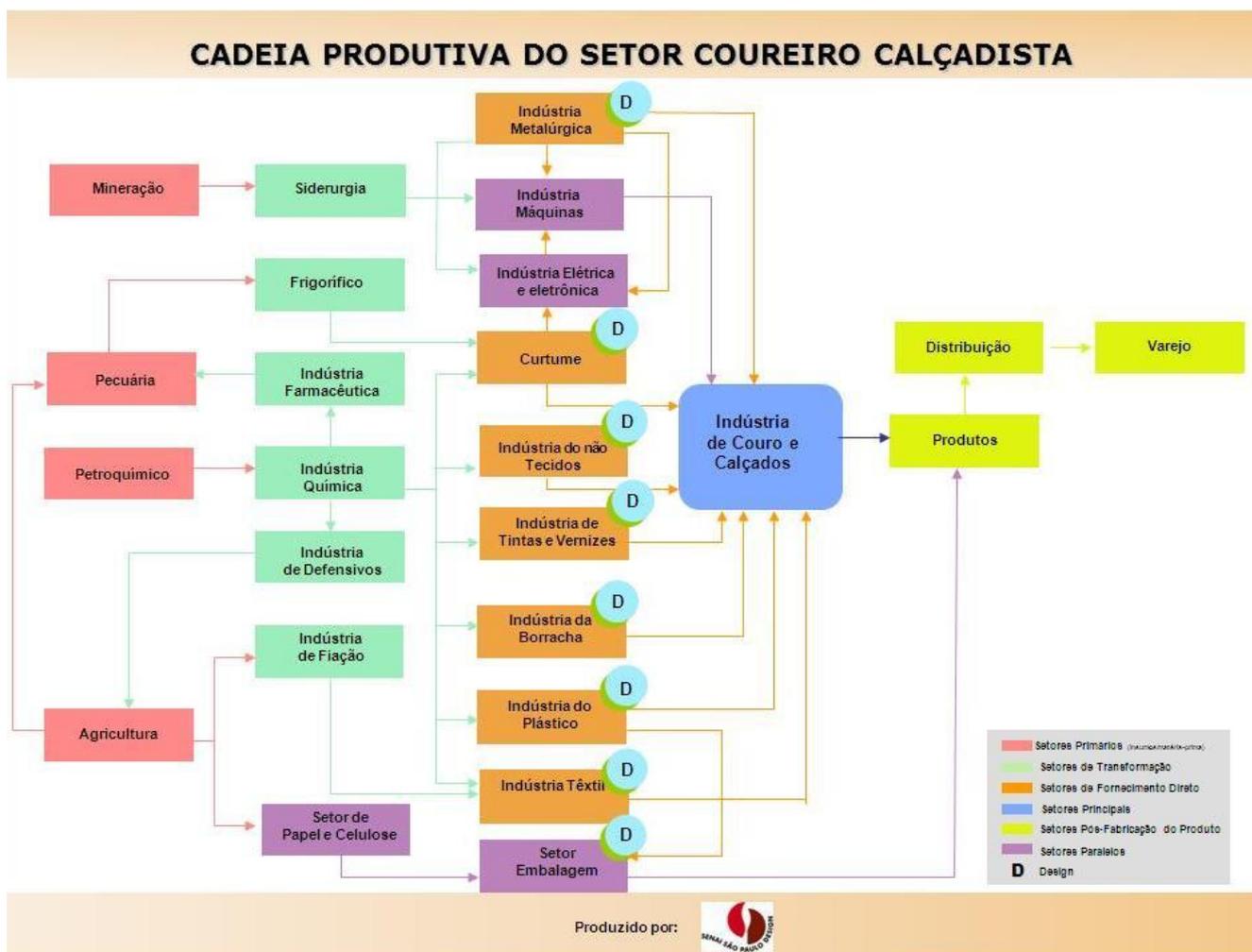
Nesse cenário, proprietários de empresas e funcionários foram obrigados a enfrentar o modelo da globalização e as terceirizações como nova estratégia de produção, momento em que a gestão da Confecção Prata Couro foi assumida pela terceira geração da família. Segundo o relato de Abílio Paschoalinotte Júnior, o atual administrador, a empresa também foi afetada pelo processo de abertura comercial, uma vez que seus produtos passaram a concorrer com os asiáticos, de menor preço. Segundo Gorini, tais mudanças impuseram a concorrência com base na qualidade, flexibilidade, preços e diversificação de produtos reunidos a avanços tecnológicos e às condições oferecidas por organizações estrangeiras que passavam a produção de mão de obra barata para os países periféricos asiáticos (GORINI, 2000, p. 19). Em vista disso, fecharam-se muitas confecções brasileiras e outras, como a Prata Couro, foram obrigadas a deslocar sua produção para empresas de outras regiões.

Observa-se, nos depoimentos dos ex-funcionários e dos proprietários, que enquanto a gestão da produção e comercialização da Confecção Prata Couro lidava com a localidade e tinha domínio sobre seu público no contexto local, regional e estadual, construía-se uma relação de pertencimento com a cidade, devido à sua representatividade local e regional. Hoje, mudaram-se os meios de produção e fornecedores de produtos e serviços já não são vinculados à Pratânia ou mesmo ao estado de São Paulo.

Os avanços tecnológicos do setor de calçados e a cadeia produtiva do couro vêm se tornando complexos há algumas décadas. Conforme apontam os autores Guidolin, Costa e Rocha (2010, p. 147), englobam desde o fornecimento de componentes e de máquinas e equipamentos, envolvendo as indústrias química, têxtil e de bens de capital. Atualmente, há quatro grupos de materiais utilizados pela indústria do calçado: injetados, sintéticos, couro e têxtil.

Observa-se que os elementos que envolvem a produção hoje são interdependentes, como mostra o fluxograma da cadeia produtiva do setor calçadista de couro na atualidade (Figura 71).

**Figura 71. Fluxograma da cadeia produtiva do setor coureiro calçadista**



Fonte: Senai São Paulo Design,

<http://www.fiesp.com.br/elos-da-cadeia-textil-e-confeccao/>

A partir desse fluxograma, as operações da Confecção Prata Couro predominam, principalmente, nos setores do varejo e de produtos mediante a complexa estrutura da cadeia produtiva do couro expressa em todos os seus segmentos. Esse fator provoca crescente e desproporcional concorrência entre pequenos e médios produtores e grandes indústrias. Os autores Guidolin, Costa e Rocha explicam outros fatores que dificultam a produção no país:

Apenas os países que sustentam vantagens competitivas relevantes nas etapas de criação, design, marketing e coordenação da cadeia de produção e distribuição da indústria calçadista conseguem manter um papel ativo na cadeia de valor, enquanto os países que produzem calçados com base em custos de produção baixos (principalmente mão de obra) tendem a perder competitividade. (GUIDOLIN; COSTA; ROCHA, 2010, p. 147).

Analisar o processo de produção do Ateliê Marlene Brandão requer um olhar para o universo poético da costura, que vai muito além da prática mecânica e organizacional dentro de uma oficina de moda. Já a análise comparativa com o processo de produção da Confecção Prata Couro propõe uma abordagem precisa sobre questões sociais, econômicas e culturais que influenciam a moda.

Na década de 1960, Marlene Brandão iniciava seu ateliê de costura em seu próprio quarto, com apenas uma máquina de costura. Nos relatos, observa-se que a confecção de roupas de festa e o fazer costura estavam relacionados à criação de um modo de ser feminino e à construção de um vestuário ideal. Chaud (2010) explica o processo de confecção de uma roupa que, quando pronta, representa o desejo materializado pelas mulheres ou clientes: a atividade da costura, como interpretar o desenho, fazer o molde, planificar sobre o tecido, construir volumes, requer um pensar construtivo. A costureira inventa enquanto está fazendo, ela faz adaptações e transformações a partir do corpo da pessoa ou de um modelo sugerido, combina os materiais, escolhe os acabamentos e vai dando forma à peça final (CHAUD, 2010). Essa narrativa condiz com os 20 primeiros anos de prática do Ateliê de Marlene Brandão – seu processo de produção combinava o pensamento lógico, a sensibilidade artística e a atitude criativa.

