

Questões de identidade: a influência do artesanato brasileiro em seu design contemporâneo

Actas de Diseño (2021, diciembre),
Vol. 35, pp. 230-233. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2015
Fecha de aceptación: agosto 2016
Versión final: diciembre 2021

Yasmin Fernandes e Amilton Arruda (*)

Resumo: No mundo pós-moderno, onde a informação é trocada em questão de segundos e a capacidade produtiva é acessível a todos, a produção de objetos massificados e estéreis é realidade. Designers procuram destacar seu produto da multidão, e o desejo de diferenciação também está presente nos consumidores, que querem externar sua personalidade através do que possuem. Muito se fala da identidade como o fator de distinção entre os produtos, seja de uma empresa ou de um país, e uma recorrente fonte de inspiração é a cultura popular materializada em artefatos artesanais. Assim sendo, o objetivo deste artigo é trazer à luz a influência do artesanato no projeto de produto, suas relações com o de design e seu papel na construção da identidade do Brasil.

Palabras chave: Identidade - Artesanato - Design - Objeto - Produto.

[Resumos em espanhol e inglês e currículo na p. 233]

Introdução

A realidade do cenário complexo, fluido, dinâmico e de difícil compreensão, faz com que o mercado seja estimulado com inovações e utilize o design como ferramenta de distinção dos produtos numa velocidade sem precedentes. A mudança na hierarquia das necessidades humanas e a valorização de aspectos considerados secundários no desenvolvimento de produto –questões afetivas e emocionais– faz com que tais características subjetivas sejam “projetáveis”, elevando seu significado e significância (Moraes, 2006). A carga que o produto artesanal ou o que ele representa para o brasileiro apresenta-se como artifício para tal distinção. Muito se discute sobre uma identidade como característica quase palpável e pura nos produtos, é desejado o conceito de uma identidade nacional. Hall (2003) explica o conceito de identidade nacional como o de uma comunidade imaginada, simbólica, já que a nacionalidade do indivíduo não é um atributo inerente ao ser humano.

Além de comportar-se como indivíduo independente, o homem necessita identificar-se como parte de uma organização, de um grupo, e perceber-se como pertencente à uma nação caracteriza-se como uma das principais fontes de identidade cultural. A “brasilidade”, conjunto de características e significados que possibilitam a identificação e geram o sentimento de pertença, é bastante ampla, já que o Brasil é um país de proporções continentais e recebeu influência de diversas culturas ao longo de seu desenvolvimento. Moraes (2006) fala da formação multicultural, multireligiosa e multiétnica do Brasil, que o levou a um sincretismo impregnado em sua cultura, refletido numa diversidade estética, simbólica e icônica. Neste contexto, reflete sobre bagagem rica que observamos nos ritos religiosos, na culinária, nas danças e no folclore. Tomando a cultura popular como uma de suas expressões, e mais especificamente a sua materialização em artefatos artesanais, o presente trabalho procura levantar alguns pontos da complexa relação do artesanato como fonte recorrente de inspiração para o design nas

últimas décadas, suas relações e como a atividade está ligada à noção de identidade nacional.

Design e artesanato

É difícil separar a história do design com a do artesanato. Na Idade Média, não havia a divisão do trabalho intelectual e do trabalho manual na produção de objetos de uso. O saber da prática era transmitido entre as gerações, e a qualidade estética do produto dependia do talento do artesão. Bomfim (1998, p. 51) destaca que o artesanato seguia por normas rígidas, e que a “expressão da personalidade de um determinado artesão era não só desnecessária como indesejável”. Um pouco mais tarde, com o surgimento da atividade do projeto, os “Mestres da Forma” (considerados os antepassados dos designers) especializam-se em atividades científicas e artísticas, e é neste período que começa a separação do acadêmico e do trabalho manual (artesãos).

Com o seu surgimento na Revolução industrial, o design afastou-se consideravelmente do artesanato. “A história da origem do design no Brasil também segue similar trajeto de distanciamento e, em alguns momentos até de negação” (Santana, 2012). Como esclarece Bomfim, os fatores políticos, econômicos e sociais da época em que surgiu no Brasil, que favoreciam a área tecnológica e que priorizavam as atividades que promovessem o progresso, fizeram com que designers evidenciassem a questão técnica e adotassem a postura do funcionalismo, importando ideais de outras nações.

