

MARKETING

PERSPECTIVAS DO PAPEL DO DESIGN NO ARTESANATO.

Ângela Sá Ferreira (angela.saf@gmail.com)

Maria Manuela Neves (mneves@det.uminho.pt)

Departamento de Engenharia Têxtil

Cristina Santos Rodrigues (crodrigues@dps.uminho.pt)

Departamento de Produção e Sistemas

Universidade do Minho

Campus de Azurém – Guimarães

RESUMO:

O aparecimento de novas correntes de design como, por exemplo, o eco-design, o design social e inclusivo ou o slow design, são primordiais ao nível da gestão de recursos, da relação Homem - natureza, das deficiências e limitações humanas e da sustentabilidade do nosso planeta.

O presente estudo explora as perspectivas do papel do design no artesanato. Numa abordagem teórica examina conceitos como: design, o papel do designer, as novas correntes de design e o design para a sustentabilidade. O trabalho prático incide na análise de entrevistas efectuadas a estilistas e artesãos no sentido de perceber a viabilidade de um trabalho conjunto.

Os resultados preliminares confirmam que as ideias do design sustentável são perfeitamente adequadas a um contexto de artesanato têxtil como se demonstra nas expressões recolhidas como: emoções, tempo, valorização e fazer à mão.

PALAVRAS-CHAVE: Design, artesanato, sustentabilidade e valor.

ABSTRACT:

The appearance of new currents of design, for example, eco-design, social and inclusive design or slow design, are essentials for the management of resources, the relationship man - nature, human weaknesses and limitations and for the sustainability of our planet.

This study explores the perspectives and the role of design in the handcraft. In a theoretical approach, it examines concepts such as design, the designer's role, the new currents of design and design for sustainability. The practical work focuses on analysis of interviews with designers and craftsmen in order to realize the feasibility of a joint work.

Preliminary results confirm that the ideas of sustainable design are perfectly suited to a context of textile crafts as demonstrated in the expressions collected as emotions, time, value enhancement and hand made.

KEY WORDS: Design, textile handcraft, sustainability and value.

1 INTRODUÇÃO

Numa época em que a crise mundial, em especial a europeia, é marcada por uma elevada recessão e o aumento da produtividade é apresentado como receita para a resolução do problema, é importante pensar em novos horizontes e limites para as empresas e para a sociedade. Isto representa um desafio do design para a sustentabilidade - *Design for Sustainability (DfS)*.

Se por um lado é preciso aumentar a produtividade, por outro, já existe um excedente de produtos, em especial na área da moda têxtil. As empresas não conseguem vender durante a época da própria colecção e posteriormente, colocam esses produtos à venda em *outlets*.

A “sede” de consumo, ao longo dos últimos tempos, caminhou em paralelo com o descartável, o usar e deitar fora, enfim com tudo o que se apresenta como *fast*, rápido e que transformou o planeta terra num planeta doente. Recentemente, e em sentido contrário, surgem os movimentos *slow*, lentidão, que buscam a sustentabilidade, a qualidade de vida humana e a cura do planeta.

2 DESIGN

Os primeiros objectos produzidos ainda pelo homem da pré-história tinham como principal função a satisfação das necessidades. Teriam com certeza já algumas características estéticas de acordo com o gosto do seu autor mas nunca entendido como principal objectivo. As peças eram produzidas à medida que as necessidades surgiam. Actualmente, o processo é inverso. As necessidades são inventadas e reinventadas. É após a criação do produto que surge a necessidade dele. Inventam-se produtos para necessidades já satisfeitas ou até aí consideradas inexistentes. O estético sobrepõe-se à necessidade.

O design moderno do século XX teve a sua origem em movimentos artísticos que desencadearam o seu crescimento. Apesar do crescimento industrial da época ser por muitos desejado e apreciado, nem todos estavam de acordo; a sua aceitação não foi totalmente pacífica. Aparecem então, alguns movimentos contestatários.