A costura e o bordado feito à mão sempre fizeram parte das roupas de festa do ateliê Marlene Brandão. No entanto, as entrevistas revelam que as bordadeiras faziam serviços sob encomenda em suas próprias casas, não trabalhavam na sede do ateliê e se caracterizam como prestadoras de serviço de bordado. Eram mulheres, mães de família, que se sustentavam com o ofício. Não houve contato com bordadeiras durante a pesquisa. Por sugestão das proprietárias foi estabelecido que as informações a respeito de bordado viriam da experiência de Marlene Brandão e Heloísa Brandão.

As primeiras bordadeiras com quem Marlene Brandão trabalhou eram personalidades conhecidas em Araçatuba e reconhecidas pelo talento e excelência.

É sabido que o bordado é um importante artifício e agregador de valor na confecção de roupas de festas, por estar associado à riqueza e ao luxo. Tem função e qualidade técnica para destacar áreas sobre o tecido em que desenhos florais, curvas e formas geométricas são salientados por insumos industrializados, como missangas, vidrilhos, canutilhos, paetês, fios metalizados, cristais e linhas coloridas. Levam-se muitas horas para executar o bordado artesanal.

As roupas de festa Marlene Brandão se identificam com uma moda perene, isto é, que não está sujeita a modismos. Num sistema de valores, o trabalho do bordado é um complemento ao desenho que assegura a característica do “luxo” nesse tipo de vestido. Separadamente, porém, esse bordado não é portador de símbolos no contexto em que se insere. É uma técnica produtiva.

A moda contemporânea também faz uso de técnicas livres de bordado com desenhos livres e uso de materiais diversos sobre tecidos de alta tecnologia. O valor do bordado, porém, não está associado somente ao trabalho empregado por bordadeiras, mas aos elementos que constituem valores abstratos, como o conceito da marca, informação processada em imagem e representação.

Os tecidos empregados nas roupas de Marlene Brandão são importados, comprados de fornecedores em São Paulo ou de representantes que se deslocam a Araçatuba. Heloísa Brandão relata que as tecnologias de tecidos vêm transformando a moda – como exemplo, citou a musselina<sup>8</sup>, que tem o toque da seda, mas leva componentes diferentes da seda em sua fiação. Observa-se que o ateliê Marlene Brandão incorpora novos tecidos e materiais em sua produção, que garantem o caimento e estrutura das roupas e facilitam os procedimentos artesanais da costura, como, por exemplo, a montagem do forro de vestidos e a aplicação de tules, ainda que os modelos mantenham os detalhes clássicos de seu estilo.

Os materiais empregados na produção das roupas Marlene Brandão são raros, dificilmente oferecidos por fornecedores usuais de tecidos. Não foram mencionados, nas entrevistas, mais detalhes a respeito da origem desses fornecedores de materiais. Sabe-se que são provenientes de fabricação nacional e estrangeira. A tecnologia da produção têxtil tem avanços e oferta de inúmeras qualidades de tecidos e outros materiais.

---

<sup>8</sup> Musselina ou *mousseline de soie* é um tecido fino, leve e liso, geralmente de algodão, seda ou lã. Originário da cidade de Mossul (Iraque), era importado pela Europa no século XVII. (CALLAN, 2007, p. 226).

No período que coincide com a abertura comercial ao exterior, quando a crise econômica acirrava os meios de produção têxtil no país, a empresa ganhou nova configuração, ampliando seu mercado a partir de 1985. O Ateliê Marlene Brandão entrava no ramo de atacado de roupas de festa e abria a confecção de roupas prontas Linha Pura – ao contrário da Confecção Prata Couro, que iniciava a redução do quadro de funcionários e remodelava o processo de produção em Pratânia. É importante observar que essas empresas envolvem pessoas em grande parte de sua produção, por empregarem procedimentos artesanais. No entanto, Prata Couro e Marlene Brandão lidam com realidades socioeconômicas distintas – a primeira abrange um mercado consumidor pulverizado de médio poder aquisitivo em busca de um estilo versátil e a segunda está ligada ao mercado de luxo acessível a um nicho de alto poder aquisitivo da sociedade, operando em diferentes âmbitos culturais e estratos sociais do país, e seus mercados apresentam particularidades e reações dessemelhantes.

Para compreender as diferentes direções tomadas pelas empresas, encontra-se em Gorini uma interpretação dos fatos que afetaram a Confecção Prata Couro, marcados pelas transformações estruturais na cadeia têxtil nacional nos finais da década de 1980 e início dos anos 1990. O autor afirma que a conjuntura do segmento das confecções sofreu grande pulverização da produção, e fez-se forte concentração do segmento têxtil nacional. A indústria têxtil teve um elevado aumento de investimentos e da relação capital/trabalho, enquanto as confecções estavam dependentes de mão de obra intensiva. A importação de produtos asiáticos atingiu a maior parte das confecções; houve deslocamento de produção têxtil para o Nordeste, com oferta de menores custos de mão de obra. Empresas de maior porte aumentaram as escalas de produção reduzindo variação de produtos e investindo em equipamentos de última geração, novas estratégias de distribuição, marca e melhoria da qualidade de seus produtos. Empresas menores intensificaram a produção terceirizada, no entanto, voltaram-se mais para a comercialização, por meio de lojas próprias, franquias, gerenciamento de marcas, etc. Outras empresas atuaram no mercado externo, aprimoraram os canais de distribuição e investiram em marcas (GORINI, 2000, p. 21).

As respostas do proprietário da Confecção Prata Couro coincidem com as condições sofridas pelas confecções mencionadas pela autora. E pode-se inferir que a ampliação da empresa de Marlene Brandão nesse período se explica, em parte,

pelo acesso à matéria-prima proveniente da emergente indústria têxtil nacional e internacional (ou asiática) que oferecia diversidade e qualidade de materiais que incorporavam alta tecnologia às roupas de festa, com preços mais acessíveis. E, como bem relatam as entrevistas do Ateliê Marlene Brandão, o preço final do produto nunca foi problema para suas clientes.

Os contrastes na direção das empresas têm diversos âmbitos: um é a expansão da indústria têxtil e a oferta de matéria-prima de qualidade importada com preços acessíveis; outro é seu público-alvo e seu mercado. Em vista disso, conclui-se que tais contrastes refletem a forma de consumo dos clientes, oriundos de realidades distintas e de diferentes estratos sociais do país.

Esses fatores determinaram as condições de produção e de mercado mencionadas anteriormente, atribuindo-se aos produtos da Confecção Prata Couro mais funcionalidade por seu caráter utilitário, associado à moda casual, que por seu valor simbólico, e conferindo às roupas de festa Marlene Brandão o conceito de roupa de luxo por terem alto valor agregado à sua confecção e serem destinadas ao público de alto poder aquisitivo, que compartilha costumes e valores representados por seu *status quo*.

Carvalho elucida as diferentes maneiras de atribuir valor aos produtos estabelecidas pelo sistema da moda, cuja linguagem se expressa como comunicação não verbal. A autora define que:

A escolha individual é que possibilita a construção do seu discurso, ao selecionar as cores dos variados tipos de tecidos, além dos adereços, no meio da diversidade e das diversas opções. Portanto, a construção de identidade se verifica a partir da inserção do sujeito no contexto social, político, econômico e estético. (CARVALHO, 2009, p. 11).

Nas entrevistas com os proprietários das duas empresas, não se abordou o tema da inovação de produtos. No entanto, observa-se que ocorreram inovações de mercado como estratégia de adaptação aos meios contemporâneos de comunicação, a exemplo do uso da internet, no caso da Confecção Prata Couro, e do estabelecimento de parcerias para a comercialização de multimarcas, no caso do Ateliê Marlene Brandão.

As empresas em análise não apresentaram planejamento estratégico com base em critérios de competitividade. Ambas atuam com foco no controle de

qualidade da produção própria e de terceirizados, assim como no equilíbrio de custos, no cumprimento de entrega e na relação com o mercado.