Apesar dos esforços de Lina Bo Bardi e Aluísio Magalhães, pioneiros na reflexão acerca do diálogo entre artesanato e design, é apenas a partir das décadas de 1980 e 1990 que o Brasil começa uma tímida aproximação. Neste período o artesanato passou a fazer parte de discussões no âmbito do poder público, privado e da academia. Bonsiepe (2010) recomenda que para compreender essa manifestação do

artesanal e de identidade no design sejam elencadas as diferentes formas de materialização, como:

- Conjunto de elementos de configuração formal
- A especificidade de um produto para determinada cultura
- Utilização de materiais locais e processos de fabricação adequados
- Método projetual próprio, baseado na tradição

O Artesanato no Brasil

A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas e de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social (Unesco, 1997).

O artesanato que ocorre no Brasil e na América Latina é descrito por Borges (2011) como uma atividade em geral exercida coletivamente, entre vizinhos ou familiares e que podem ser produzidos em série. Como no design, as peças são projetadas para cumprir determinado uso e dependem da matéria prima e do processo de fabricação, podem ser transmitidas através das gerações na família, aprendida na comunidade em que estão inseridos ou até mesmo uma nova técnica “inventada”. Segundo dados da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (Munic, 2006), 64,3% dos municípios brasileiros possuem algum tipo de atividade artesanal, de grande importância para a ocupação e geração de renda do país. As definições que diferenciam os diversos tipos de artesanato e os distinguem de arte popular serão deixadas de lado, pois não são essenciais para a discussão.

Tipologias

Em seu *dicionário do artesanato popular brasileiro*, Raul Lody (2013) lista vários termos coletados durante sua experiência na pesquisa do artesanato, provenientes de todas as regiões do Brasil. Dentre as tipologias apresentadas, foram selecionadas cinco categorias para ilustrar a presença dos elementos artesanais nos produtos desenvolvidos por designers brasileiros na atualidade.

Couro

O couro como matéria prima sempre foi abundante no território brasileiro, depois de beneficiado era usado na confecção de uma sorte de produtos. Do sul ao nordeste estava presente das selas dos cavalos à indumentária do cangaceiro, grupo nômade que fazendo uso de violência resistia às dificuldades impostas pela política latifundiária no castigado sertão brasileiro. Inspirado no trabalho do artesão Espedito Seleiro, o designer Rodrigo Almeida desenvolveu a luminária Carcará. A peça faz parte de seu trabalho junto ao *Armorial Design Group*, união de renomados designers brasileiros que reverenciam o Movimento Armorial. Tal movimento foi criado na década de 1970, e tinha como objetivo exaltar a cultura nordestina.

Espedito reproduz em seu trabalho a minúcia dos adornos que aprendeu com o pai –responsável por acessórios de Lampião e seu bando, os mais famosos cangaceiros– que por sua vez também teve o ofício ensinado por seu pai. O trabalho do artesão vem sido reconhecido por vários setores, e em 2011 produziu calçados em parceria com a grife Cavallera, exibidos em desfile na *São Paulo Fashion Week*. Recentemente teve sua trajetória exposta no Museu do Couro, localizado no estado do Ceará.

Tecido

Segundo levantamento de Lody (2003), os colonos portugueses trouxeram para o Brasil o tear vertical, que rapidamente foi assimilado por muitas tribos indígenas nativas. Os africanos também deixaram sua contribuição técnica nesta modalidade. Podemos encontrar peças tecidas, geralmente em algodão, em vários produtos do vestuário e do ambiente doméstico. Dentre eles destacam-se o pano de prato - quase sempre detalhado artesanalmente, tapetes, toalhas e redes. Os irmãos Umberto e Ricardo Campana utilizaram as bonecas de pano confeccionadas por artesãos da cidade de Esperança para compor sua poltrona *Multidão*. Conhecidos por utilizarem várias referências do cotidiano do brasileiro, os designers conquistaram reconhecimento internacional por seu trabalho. No entanto, o preço de suas peças não é acessível para o público que lhes serve de inspiração, a exemplo da poltrona *Favela*, composta por pedaços de madeira sobrepostos de maneira que simulem a estética dos barracões. Um paliativo para tal situação é a adaptação das suas criações para modelos de calçados de plástico que desenvolvem junto à empresa Melissa, mais próximos ao poder de compra de quem não pode consumir produtos com status de obras de arte.