Segundo Moraes (2008, p. 24) foi em Inglaterra, “berço da industrialização”, que se iniciaram os primeiros movimentos de oposição ao processo industrial. O autor destaca três movimentos que marcaram a evolução industrial: *Arts and Crafts*, *Art Nouveau* e *Werkbund*. Estes movimentos procuravam lutar contra a industrialização e a produção em série, valorizando a arte e o artesanato. Defendiam o artesanato criativo como garante da real autenticidade e como preferência à baixa qualidade dos produtos industriais.

3 O PAPEL DO DESIGNER

Directamente relacionado com o design temos o termo designer e designa aquele que concebe, que projecta os objectos. É, pois, a profissão atribuída ao indivíduo responsável pela produção de design.

Surge com a revolução industrial e com o desenvolvimento das novas tecnologias industriais que levaram à necessidade de fabrico de objectos que possibilitassem o desenvolvimento da indústria.

A revolução industrial origina alterações ao nível do processo de produção o que se traduz na necessidade de haver alguém responsável pela concepção dos objectos industriais. São estas pessoas, emergentes do interior do processo produtivo, normalmente operários com alguma experiência ou habilidade, que passam a ter uma posição de controlo da concepção de objectos relativamente às outras etapas do processo. Assim, é nesta altura que a palavra designer passa a ser mais frequente e utilizada; os próprios trabalhadores passam a auto-intitular-se designers. É fácil perceber que a existência de actividades ligadas ao design antecede a aparição da personagem designer. A transformação desta pessoa de origem operária num profissional liberal, obrigou à rutura com a experiência produtiva de uma determinada indústria e levou à aquisição de formação específica, capaz de gerar projectos. Esta transfiguração corresponde a um longo processo evolutivo que teve o seu início nas primeiras escolas de design, no século XIX, e que continuou ao longo do século XX com a institucionalização do design.

Embora as actividades de designer e de artesão estejam relacionadas com a produção de objectos, existem muitas diferenças entre elas. Uma das principais diferenças está relacionada com o número de intervenientes no processo de produção. Maldonado (2009, p. 16) distingue o artesanato do design considerando o primeiro como “parte integrante do processo laborativo”. Para o autor “idealização e execução”, “projecto e trabalho”, são tarefas distintas com uma separação enorme e que até à data tem sido agravada.

De uma forma simples e prática, podemos referir que no artesanato o artesão idealiza e executa, por seu lado, em design o designer apenas idealiza, projecta. No artesanato, o artesão é (muitas vezes) o único interveniente desde o início até ao fim do processo de produção; já no design, o número de intervenientes pode ser elevado.

O artesão tradicional é mestre da sua arte: ele projecta e produz, idealiza e executa. É conhecedor de todas as fases de produção e, por isso, é o autor integral do objecto desde a primeira ideia até à apresentação do produto final.

Relativamente ao designer, o cenário não é o mesmo: ele projecta e prescreve o seu trabalho, a ideia é sua, a execução não. Mesmo na fase da idealização, do projecto, poderá ser necessária a ajuda de outras especialidades, dependendo da complexidade do trabalho. Ele projecta para outros produzirem, quase sempre tendo por base uma execução mecanizada e uma produção em série. Por seu lado, o artesão domina todas as fases de produção, os seus produtos são resultado do trabalho humano, com pouca ou nenhuma intervenção da máquina e, como tal entendidos como artefactos. Quase sempre são peças únicas ou pequenas produções.

O designer projecta o produto para ser fabricado por outros; cada um na sua área de especialização, facilitando assim o trabalho de todos. Cria-se uma linha de trabalho, cada um é especialista numa parte da produção e, desta forma, é raro encontrar-se um produto industrial com a indicação de quem o fez; são muitos os intervenientes. Todos os produtos são iguais, ao contrário dos produtos de fabrico artesanal que são únicos.

Com o artesanato é diferente: como o artesão participa em todo o processo de fabricação do produto, ele é o único autor do produto. Desta forma, a produção artesanal caracteriza-se pelo domínio do artesão em todas as fases do processo de produção: aquisição de matéria-prima, projecto, domínio das técnicas e processos de produção e, por fim, a comercialização do produto junto do consumidor.