### 6.1.7 Mercado e circulação

As respostas das empresas pesquisadas mostram pouca variação no nicho de mercado e na ampliação de público-alvo. Observa-se, que o mercado permaneceu estável sem oscilar com as tendências de moda. A Confecção Prata Couro conquistou seu apogeu até os anos 1980 de modo progressivo e, hoje, concomitante à sua produção, seu público consumidor diminuiu. O varejo é explorado por meio de um site de vendas ([www.pratacouro.com.br](http://www.pratacouro.com.br)) e do turismo em Pratânia. A loja sediada em São Manuel encerrou suas atividades em agosto de 2016.

O público do Ateliê Marlene Brandão cresceu a partir dos anos 1980 com a ramificação da empresa em produção de vestidos de festa por atacado e confecção de roupas em maior escala. Com a crescente concorrência do mercado de roupas de festa no Sudeste do país e o acesso a núcleos de bordadeiras especializadas em Minas Gerais a custos menores, a empresa vem enfrentando uma crise progressiva nas vendas.

A imagem dos produtos da Confecção Prata Couro está associada à fama da cidade, favorecida pela própria história da empresa na tradição do vestuário de couro. Segundo uma averiguação feita por Abílio Paschoalinotte Júnior, a maior parte dos internautas que acessam sua loja *on-line* é motivada pela *slogan* “tradição de 80 anos”, que aparece no site.

A imagem dos produtos do ateliê Marlene Brandão está também associada à tradição do nome e às roupas que circulam pelos grandes eventos sociais da região e de algumas capitais do país. Heloísa Brandão relata que seu público não se restringe a Araçatuba.

Nesse sentido, Featherstone (1995) explica a cultura do consumo sob três perspectivas: a do acúmulo, devido à expansão e produção de mercadorias conforme a lógica imposta pelo mercado; a da mercadoria, cuja função é demarcar as relações sociais, tendo uma mesma mercadoria dimensões simbólicas distintas

que ganham interpretações relacionadas ao contexto em que é consumida; e a das satisfações e realizações pessoais que o consumo pode trazer.

O assunto é ampliado na visão de Lipovetsky, que observa uma sociedade cada vez mais segmentada por diferenças “nas crenças e gêneros de vida”, marcada pela individualização e por atitudes díspares diante do consumo (LIPOVETSKY, 1989, p. 275).

Desse modo, os dois estudos de caso demonstram que as diferenças culturais justificam os modos de produção, bem como o seu consumo, através do processo de mercantilização de produtos. São exemplos que permitem uma compreensão aprofundada de mecanismos que ocorrem na perspectiva do mercado.

Compreender o perfil atual do mercado das duas empresas requer uma imersão na cultura influenciada pelos meios de comunicação de massa na contemporaneidade, não bastando mais observar somente o estrato social do contexto de seus clientes. Lipovetsky (1989, p. 29-31) afirma que a lógica do consumo não se restringe mais às estruturas sociais impostas pela sociedade, por culturas e por ideologias, mas se realiza na vida social e individual. O autor aponta que o passado é o tempo revisitado e passa a ser reutilizado dentro da lógica do consumo. Nessa perspectiva, compreende-se que há uma mercantilização dos valores, os quais não se baseiam em referenciais históricos.

Fernandes reflete a respeito dos investimentos atuais em grandes produções de casamento, submetidos a rituais em estilo tradicional, promovendo expectativas em relação aos vestidos da noiva, de madrinhas e de convidados. São manipulações subjetivas que fazem parte da lógica de consumo de mercado de produtos e serviços para festas produzidos por empresas especializadas (FERNANDES, 2014, p. 95).

Esses grandes eventos de casamento se realizam sob influência de desejos potencializados pela imaginação, revivescimento e redescoberta do passado, construídos pelo mercado. Conforme aponta a mesma autora, por meio das redes sociais ou das mídias eletrônicas, estabeleceu-se um código visual de publicização e espetacularização dos casamentos articulados pelos próprios métodos de promoção de festas matrimoniais (FERNANDES, 2014, p. 32). O Ateliê Marlene Brandão pôde beneficiar-se dessa tendência contemporânea da moda, ainda que enfrentasse dificuldades internas e queda nas vendas devido à concorrência com Minas Gerais desde 2013.

Outro fenômeno de sentido nostálgico que se explica pela lógica do consumo é o turismo de festas de rodeio e de montaria. Esse público se reúne para experimentar momentos de lazer montando cavalos ou apreciando concertos de música sertaneja. No traje se incorpora chapéu de abas largas, cinto largo de couro, botas de bico fino e cano bordado com motivos florais e camisa xadrez, lembrando o vaqueiro.

De acordo com Canclini, as cidades reproduzem o universo simbólico rural através de suas heranças nostálgicas do campo, que se mesclam com as formalidades arcaicas e modernas de suas culturas. Antes, eram expressões de uma comunidade, hoje se trata de uma espetacularização a ser cultuada (CANCLINI, 1989, p. 23).

Trata-se de um fenômeno de consumo recente, que tem se expandido no Brasil. A apropriação de um passado fantástico na lógica de consumo é capaz de promover em escala nacional tanto o nicho de mercado para roupas de festa e roupas para noivas, remetendo ao imaginário de realeza máxima feminina, quanto a lembrança de um caubói aventureiro e heroico desafiador de bois e cavalos em montaria.

Como vimos, a integração entre **DMA**, proposta pelas referências deste estudo e constatadas em certas operações bem realizadas de suas práticas, pode ocorrer e contribuir para a continuidade do artesanato, bem como para sua valorização e disseminação, mesmo em empresas de pequeno porte e fora do circuito de grandes centros e metrópoles.

Outro aspecto a apontar é que essas empresas e seus gestores atuam com processos de design, ou em âmbitos do design e da moda, de forma empírica, ou seja, criam, interferem em modelos pré-estabelecidos, inovam e reproduzem por ainda não terem tido melhor compreensão da importância do design e do quanto ele poderia contribuir com suas empresas, inclusive economicamente. Essas empresas optaram pelos circuitos tidos como periféricos em vez do circuito principal da moda, preferindo não seguir o calendário de moda tradicional, as tendências ou microcoleções, como é comum no mercado de moda atual, tal como se vê em eventos como **SPFW**. Ao se pautarem apenas por referências seletivas de modelos existentes ou pela mídia, ainda assim atendem a tendências estéticas específicas e mesmo tecnológicas – tipos de tecido, aviamentos, acabamentos, etc. – que são incorporadas em seus sistemas de criação, produção e confecção de novas peças e

que, de certa forma, ao serem reproduzidas, são examinadas em suas escolhas específicas de elementos passíveis de apropriação cultural local.

Sem dúvida, essas empresas atuam com processos de produção artesanal, inclusive contemporâneos, tanto os totalmente manufaturados quanto os que integram processos manuais e mecânicos. Elas também desenvolveram uma sistemática capaz de consolidar todas as etapas técnicas e estéticas, de adequação da infraestrutura necessária, de confecção e comercialização, acompanhando e/ou superando o cenário de mudanças vivenciadas no país.

Por outro lado, lidam com apropriação de memória, de tradição local, e com adequação ao mercado consumidor e ao desenvolvimento de peças exclusivas sob medida. Mesmo que não tenham a compreensão plena de todos os aspectos envolvidos contemporaneamente na associação entre **DMA**, estão à frente em um mercado consumidor de características contemporâneas, inclusive na relação com a manufatura e o artesanal, por suas características de manutenção de uma heterogeneidade de opções, de diversidade de modos de produção e de sustentação de mercados e públicos específicos nas suas opções. Fora esse aspecto, a longa vivência de ambas as empresas nos leva a inferir que elas sempre estiveram atentas às mudanças e necessidades de adequação aos ritmos desses mercados, com seus produtos apresentando muitos aspectos de qualidade e inserindo inovação em ritmo próprio.

Um aspecto de fragilidade de ambas as empresas se dá na capacitação de pessoal que, por ocorrer apenas via tradição oral e observação local, como é o caso da Confecção Prata Couro, ou com cursos e procedimentos de aprendizado, como no Ateliê Marlene Brandão, não faz com que os profissionais, depois de capacitados, sejam reconhecidos a ponto de se integrarem nos processos de criação ou gestão – o que os leva a trabalhar em outras empresas ou a abrir seus próprios negócios. Esse é um dos aspectos que consultorias adequadas poderiam melhorar, desenvolvendo técnicas de aproveitamento dessa construção e da passagem de conhecimento para o desenvolvimento não só das próprias empresas como de todo um sistema de criação e produção de caráter local.