Fibras trançadas

As sociedades indígenas locais já dominavam a técnica e continuam sua tradição na produção de cestaria. Recursos naturais para a feitura das peças são abundantes em toda a extensão do país. O repertório dos europeus, africanos e orientais também contribuíram para uma variedade de objetos utilitários cotidianos, como esteiras, cestos diversos e peneiras. Em trabalho com uma comunidade indígena da Amazônia, o designer Sérgio J. Matos desenvolve produtos com material local (fibra de tucum) e inspiração nos elementos da biodiversidade local, como a fruteira Uambé. Já a poltrona Caçuá possui estrutura inspirada no cesto de mesmo nome, manualmente trançado e feito de vime, cipó ou bambu, que geralmente é colocado no lombo de cavalos e burros para transportar cargas.

Madeira

Matéria-prima de grande ocorrência no artesanato brasileiro, favorecido ao longo dos anos pela diversidade de árvores na extensão do território nacional. Compõe o corpo de brinquedos populares como o pião, instrumentos como o pífono, base de instrumentos de percussão, das placas de xilogravura, utensílios da cozinha como o pilão e a colher de pau, esculturas religiosas e praticamente todos os segmentos que a cultura material abrange. Utilizando-se da feira tradicional como referência, o designer Sérgio J. Matos elege a colher de pau de produção

artesanal como elemento principal na composição de seu balanço Bodocongó.

Bordados e rendas

A renda chegou ao Brasil pelas mãos dos europeus, que por sua vez teve contato com algumas técnicas no oriente. As modalidades encontradas são a renda renascença e a renda de bilro. É usada como ornamento de vestimentas, roupas de cama e mesa, e de peças nas cerimônias religiosas.

Os bordados são geralmente confeccionados por mulheres, e grande parte de sua preservação se deu pelo costume da mulher prendada aprender a bordar seu próprio enxoval. Ainda é muito presente na ornamentação das casas brasileiras, valorizados por sua complexidade. A figura abaixo mostra uma peça do desfile de 2011 do estilista Ronaldo Fraga, que utilizou o trabalho de rendadeiras da Associação das Mulheres de Passira (AMAP), Pernambuco. Para efeito cênico no desfile, utilizou-se de adereços e maquiagens que remetem à figura do caboclo de lança, figura folclórica do estado.

Com a renda como referência, Marcelo Rosenbaum cria um conjunto de louça para a empresa Oxford e batiza a linha de Brasil. Além dos grafismos da renda, ele faz uso de outras representações da cultura popular, como a religiosidade personificada na figura de Iemanjá, desenhos das pinturas vernaculares de carroceria de caminhão e do manto do caboclo de lança, e a estampa da chita.

Interações

A respeito das atuais interações do artesanato com o design, Bonsiepe (2010) identifica algumas posturas para reflexão do que foi levantado. A utilização de elementos do repertório da arte popular para nortear o projeto de produtos que não serão necessariamente consumidos pela comunidade em que essa manifestação se origina, a exemplo das criações dos Campana, seria de caráter “estetizante”. O uso da mão de obra do artesão para a confecção de peças pelo designer classifica-se como “produtivista”, aqui representado pelo trabalho do estilista Ronaldo Fraga, que contrata constantemente o serviço de bordadeiras. Tal relação é mal vista pela tendência dessa negociação se tornar economicamente vantajosa apenas para um lado, mas como entusiasta da cultura popular o estilista já expôs na mídia que segura o crescimento de sua empresa para que continue trabalhando com mão de obra nacional, além de pagar o preço justo por seu trabalho. Já as ações de “incentivo à inovação” defendem a autonomia do artesão, objetivam a melhoria de suas condições de subsistência. A existência de programas e intervenções de design com essa proposta, por mais que bem-intencionadas, percorrem um caminho delicado. Designers como os já citados Sérgio J. Matos e Marcelo Rosenbaum interagem com artesãos através de projetos financiados por Organizações não governamentais e instituições como o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), conhecida por estudar e promover a atividade artesanal.