Segundo Araújo (Araújo, 1995) os produtos artesanais distinguem-se dos restantes, quer pela produção reduzida, quer pelos métodos artesanais. Ainda segundo o mesmo autor, a produção de mobiliário em série é resultado do design industrial; por outro lado, a produção de mobiliário feito de forma artesanal, por um marceneiro, já não o é. Isto porque “o artesão-designer projecta e produz o produto, enquanto o designer industrial projecta o produto e, ao fazê-lo, prescreve o processo, compreendendo as suas virtudes e limitações, mas não é o mestre do processo no mesmo sentido em que o artesão o é.” (Araújo, 1995, p. 14).

A questão muitas vezes levantada de que os designers são mais cultos e eruditos do que os artesãos derivado de todos os estudos que foram alvo e das metodologias que utilizam parece ser, em muitas situações, uma falsa questão. O artesão é um homem do povo, pode ser mais ou menos culto, mais ou menos erudito, mais ou menos popular. Nos exemplos de produtos artesanais existentes em Portugal, encontra-se de tudo: dos mais populares, exemplo do Galo de Barcelos ou de um simples cesto de vime, ao mais erudito, exemplo das colchas com o Bordado de Castelo Branco, repletas de arte, sabedoria e história.

Segundo Peter Dome “Grande parte do êxito alcançado pela nossa cultura deve-se ao trabalho colectivo das pessoas, à especialização e à fragmentação coordenada do trabalho. Nenhuma pessoa isolada poderia por si só, alimentar a complexidade de um design avançado.” (Dormer, 1995, p. 27). Na sociedade actual, é cada vez mais preponderante a interacção das várias áreas de conhecimento para o desenvolvimento e criação de produtos de qualidade. Nos dias de hoje, as pressões para inovar são cada vez maiores. As mudanças criam necessidades novas mas também promovem o desenvolvimento de conhecimentos e meios que facilitem o dialogo entre a inovação e a sustentabilidade. O futuro passa pelo design para a sustentabilidade (DfS): um trabalho conjunto entre designer e artesão, mantendo as técnicas artesanais inspiradas nas raízes culturais em união com a inovação do presente e do futuro. O design apresenta-se como uma alternativa para um mundo melhor, com mais qualidade e mais sustentável.

Criar valor acrescentado ao que a terra nos dá. Estudar as origens dos saberes tradicionais de cada região, criar emprego, fixar as populações, valorizar o território devem estar entre os objectivos de qualquer empresa ou negócio actual.

4 NOVAS CORRENTES DE DESIGN: *SLOW DESIGN*

O designer participa na criação e desenvolvimento da cultura; toma parte da história da sua época através dos produtos e objectos que cria e desenvolve. O ser humano é o público-alvo, o foco do designer. Desta forma, precisa de conhecer e entender as necessidades dos consumidores para perceber qual o melhor projecto a oferecer. Progressivamente, o designer vai reinventando o quotidiano das pessoas, projecta a inovação e cria uma identidade cultural, reflexo das expressões linguísticas que constantemente propõe. Design é cultura. O designer um prescritor de cultura.

A noção das limitações dos recursos ambientais, questões relacionadas com o funcionamento e conservação do nosso eco-sistema e com o equilíbrio ambiental leva os designers a repensarem a utilização do seu conhecimento de uma forma mais responsável e consciente, a procurarem soluções viáveis à conservação do eco-sistema ainda por descobrir e explorar.

O aparecimento de novas correntes de design como, por exemplo, o eco-design, o design social e inclusivo ou o *slow design*, são primordiais ao nível da gestão de recursos, da relação Homem - natureza, das deficiências e limitações humanas e da sustentabilidade do nosso planeta.