Neste sentido, a contratação de designers, mesmo que temporários, em áreas como criação, desenvolvimento de produtos, utilização de descartes têxteis, aprimoramento de sistemas de produção e comercialização, já poderia contribuir sensivelmente para a melhoria e o enriquecimento financeiro das empresas

estudadas. Também nos processos de comunicação e divulgação, que apresentam carências, e até em relação às atuais mídias digitais e sociais, a colaboração de designers seria valiosa.

## 7 CONCLUSÃO

A partir da relação entre os dois eixos analíticos que orientam essa pesquisa – os estudos de caso nos segmentos de vestuário a rigor e de acessórios de couro no eixo centro-oeste e noroeste no interior de São Paulo, realizados sob o crivo das relações entre design, moda e artesanato na contemporaneidade – foi possível reconhecer múltiplos referenciais que constituem a complexa dinâmica desses setores no mundo contemporâneo. A pesquisa buscou referenciais para a construção de modelos que visem à melhoria das condições de criação e produção artesanal.

O primeiro referencial é sincrônico. Trata da revisão de literatura sobre os conceitos de design, de moda e de artesanato teorizados na contemporaneidade, e de suas dinâmicas correspondentes às cinco práticas citadas no capítulo 3, contextualizadas na ideia do (design) contemporâneo. O segundo referencial é diacrônico, estabelecido por meio da análise dos estudos de caso com base na trajetória das empresas estudadas, seus métodos de gestão, sua criação e produção, os quais existem hoje imersos no sistema de vida contemporâneo. Na etapa final deste trabalho, vê-se que os referenciais se entrecruzam e são capazes de conjugar algumas questões pertinentes da contemporaneidade, levando-se em conta as modificações do sistema econômico que afetaram esferas políticas, sociais e culturais, a velocidade das informações e a lógica do consumo, entre outras características deste tempo.

A partir da análise diacrônica, ou temporal, dos dados fornecidos nos estudos de caso, construiu-se uma narrativa dentro da visão dos protagonistas, em que se deu voz aos fundadores, criadores, produtores, artesãos e outros profissionais ligados às duas empresas. Esses dados foram clivados com o instrumental da análise sincrônica, que permitiu extrair das narrativas os elementos de análises condicionadas, parciais e pessoais, a fim de melhor situar a trajetória dessas pessoas e seu trabalho no tempo, colocando seu conhecimento empírico em perspectiva com contextos críticos mais amplos. Assim, foi possível situar os elementos trazidos à luz pelas narrativas para identificar operações bem ou malsucedidas nas empresas estudadas. Ou aquilo em que as ações demandam correção de conduta em relação a seus próprios objetivos. Identificou-se a

capacidade de criadores, empresários e artesãos em cada momento. E abriram-se possibilidades de pesquisa para outros estudos de caso com empresas de mesmo porte que incorporem procedimentos artesanais. Pesquisas dessa natureza podem contribuir para que se definam com maior precisão as potencialidades dessa escala de negócios – por exemplo, a partir do aprimoramento das relações profissionais entre criadores, fornecedores, assistentes, artesãos e demais colaboradores, ou entre processos como os de manutenção do público e do mercado. Esse conhecimento seria útil a artesãos e designers que trabalham em empresas de porte semelhante ao das empresas estudadas ou cujo foco seja uma produção mais autoral.

Essas ferramentas permitiram precisar melhor a relação com o momento presente e apontar possíveis desdobramentos que esses estudos de caso possam apresentar no futuro. Averiguou-se que o contexto contemporâneo permite adequar as possibilidades encontradas no trabalho para os designers, particularmente aqueles que se aproximam do artesanato, pois o design também vem se “artesanizando” (ver página 57), abrindo novos caminhos para o designer-artesão. Tal fator amplia o grau de abrangência deste estudo para referenciar artesãos, designers e designers de moda, particularmente em pequenos negócios.

Sobre a disponibilidade de referências bibliográficas a respeito da relação entre DMA na contemporaneidade, averiguou-se que neste estudo essa relação ocorre pelo contexto da convivência de processos temporais e sistemas aparentemente díspares, mais do que pelas suas estruturas conceituais. Entrementes, das diversas publicações e pesquisas levantadas para esse estudo, os dois campos aliados mais encontrados foram design/artesanato e moda/artesanato. Das pesquisas localizadas, as que abordam uma relação tríade se concentram entre arte, design e artesanato e raramente entre design, moda e artesanato.

Os pontos comuns encontrados nas interseções conceituais desses três campos residem na produção de objetos e significados voltados às práticas que envolvem concepção, criação, projeção, produção e circulação, assim como nas suas definições conceituais. Outra particularidade e condicionante na relação **DMA** que pode ser relacionada a este estudo dá-se no modo de produção em pequena escala, uma vez que o “fazer” e o “saber” envolvem mãos humanas em processos predominantemente artesanais como a costura, ainda que em escala industrial.

Os resultados encontrados nos estudos de caso não estão em conformidade diretamente com o ideário estético contemporâneo, no entanto as publicações levantadas serviram como subsídio para uma compreensão abrangente sobre as empresas estudadas no tempo contemporâneo.

A partir da pesquisa conceitual, é possível compreender que a ação projetual – uma prática característica do design – se dá nas áreas que envolvem concepção, criação, projeção e produção, presentes na moda e, em menor escala, no artesanato. Observa-se, além disso, que o design é o impulso inicial para o criador de moda, cuja matriz instala-se no conhecimento de processos de trabalho que relacionam também moda e artesanato. E que essa ação projetual ocorre, ainda que por processos autóctones, em ambos os casos estudados.

Elementos da dimensão de signo visual manifestos como linguagem por meio de múltiplos materiais e formas se entrecruzam na relação entre **DMA**.

Este estudo demonstra que a sustentabilidade do artesanato têxtil brasileiro na contemporaneidade pode ser assegurada uma vez que se desenvolvam meios estruturados para que os artesãos conquistem autonomia, revendo parâmetros de valor por meio de sua qualidade, da produção em escala adequada, da incorporação de novos símbolos que deem sentido ao objeto, do reconhecimento das novas redes de exposição do trabalho, da relação com os novos circuitos econômicos e, se possível, da formação dos próprios artesãos no campo do design e das artes plásticas.

Com o estudo aqui realizado sobre as relações entre **DMA** constatou-se que o artesanato e o artesão têm, hoje, a possibilidade de ocupar lugar de protagonismo, no sentido de que estratégias inovadoras ocorrem porque metodologias interdisciplinares e questionamentos permitem repensar conceitos antes estabelecidos nos contextos social, estético e econômico dessas três áreas – o que tem permitido a construção de seus discursos por meio de campos ampliados e mais livres para novas articulações de signos. No entanto, podemos concluir que tal fator ainda não significa uma emancipação do artesanato como prática que transforme este protagonismo em autonomia plena: para conquistá-la será necessário pensar meios de ampliar seu domínio de conhecimentos e autoconsciência, instrumentando-o mais adequadamente para as dimensões cultural, social, pedagógica e econômica contemporâneas.

Entretanto, tem sido fecunda a contribuição da prática artesanal à moda e ao design, bem como destes à qualificação e à valorização daquela atividade. Contata-se que os criadores contemporâneos de **DMA** apresentados nas cinco referências práticas deste estudo empreenderam na busca pelo sentido mais essencial do artesanato como conjunto de saberes que, ao preservar memórias, qualificam-nos em mais campos e dão novos sentidos aos seus trabalhos e pesquisas. De igual modo, reconhece-se que o artesanato extrapola o significado de mercadoria por seu valor cultural intrínseco, que pode ser definido como processo de (re)integração do humano no trabalho e que, ao carregar o tempo necessário para ser executado, associa-se ao modo de vida de quem o produz.

No entanto, averigua-se que, apesar de recorrente a contribuição da prática artesanal à moda e ao design, bem como destes à qualificação e à valorização daquela atividade, o artesão que tem trabalho de expressão de uma cultura e tem em seu trabalho o reconhecimento de sua qualidade técnica caminha na parceria com designers e estilistas que o valorizam e compartilham autorias, sendo essa, contudo, ainda uma relação de dependência, que só poderá ser revertida no momento em que os artesãos se organizarem sob formas institucionais que reconheçam suas especificidades.