Mas até que ponto o ensino de uma técnica específica e a reprodução de um projeto de produto pronto irá pro-

mover de fato a independência de tais grupos? Bonsiepe (2010) destaca que a participação ativa dos produtores no processo é essencial para o caminho rumo à independência, não raro são relatados casos de tais programas não prosperarem, e em sua maioria por tais motivos.

Recentemente o Governo Federal através do Ministério da Cultura implantou a Secretaria de Economia Criativa (SEC), que tem por objetivo fomentar a cultura como estratégia para as políticas públicas, e nos quatro eixos elencados, estão inseridos o design e o artesanato.

Questões de identidade

Aloísio Magalhães e Lina Bo Bardi, pioneiros no estudo e mapeamento das atividades artesanais concordavam que era necessário o conhecimento da realidade das diversas camadas da população, aproximando-se do conceito de bem cultural. Adélia Borges (2010), que se dedica ao estudo da relação entre as atividades, ressalta que o artesanato e a cultura popular não são criados pela elite, originam-se de malabarismos e arranjos da população não privilegiada, materializa-se nas danças, na música tipicamente brasileira, na culinária e rituais religiosos. Essas manifestações eram em sua maioria marginalizados, principalmente se tinham origem da cultura africana. Foi assim com o samba, foi assim com a capoeira e com o candomblé. Ironicamente esses são elementos estereotipados da cultura brasileira para outros países, a feijoada, o prato criado por escravos com restos da casa grande, o samba como ritmo oficial do país e que foi criado por “malandros”. Ainda que tipicamente brasileiros, esses elementos são influenciados por diversos costumes que herdamos de diferentes povos, nossa brasilidade não é pura, a questão da preservação da “identidade nacional” de uma perspectiva protecionista seria ingênua.

Por mais que os conceitos de identidades nacionais sejam desconstruídos e desprezados por alguns antropólogos, a realidade pós-moderna com seu bombardeamento de novos produtos padronizados para todo o globo torna compreensível e quase justificável o desejo da construção de uma identidade, do sentimento de fazer parte de algum lugar. Utilizando-se desta demanda, é possível perceber a aplicação de referências nacionais e regionais nos produtos brasileiros desenvolvidos nas últimas décadas. Com relação à configuração formal dos objetos na ótica do design, Bonsiepe equivale o conceito de identidade ao de estilo para a história da arte. Bonfim (1998), utilizando o termo “tendência estética” para estilo conclui que a importância dada a um determinado estilo depende de variáveis temporais e contextuais. Afirma que o surgimento de uma nova tendência não significa o desaparecimento de outra, nem evita que a mesma tendência apareça de novo ao longo da história. Tal fenômeno pode ser comparado com a produção do vestuário, que com uma frequência determinada por motivos não tão nobres está em constante renovação, e as releituras de estilos passados fáceis de identificar.

As previsões do rumo da identidade cultural são lançadas de diferentes perspectivas. Dijon de Moraes (2006) aposta no aspecto multicultural do Brasil, possível por sua pacífica convivência entre as diferentes referências

culturais de diversos povos acumuladas durante sua história. Essa experiência seria um trunfo de fonte criativa em relação aos outros países que como ele informa, passam por dificuldades na decodificação de elementos na realidade pós-globalização. Já Adélia Borges (2011) recusa termos como multiculturalismo, hibridismo e sincretismo, a reinvenção do cotidiano pelo próprio povo dá conta de criar novas coisas, defende uma abordagem menos dependente da “alienação da cultura industrial”. De qualquer forma, a utilização de referências locais é vista de forma positiva e como ferramenta indispensável para o fortalecimento do design brasileiro e para sua distinção no mercado.