Se, para realizar seus trabalhos, o artesão e o designer partem dos processos de criação e de produção, operam em seus locais de trabalho mantendo uma gestão própria e fazem relação com o mercado, então porque não chamar a todos de designers, como os artesãos-designers no sentido empregado em certas definições contemporâneas? Pode-se partir do princípio de que a educação superior formal é que legitima a profissão do designer, no entanto, há designers reconhecidos nacional e internacionalmente que vêm de outras áreas sem terem recebido a formação em design. Ou seja, não é a formação baseada na educação formal, institucional, que valida os saberes.

Com os estudos da relação entre **DMA** e os estudos de caso, pode-se observar nos processos de trabalho de designers a presença de um pensamento sistêmico que inclui o diálogo com a complexidade do mundo contemporâneo. O domínio de uma linguagem visual se dá por uma intenção que antecede sua execução, constituindo-se em projeto. Já o artesão constrói sua linguagem visual por meio do fazer e toma vários caminhos para alcançar o resultado que se encerra no objeto, no qual, por fim, demonstra seu domínio.

Propor esse protagonismo emancipado do artesão não significa que ele necessite se tornar um designer no sentido mais tradicional desse termo, mas que tenha maior consciência e melhor controle dos processos que o levam de sua oficina de criação a seu público. O artesão pode até vir a se tornar um designer, para si mesmo e seu ofício, quando desenvolver um processo de investigação e proposição – tendo, para isso, subsídios que o habilitem a dialogar com seus pares e com seu público – que também se expresse em seus objetos. Essa questão reside, assim, mais no processo do que nos objetos.

O artesão, visto por esse enfoque, não é menor ou inferior pelas abordagens e critérios presentes em seu trabalho porque se utiliza de outros modos de realizar um projeto. Ele demonstra apenas uma relação mais centrada no âmbito de seu próprio universo de trabalho do que no do mundo que o cerca: com seus materiais, técnicas incorporadas, formas de uso. E, mesmo que se abordem questões ambientais, suas preferências se reportam mais ao seu processo intrínseco de trabalho do que a uma relação com, ou posição sobre, a complexidade contemporânea (como um discurso a respeito dessa complexidade, realizado por meio de sua pesquisa/processos/objetos, tal qual faria um designer).

Já o designer-artesão se apresenta aqui como uma questão aberta. A noção de valor pelo trabalho manual seria uma atribuição a ser conquistada? Seria necessário ter a experiência da relação mestre/aprendiz entre professor e aluno? Como seu aprendizado se insere nas categorias formais de arte e do artesanato com atributos da beleza, do simbólico e da utilidade? Ou, nos processos cada vez mais comuns de micro robotização em protótipos de impressão 3D – que envolvem pequena escala de produção e produção em ateliês/oficinas –, o quanto se tem de autoria e dos correlatos processos autônomos?

Outro fenômeno que tem afetado a produção artesanal, hoje, é o da noção de localidade ou territorialidade. Observando-se onde se encontram as empresas deste estudo de caso, constata-se que, sob a visão da lógica do consumo, na contemporaneidade, a localidade tem mais a função de cenário de certo saudosismo do que de uma origem de saberes específica, portanto demarcadora de certas qualidades produtivas ou de manifestações culturais próprias destas cidades, Pratânia e Araçatuba.

Nessa perspectiva, na qual o mercado revisita o passado dentro de uma lógica do consumo, conclui-se que essa localidade se torna apenas um suporte

cenográfico do consumidor ou turista que busca a experiência de um passado idealizado. Uma importante conclusão pode ser extraída desse fenômeno: para os núcleos de produção dessas localidades, ele é só relativamente significativo à medida que pouco recupera da noção de valor cultural nessa procura do público por um turismo de consumo.

Em tal contexto, esses núcleos de produção, junto a diversos outros, são inseridos num imaginário coletivo construído dentro das estratégias de incentivo ao turismo, sem vínculo mais estruturado com aquilo que dá valor à sua existência: a especificidade de sua criação e produção e sua história local. São assim associados de modo confuso e contraditório a símbolos pouco ou mal definidos de sua localidade. Considere-se, por exemplo, o que vêm fazendo algumas políticas públicas de reconhecimento a produções e expressões culturais como patrimônio imaterial. Desse modo, conclui-se que as empresas atualmente não se beneficiam significativamente desse fenômeno.

Já ao longo da análise da evolução histórica das empresas, percebe-se que foram diversos os fatores que contribuíram para que permanecessem operantes no mercado da moda no interior paulista – por mais de 50 anos, no Ateliê Marlene Brandão, e 80 anos, na Prata Couro. Entre eles, destaca-se o próprio processo artesanal incorporado em suas confecções, associado às suas marcas e à tradição de confecção de vestuários específicos sob medida.

Outro fator é a capacidade de seus criadores de adaptação às condições e crises de cada período, por possuírem conhecimento completo de seus processos artesanais, bem como o domínio de todas as etapas que envolvem a produção, dos processos e estrutura de produção até a divisão e distribuição de trabalho, permitindo ajustá-los. Da inter-relação de setores para a produção, da seleção de fornecedores de materiais associados à preservação da qualidade, da coordenação de funções e relações nas empresas, das formas de disseminação de conhecimentos específicos dos funcionários – para estarem aptos tanto à produção artesanal quanto à manufatura–, pode-se verificar, inclusive, que aqueles que receberam capacitação como aprendiz de mestre puderam abrir seu próprio negócio, donde se constata a presença do domínio de todas as etapas da produção.

Destaca-se, ainda, o conhecimento do público-alvo e de suas aspirações estéticas e sociais, o que permite o controle de gestão para a adequação ao mercado, conforme mudanças econômicas e culturais da clientela no decorrer

tempo. A comunicação usada para as vendas no material de divulgação de ambas as empresas se caracteriza pelo discurso direto e simples, focado nos produtos, com pouco sentido de manipulação de símbolos, demonstrando integração com esse público.

Não se destacam, na trajetória de ambas as empresas, inovações tecnológicas ou estéticas, o que prova que sua longa permanência no mercado não dependeu desse fator.

Constata-se a carência das organizações desse porte por políticas públicas que prestem apoio na área de gestão, oferecendo capacitação em processos de criação e de técnicas artesanais ou orientação didática de capacitação em artesanato. As orientações e consultorias oferecidas por serviços públicos em geral focam no setor produtivo, na comercialização e no marketing visando à lucratividade. Averigua-se uma carência de diagnósticos de órgãos ligados às políticas públicas para o aprimoramento sistêmico de uma cadeia produtiva com qualidade local e nacional, e o estabelecimento de redes de interesses na dimensão tanto dos setores produtivos de pequenas empresas locais quanto do setor artesanal. Constata-se, ao finalizar esta pesquisa, que a transformação da realidade daqueles que trabalham com o artesanato diversificado e têxtil depende de ações conjuntas de âmbito privado e público: de políticas públicas, das universidades, da sociedade civil e das representações comerciais e de produção de moda e de artesanato.

Uma referência é o mercado da moda de luxo praticado em alguns países da Europa e no Japão. A empresa Chanel, sua filial Paraffection e a Hermès (na França), a Fendi (na Itália) e Issey Myake (no Japão) têm trabalhado com grupos de artesanato tradicionais de excelência em vias de desaparecimento, em projetos para sua preservação como patrimônio cultural imaterial, reunindo ou comprando os ateliês de artesanato e criando espaços de produção e de venda de serviços e de fruição para atrair o turismo local. À parte de uma ação de caráter cultural de construção de valor, as empresas divulgam o universo dessas técnicas artesanais associadas às suas marcas.