Referências

- Bomfim, G. A. (1998). *Idéias e formas na história do design*. João Pessoa: Editora Universitária UFPB.
- Bonsiepe, G. (2010). Identidade e contra-identidade no design. In: *Cadernos de estudo avançados em Design: identidade*, p. 63-73. Belo Horizonte: Editora da UEMG.
- Borges, A. (2011). *Design + artesanato: o caminho brasileiro*. São Paulo: Terceiro Nome
- Borges, A. e Barreto, C. (2010). *Pavilhão das Culturas Brasileiras: Puras misturas*. São Paulo: Terceiro nome.
- Celaschi, F. (2010). Design e identidade: incentivo para o design contemporâneo. In: *Cadernos de estudo avançados em Design: identidade*, p. 49-62. Belo Horizonte: Editora da UEMG.
- Hall, S. (2003). *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Löblich, B. (2001). *Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais*. São Paulo: Edgard Blucher
- Lody, R. (2013). *Barro & balaio: dicionário do artesanato popular brasileiro*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.
- Moraes, D. De. (2006). *Análise do Design brasileiro: entre mimese e mestiçagem*. São Paulo: Edgard Blucher.
- Moraes, D. De. (2008). Design e complexidade. In: *Cadernos de estudo avançados em Design: transversalidade*, p.7-12. Belo Horizonte: Editora da UEMG.
- Santana, M. F. (2012). Design e Artesanato: fragilidades de uma aproximação. *Cadernos Gestão Social*, v. 3, n. 2, dez.

Resumen: En el mundo posmoderno, donde la información es cambiada en cuestión de segundos y la capacidad productiva es accesible a todos, la elaboración de objetos en masa es una realidad. Los diseñadores procuran destacar su producto de la multitud, el deseo de la diferencia también está presente en los consumidores, que quieren

externan su personalidad a través de lo que poseen. Mucho se habla de la identidad como el factor de distinción entre los productos, sea de una empresa o de un país, y una recurrente fuente de inspiración es la cultura popular materializa en productos artesanales. También siendo el objetivo de este artículo traer a la luz la influencia de las artesanías en el proyecto de producto, sus relaciones con el diseño y su papel en la construcción de la identidad de Brasil.

Palabras clave: Identidad - Artesanías - Diseño - Objeto - Producto.

Abstract: In the postmodern world, where information is changed in a matter of seconds and the productive capacity is accessible to all, the elaboration of objects in mass is a reality. Designers strive to highlight their product from the crowd, the desire for difference is also presented in consumers, who want to externalize their personality through what they own. Much is spoken of identity as the distinguishing factor between products, whether of a company or a country, and a recurrent source of inspiration is popular culture materializes in craft products. Also the objective of this article is to bring to light the influence of handicrafts on the product project, its relations with design and its role in the construction of the identity of Brazil.

Keywords: Identity - Crafts - Design - Object - Product.

(*) **Yasmin Fernandes.** Possui graduação em Desenho Industrial - Design de Produto pela Universidade Federal de Campina Grande (2010). Atualmente cursa o mestrado em Design pela Universidade Federal de Pernambuco. Tem experiência na área de Desenho Industrial, com ênfase em Desenho de Produto, atuando principalmente nos seguintes temas: artesanato, design, metodologia participativa e sustentabilidade. **Amilton Arruda.** Possui graduação em Desenho Industrial - Projeto do Produto pela Universidade Federal de Pernambuco (1982), M.Sc. em DESIGN E BIÔNICA pelo Centro Ricerche Istituto Europeo de Design de Milão (1992) e Ph.D. em Dottorato di Ricerca in Disegno Industriale pela Universidade Politecnico de Milão (2002). Foi consultor Internacional do Instituto Europeo de Design Milão, na implantação de cursos de Pós-graduação LATO SENSU ESPECIALIZAÇÃO EM FASHION DESIGN, DESIGN DE INTERIORES E PRODUTO, DESIGN GRÁFICO E EDITORIAL, nas Faculdades AVILA (Goiânia), Faculdade de Boa Viagem (Recife), Instituto de Educação Superior de Brasília (DF). Atuou também como coordenador, professor e orientador de projetos destes cursos de especialização. Atualmente é professor adjunto IV, professor do programa de pós-graduação em Design - PPGD/UFPE e Chefe do Departamento de Design da Universidade Federal de Pernambuco. Tem experiência na área de Desenho Industrial, com ênfase em Design e Biônica, e Design Estratégico, atuando principalmente nos seguintes temas: Desenvolvimento de Produtos, Design Estratégico, Design e Inovação Tecnológica.