O contexto do artesanato e da moda no Brasil não oferece as condições estruturais a esse tipo de ação, e seria ingênuo pensar na simples transferência desses moldes internacionais ao país. Contudo, foram apontados neste trabalho exemplos de propostas, contemporâneas e brasileiras, em diferentes estágios da construção do valor do fazer artesanal e a iniciativa de diversas organizações não

governamentais, de associações de artesãos, designers e estilistas que defendem essa causa. Vale mencionar também casos como o das rendeiras de renda irlandesa de Sergipe, das rendeiras de bilro do Piauí, das rendeiras de renda renascença da Paraíba, das bordadeiras Matizes Dumont, de Minas Gerais, entre outras. De igual modo, se faz necessário prosseguir com o aprofundamento dessa discussão a partir da conexão regional e nacional das cadeias produtivas com designers de moda, estilistas, universidades, entre outros agentes, sob a orientação de novas políticas públicas, mais adequadas para tal empreitada.

Pudemos verificar que as empresas estudadas não abordam os vários aspectos contemporâneos que se relacionam na integração entre DMA apresentados nessa pesquisa, mas os aplicam direta ou indiretamente, tais como:

- A diluição de fronteiras e ruptura dos paradigmas entre as áreas e os saberes do **DMA**;
- A troca ou a transferência de saberes formais e informais, técnicos, criativos e culturais;
- A valorização do local, da memória, da identidade, da subjetividade, do simbólico, do artesanal;
- As relações entre a alta e a baixa tecnologia, entre os processos mecânicos e manufaturados;
- A integração das práticas tradicionais com as práticas criativas e projetuais contemporâneas;

Uma proposta para a comunidade científica das áreas do design e da moda é fazer uma aproximação entre suas pesquisas e o universo dos artesãos por meio de trocas técnicas e culturais e, também, do desenvolvimento de metodologias de aplicação do conhecimento técnico, bem como de instrumentos para sistematizar e compartilhar essas metodologias com os artesãos envolvidos, além de registrá-las para a preservação da memória e auxílio a novos processos e projetos.

## REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. **O que é o contemporâneo e outros ensaios**. 4. ed. Chapecó: Argos, 2009. 92 p.

ALDO, G. **Grande Dicionario Italiano**. Milano: HOEPLI Multimedia, s/d. Disponível em: <[http://www.grandidizionari.it/Dizionario\\_Italiano/parola/A/artigiano.aspx?query=aartigiano](http://www.grandidizionari.it/Dizionario_Italiano/parola/A/artigiano.aspx?query=aartigiano)>.

ANASTASSAKIS, Z. **Dentro e fora da política oficial de preservação do patrimônio cultural no Brasil**: Aloisio Magalhães e Centro Nacional de Referência Cultural. 2007. 156. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) -Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

ANASTASSAKIS, Z. **Triunfos e impasses**: Lina Bo Bardi, Aloisio Magalhães e a institucionalização do design no Brasil. 1ª. Rio de Janeiro: Lamparina, FAPERJ, 2014. 256 p.

ANTONELLI, P. Fernando e Humberto Campana e o design internacional. In: CAMPANA, H.; CAMPANA, F. **Campanas**. São Paulo: Bookmark, 2003.472 p.

ANTONELLI, P. Nothing cooler than dry. In: REMAKERS, R.; BAKKER G. **Spirit of the Nineties**. Rotterdam: 010 publishers, 1998. p. 12-15. 140 p.

ARTESOL. **Tipos de artesanato**. São Paulo: Artesanato Solidário, 2011. Disponível em: <<http://artcsol.org.br/artesanato-brasileiro/valor-da-tradicao/tipos-de-artesanato/>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

AVELAR, S. **Moda, globalização e novas tecnologias**. 2. ed. Rio de Janeiro: Senac RJ, 2011. 180 p.

BARDI, L. B. **Tempos de grossura**: o design no impasse. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1980. 80 p.

BASTIAN, W. **Campanas criam com inspiração no cangaço**. São Paulo, 3-13 p, abril, 2015. Disponível em: <<http://casavogue.globo.com/Design/Gente/noticia/2015/04/campanas-criam-com-inspiracao-no-cangaco.html>>. Acesso em: 10 maio 2016.

BERRY, J. The Atelier and the Apartment: The Interior Spaces of Coco Chanel. In: FASHION EXPLORING CRITICAL ISSUES, 5. 2013, Oxford. **Anais...** Oxford, UK: Harris Manchester College, September 2013. 1-10 p.

BOMFIM, G. A. O que vê o objeto que me olha? In: COUTO, R. M. S.; FARBIARZ, J. L.; NOVAES, L. (Ed.). **Gustavo Amarante Bomfim**: uma coletânea. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014. v. 1. p.87-108.

BOMFIM, G. A. Sobre a possibilidade de uma teoria do design. In: COUTO, R. M. S.; FARBIARZ, J. L.; NOVAES, L. (Ed.). **Gustavo Amarante Bomfim: uma coletânea**. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014. p. 13-21.

BOMFIM, G. A.; PORTINARI, D. B. Epistemologia do design. In: COUTO, R. M. S.; FARBIARZ, J. L.; NOVAES, L. (Ed.). **Gustavo Amarante Bomfim: uma coletânea**. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014. p. p. 111-126.

BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011. 270 p.,v. 1.

BÜRDEK, B. E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Editora Blucher, 2006. 496 p.

BÜTTNER, A. J.; FARIA, J. N.; NAVALON, E. Design e moda no século XIX: princípios e valores do movimento de Artes e Ofícios e da Alta-costura. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 9. 2010, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2010.

CALEFATO, P. **The clothed body**. London: Berg, 2004. 176 p.

CALLAN, G. O. H. **Enciclopédia da moda de 1840 à década de 90**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. 359 p.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidad**. Mexico: Editorial Grijalbo, 1989. 389 p.

CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012. 264 p.

CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2008. 238 p.

CARVALHO, A. P. L. A moda do prêt à porter dos anos cinquenta: permanências e mudanças culturais. **Revista Vozes em Diálogo**, Itajaí, v. 1, n. 3, p. 1-16, 2009.

CASTILHO, K.; VICENTINI, C. G. **O corte, a costura, o processo e o projeto de moda no re-design do corpo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

CAVALCANTI, B. C. Costume, tradição, consumo: notas sobre identidade cultural e mercado. In: ARTESOL. **Olhares itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo de tradição**. 1ª. São Paulo: Artesanato Solidário/Artesol, 2005. p. 51-61.

CHAUD, E. M. Práticas cotidianas: a poética do fazer costura..In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 6., 2010, Salvador. **Anais...** Salvador: Facom-UFBa, 2010. p.1-11

CIDREIRA, R. P. A moda como expressão cultural e pessoal. **Iara Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 3, n. 4, p. 228-244, 2010.

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO - UNCTAD. Relatório de economia criativa. São Paulo: Itaú Cultural, 2010.

CRANE, D. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006. 499 p.

CRESTO, L. J.; QUELUZ, M. L. P. Análise semiótica na compreensão de aspectos culturais do design. **Projética**: Revista Científica de Design-UDEL, Londrina, v. 2, n. 2, p. 9, 2011.

CRESWELL, J. W. **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. 4. ed. California, EUA: SAGE, 2014. v. 1

CUNHA, J.; SILVEIRA, E. O artesanato urbano e sua relação com o artesanato tradicional e o design. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, 6. 2011, Minho. **Anais...** Minho: UMinho, 2011, p.1-4.

CUNHA, L. A. Industrial-manufacturing education in Brazil. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 14, p. 89-107, 2000.

DANTAS, M. A juventude como protagonista no consumo de produtos culturais: 50 anos da Jovem Guarda. **Interfaces Científicas**: Humanas e Sociais, Aracajú, v. 4, p. 109-120, 2015. Edição Especial Contextos da Cultura.

DEFORGE, Y. Avatars of design: design before design. In: In: MARGOLIN, V., BUCHANAN, R., **The Idea of design**. A design Issues Reader. Cambridge: The MIT Press, 1996. P.21-8

DORFLES, G. **Modas & modos**. 2. ed. Lisboa: Edições 70, 1979.

ESPÍNDOLA, H. Plano Setorial do Artesanato aberto a consulta pública. **Comunicação/ Secretaria da Economia Criativa /MinC**, Brasília, set, 2014. Disponível em: <<http://culturadigital.br/artesanato/balanco-da-consulta/>>. Acesso em: 25 nov. 2016.

ESTRADA, M. H. Vocabulário brasileiro. In: CAMPANA, H.; CAMPANA, F. **Campanas**. São Paulo: Bookmark, 2003.

FAVARETTO, C. F. Transformação em processo. **Revista Entre Ideias**: Educação, Cultura e Sociedade, São Paulo, v. 1, n. 1, p., 2012.

FEATHERSTONE, M. **Cultura do consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERNANDES, L. P. **Produções de casamento contemporâneas**: educação, cultura e gênero. 2014. 137 f. Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pós graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

FIEMG. **Minas Trend quer ampliar negócios**. Belo Horizonte: Minas Trend, 2014.

GAIGER, L. I. et al. **A economia solidária no Brasil: uma análise de dados nacionais**. São Leopoldo: Oikos, 2014. 160 p.

GILLIGAN, I. The Prehistoric Development of Clothig: Archaeological Implications of a Thermal Model. **Journal of Archaeological Method and Theory**, Abingdon, v. 17, n. 1, p. 15-80, jan. 2010.

GORINI, A. P. F. Panorama do setor têxtil no Brasil e no mundo: reestruturação e perspectivas. **BNDS SETORIAL**, Brasília, v. 12, p. 17-50, 2000.

GUIDOLIN, S. M.; COSTA, A. C. R.; ROCHA, É. R. P. Indústria calçadista e estratégias de fortalecimento da competitividade. **BNDS Setorial**, n. 31, p. 147-184, 2010.

HARVEY, D. **The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change**. Oxford: Blackwell, 1989. 378 p.

HESKETT, J. **Design**. São Paulo: Ática, 2008.

HOWARTH, D. Campana brothers' base Cangaço furniture on Brazilian bandits' clothing. **Dezeen**, London, 2015. Disponível em: <<https://www.dezeen.com/2015/12/02/cangaco-collection-furniture-campana-brothers-firma-casa-gallery-design-miami-2015/>>.

HOUAIS, A. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Histórico de Araçatuba/São Paulo-SP**. Brasília, 2016. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/1H8J>>. Acesso em: 20 out. 2016.

INGOLD, T. The temporality of the landscape. **World archaeology**, Cambridge, v. 25, n. 2, p. 152-174, 1993.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL - IPHAN. **Convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial**. Brasília, DF: MinC, 2009. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br/baixaFcdAnexo.do?id=4718>>. Acesso em: 9 fev. 2015.

ITALIANO, I. C. **O vestuário no Brasil do século XIX e sua modelagem: pesquisa e reprodução de vestuário para a criação de trajes de cena**. 2012. Tese (Pós-doutorado em Têxtil e Moda) Escola de Artes Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, 2012.

JAMESON, F. Pós-modernidade e sociedade de consumo. **Novos Estudos Cebrap**, São Paulo, v. 12, p. 16-26, jun. 1985.

KUBRUSLY, M. E.; IMBROISI, R. **Design de fibra artesanato têxtil no Brasil**. Rio de Janeiro: Senac, 2011. 207 p.

KUME, N. Y. **Texturas plissadas em materiais têxteis: artesanato, técnica e tecnologia.** 344 f. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

LEES-MAFFEI, G.; SANDINO, L. Dangerous Liaisons: Relationships between Design, Craft and Art. **Journal Design History**, Oxford, v. 17, n. 3, p. 1-16, 2004.

LEITE, R. P.; ARTESOL. Projeto artesanato, tecnologia social e desenvolvimento social no Baixo São Francisco. Aracaju: Artesanato Solidário, 2003.

LEITE, R. P. Modos de vida e produção artesanal: entre preservar e consumir. In: ARTESOL. **Olhares itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição.** São Paulo: Artesanato Solidário/Artesol, 2003, p. 27-41.

LIMA, R. G. Artesanato de tradição: cinco pontos para discussão. In: ARTESOL. **Olhares itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição.** São Paulo: Artesanato Solidário/Artesol, 2003, p. 13-26.

LIPOVETSKY, G. **Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, G.; SEBASTIEN, C. **Os tempos hipermodernos.** São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

LÖBACH, B. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais.** São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

LOBO, T. Directions towards sustainability through higher education. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DA UNIDCOM/IADE, 8<sup>th</sup>, 2015, Lisboa. **Anais...** Lisboa: IADE- Creative University/Edições IADE, 2015. 75-82 p.

MAGALHÃES, A. **E Triunfo?** A questão dos bens culturais no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985. 263 p.

MARANGONI, G. Anos de 1980, década perdida ou ganha? **Ipea- Desafios do desenvolvimento**, Brasília, Ano 9. Edição 72, jun, 2012, Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2759:catid=28&Itemid=23](http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=2759:catid=28&Itemid=23)>. Acesso em: 31 out. 2016.

MAZANTI, L. Re-reading the Functional: A new position for contemporary craft (or, is there a craft after tacit?). In: CHALLENGE CRAFT, 8<sup>th</sup>-10<sup>th</sup>, 2004, Aberdeen. **Anais...** Aberdeen: Gray's School of Art, 2004. 1-32p

MAZANTI, L. Super Objects: Craft as an aesthetic position. In: BUSZEK, M. E. (Ed.). **Extra/Ordinary: Craft and contemporary art.** Durham: Duke University Press, 2011. p. 59-82.

MAYNARD, M. An Interview with Margaret Maynard. **The Fashion Archives**, Brisbane, v.1, Aug 2013. Disponível em:

<<http://thefashionarchives.org/?tfaqanda=margaret-maynard>> Acesso em: 27 mar. 2016.

MELLO, M. C.; SABACK, V. Moda, corpo e aparência. **Revista Cultura Visual**, Salvador, n. 11, p. 35-45, 2008.

MENEZES, M. S.; SPAINE, P. A. A. Modelagem plana industrial do vestuário: diretrizes para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado. **Projética: Revista Científica de Design-UEL**, Londrina, v. 1, n. 1, p. 82-100, 2010.

METCALF, B. Contemporary craft: a brief overview. In: JOHNSON, J. (Ed.). **Exploring contemporary craft: history, theory & critical writing**. Toronto: Coach House Books and Harbourfront Center, 2002.

MINISTÉRIO DA CULTURA, BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014**. 2. ed. Brasília, DF: Ministério da Cultura, 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO, BRASIL. **Turismo investe R\$ 57 milhões em centros de artesanato**. Brasília: Ministério do Turismo, 2013. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/2971-turismo-investe-r-57-milhoes-em-centros-de-artesanato.html>>. Acesso em: 25 set. 2016.

MOURA, M.; CASTILHO, K. Moda e design: linguagens contemporâneas na construção teórica e crítica. **Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, 2013.

MOURA, M. Interdisciplinaridades no design contemporâneo. In: MENEZES, M.; PASCHOARELLI, L. C.; Moura, M. (Org.). **Metodologias em design: inter-relações**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011. v. 1, p. 274-290.

MOURA, M.; LAGO, L. Ensino e pesquisa científica no design e na moda no Brasil: caminhos que se cruzam e se realimentam. In: MATTOS, M. F. S. C. (Org.). **Pesquisa e formação em moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. p. 37-67.

MOURA, M. O contemporâneo no design brasileiro. In: CONGRESO INTERNACIONAL DE DISEÑO, 2012, Córdoba. **Anais...CIDi2012**. Córdoba: 2012.

MOURA, M. **O design de hipermídia: o que é design?** 165 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2003.

OLIVEIRA SANTOS, H. Moda e economia criativa: políticas culturais no Brasil contemporâneo. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 50, n. 3, p. 194-205, 2014.

OSTROWER, F. Caminhos intuitivos e inspiração. OSTROWER, F. In: **Criatividade e processo de criação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Petrópolis, 1978. p. 196.

PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO - PAB. **Base Conceitual do Artesanato Brasileiro**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2012. Disponível em: <[http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl\\_1347644592.pdf](http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1347644592.pdf)>. Acesso em: 15 mar. 2016.

PAULA, T. C.T. de. Tecidos no museu: argumentos para uma história das práticas curatoriais no Brasil. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 253-298, dec. 2006.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Brasil comemora marca de 5 milhões de MEIs**. Brasília: Portal do Empreendedor, 2015. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/noticias/noticias-do-portal/brasil-comemora-marca-de-5-milhoes-de-meis>>. Acesso em: 11 jul. 2016.

PRECIOSA, R.; AVELAR, S. Moda sob a ótica da disciplina e do controle: algumas considerações. **Ciência e Cultura**, Campinas, v. 62, n. 2, p. 26-28, 2010.

RAMAKERS, R.; BAKKER, G. **Droog Design: Spirit of the Nineties**. [S.I.]: 010 Publishers, 1998. 140 p.

RINALDI, R. M. **A intervenção do design nas superfícies projetadas**: processos multifacetados e estudos de caso. 204 f. Tese (Doutorado em design) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2013.

RISATTI, H. **A theory of craft function and aesthetic expression**. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2007.

SANTOS, G. P. Confecções depois do desmanche. **Textile Industry- Industria têxtil e do vestuário**, p. 2, de maio de 2011.

SASAOKA, S.; MENEZES, M.; MOURA, M. A renda artesanal e suas aplicações na moda. In: COLÓQUIO DE MODA, 10º, 2014, Caxias do Sul. **Anais...**, Caxias do Sul: ABEPEM, 2014. p.1-10

SASAOKA, S.; MOURA, M.; LANDIM, P. DA C. O design e o artesanato na economia. Economia criativa ou solidária? In: COLÓQUIO DE MODA, 12º, 2016, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: ABEPEM, 2016. p.1-12.

SASAOKA, S.; PINHEIRO, O. J. Política pública de apoio ao artesanato como alternativa de geração de renda: integração entre bordadeiras e empresas de moda. **e-Revista LOGO**, Florianópolis, v. 4, n. 2, p. 83-93, 2015.

SCHNEIDER, B. **Design-uma introdução**: o design no contexto social, cultural e econômico. São Paulo: Blucher, 2010.

SEBRAE; MASCÊNE, D. C. **Termo de referência atuação do Sistema SEBRAE no artesanato**. Brasília: SEBRAE, 2010. Disponível em: <<http://artesanatosebrae.blogspot.com.br/2010/04/termo-de-referencia-para-atuacao-do.html>>. Acesso em: 19 maio de 2016.

SENNETT, R. **The craftsman**. New Haven: Yale University Press, 2009.

SETHI, R.; DUQUE DUQUE, C.; VENCATACHELLUM, I. **Designers meet artisans: a practical guide**. New Delhi: Unesco & Craft Revival Trust; Artesanias de Colombia S.A., 2005. v. 1.

SILVA, R. A. R.; VALENÇA, M. C. A. Terceirização e Quarteirização: indicativos estratégicos para implementação. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 21º, 1997, Rio das Pedras. **Anais...** Rio das Pedras: ANPAD.1997. p. 1-15.

SIMILI, I. G. Lições de moda na política: as indumentárias do casal Vargas nas festividades. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA, 4º, 2009, Maringá. **Anais...** Congresso Internacional de História. Maringá: UEM, 2009.

SINGER, P. A recente ressurreição da economia solidária no Brasil. In: SANTOS, B. S. (Ed.). **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SILVA, E. K. R. A relação entre designers de moda e artesãos na perspectiva da educação emancipatória. **Revista Dobras**, São Paulo, v. 9, p. 76-87, 2016

SOARES, P. M. **Abertura comercial: setor têxtil por um fio- Avaliação dos impactos do processo de abertura comercial sobre o setor têxtil e as estratégias de adaptação**. 124 p. Dissertação (Mestrado em Administração em empresas) - Faculdade Getúlio Vargas GV/Escola de Administração de empresas de São Paulo, São Paulo, 1994.

SOUZA, J. T. **Dicionário Têxtil: Engenharia têxtil**. Natal: Engetextil, 2014.  
Disponível em: <<http://www.engetextil.com.br/engetextil.htm#28>>. Acesso em: 10 dez. 2016

STOUT, D.; CHAMINADE, T. Making tools and making sense: complex, intentional behaviour in human evolution. **Cambridge Archaeological Journal**, Cambridge, v. 19, n. 1, p. 85-96, 2009.

SUZUKI, M. **Movimentos do design como recursos culturais: a nova tendência nos países latino-americanos**. Tóquio: Suiyosha, 2013. (Coleção Cultura e Formação de Cidades).

SVENDSEN, L. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

UNESCO. Definição de produtos artesanais. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE O ARTESANATO E O MERCADO INTERNACIONAL: COMÉRCIO E CODIFICAÇÃO ADUANEIRA, 1997. Manila. **Anais...** Manila: Unesco, 1997.

VASQUES, R. S. Moda brasileira e a Feira Nacional da Indústria Têxtil (FENIT). In: **Revista Histórica**, São Paulo, v.1, n.53, p.1-10, abr. 2012.

VERAS, E. K. R. Crochê e Richelieu: Traços Culturais no Design Brasileiro. In: ENCUESTRO LATINOAMERICANO DE DISEÑO, 2009, Buenos Aires.. **Anais...**

Buenos Aires: Actas de diseño. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo, 2009.

WALDECK, G. **Espedito Seleiro**: da sela à passarela. Rio de Janeiro: Museu de Folclore Edison Carneiro/IPHAN, 2012. 35 p.

WANDERLEY, R. G. **Gestão do conhecimento aplicada a comunidades produtivas artesanais**. Tese (Doutorado em design) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2015.

WR SÃO PAULO. Faça você mesmo. **WR São Paulo feiras e congressos**, São Paulo, mar, 2012.

YAHN, C. Inverno 2016 RTW/ SPFW Fernanda Yamamoto. **Fashion Forward-Desfiles**. São Paulo, out, 2015. Disponível em: <<http://ffw.com.br/desfiles/sao-paulo/inverno-2016-rtw/fernanda-yamamoto/1542959/>>. Acesso em: 15 maio 2016.

YAMAMOTO, F. Histórias rendadas. São Paulo: Fernanda Yamamoto, 2015. Disponível em: <<http://fernandayamamoto.com.br/historiasrendadas/saiba-mais/>>. Acesso em: 13 maio 2016.

## APÊNDICE

### ROTEIRO PARA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Nome da empresa
Nome fantasia
Endereço
Entrevistado:
Função:
Data:

1. Como se deu a criação da empresa? Há registros fotográficos e artigos?
2. Como se organizam os espaços da empresa: loja, fábrica, etc.?
3. Como era organizada no início?
4. Como se estrutura e empresa e a hierarquia de trabalho hoje?
5. Quantas pessoas trabalham internamente e externamente? Há prestadores de serviços, terceirizados?
6. Seus produtos incorporam processos artesanais?
7. Que produtos confeccionam hoje? Pode falar de produtos que confeccionaram antes? Tem registros? O que fez com que a linha de produção fosse modificada?
8. Tem algum produto que representa o “carro-chefe” da empresa?
9. Quais são as etapas que existem da criação à prateleira? E a distribuição?
10. Que tipo de planejamento se faz para definir uma linha de produtos?
11. Como se definem os diferentes tamanhos numa linha de produção?
12. A matéria-prima vem de onde?
13. O que mais tem impactado na formação dos preços? Como se faz o cálculo das peças?
14. Qual seria o maior preço e o menor?
15. Qual é o ponto que mais dificulta o fluxo de produção?
16. Como os clientes ficam sabendo dos novos lançamentos?
17. Que meios de comunicação usa para divulgar e promover os produtos?

18. Quem são os clientes? Qual é a faixa etária deles?
19. Como procura manter a identidade da sua marca?
20. O que simboliza o logotipo da empresa e como se chegou a ele?
21. Qual é o meio mais eficaz para a empresa divulgar seus produtos ao público?  
Imagens, palavras, eventos?
22. Como superou as crises econômicas pontuais? A era Collor? A entrada de produtos chineses?
23. Quem cria os produtos atualmente?
24. Que temas têm inspirado as criações?
25. Como se define a paleta de cores e tecidos, materiais, etc.?
26. As coleções acompanham as quatro estações do ano?
27. O que é especialmente ensinado ou que técnicas são aprendidas dentro da empresa?
28. Como se dá o aprendizado de novas técnicas e procedimentos artesanais das equipes?
29. E as modelagens, estão todas arquivadas? Os funcionários aprendem a fazer novas modelagens?
30. Quem ensina as costuras e bordados? Como se ensina?