De acordo com Türkmen (Sustainable Design as a Concept in Design Education, 2009) a mudança do pensamento sobre a sustentabilidade passa por uma nova abordagem no ensino do design e propõe a introdução no ensino superior de princípios e práticas para a sustentabilidade, confiando na universidade como uma potência que modela a sustentabilidade e a sua relação com a sociedade. Os alunos de design devem perceber a aprendizagem do ensino do design de forma não fragmentada mas antes de colaboração interdisciplinar e serem capazes de pensar de forma criativa e holística a fim de apoiar o desenvolvimento sustentável.

O termo “*slow*” *design* como instrumento da sustentabilidade é entendido como um antídoto ao consumo exagerado de uma sociedade descartável, de usar e deitar fora. Segundo Strauss & Faud-Luke (2008) o *slow design* desafia o paradigma do design actual, voltado predominantemente para a produção e consumo – produzir muito, de forma muito rápida e barata para um consumo muito rápido. O foco do *slow design* é o bem-fazer.

Do *slow movement*, movimento lento, fazem parte uma série de outros conceitos, todos eles ligados ao *slow*: *slow food* movimento de combate ao *fast-food*; *slow life* por oposição ao *fast life*; *slow fashion* como contrário do *fast fashion* entre muitos outros exemplos, todos eles actualmente muito estudados e abordados por investigadores da área.

Strauss & Faud-Luke (2008) apresentam seis princípios do *slow design*. 1) Revelar: *slow design* revela espaços e experiências na vida quotidiana que, muitas vezes, são perdidos ou esquecidos, incluindo os materiais e processos que podem ser facilmente negligenciados na existência ou na criação de artefactos; 2) Expandir: *slow design* considera as reais e potenciais “expressões” dos artefactos e ambientes além de sua funcionalidade, atributos físicos e tempo de vida útil; 3) Reflectir: contemplação de artefactos lentamente desenhados e de ambientes indutivos e o consumo reflectido; 4) Comprometer: os processos de *slow design* são fontes abertas e colaborativas, baseando-se na partilha, na cooperação e na transparência das informações para que o design possa continuar a evoluir no futuro; 5) Participar: *slow design* incentiva os utentes a tornarem-se participantes activos no processo de design, abraçando as ideias de convívio e de intercâmbio para promover a responsabilidade social e valorizar as comunidades; 6) Evoluir: *slow design* reconhece que as experiências mais ricas podem surgir a partir da dinâmica de maturação de artefactos e ambientes ao longo do tempo. Olhando para além das necessidades e circunstâncias dos dias actuais, os processos de *slow design* e os resultados tornam-se agentes de mudança positiva.

Este processo de constante cuidado e auto-questionamento, desafia o designer a alcançar os valores fundamentais do design e o seu papel enquanto Designer.

O *slow design* centra-se em ideias de bem-fazer e sugere mudança drástica na prática diária do design. O princípio orientador do projecto *slow design* é a reposição do foco do design em três alvos: o indivíduo, o sociocultural e o bem-estar ambiental.

De acordo com Fuad-Luke (2004), existem várias premissas fundamentais nas quais o processo do *slow design* se deve alicerçar. A primeira, o bem-estar do indivíduo dependente do bem-estar dos ecossistemas. A segunda relaciona-se com a separação do *slow design* dos pensamentos económicos, tecnológicos e políticos existentes para se entregar ao novo paradigma do design. A terceira está ligada à visão do show design como um antídoto ao *fast design*, propõe o retardar do metabolismo de actividades antropocêntricas, prejudiciais para a humanidade e para o meio ambiente. Por último, a quarta visa explorar a durabilidade do design, pela competência de projectar objectos, espaços e imagens que perdurem muito tempo.

Tendo por base os ideais do *slow design*, o *slow fashion* apresenta uma nova visão de produtos que respeitem as condições humanas, a biodiversidade e a limitação dos recursos humanos. Realça a valorização do aumento do ciclo de vida dos produtos e a redução do impacto ambiental. De acordo com Türkmen (A New

Design Philosophy for Sustainability; "Slow Design", 2009) o *slow fashion* propõe a incrementação de melhorias a três níveis. Dos trabalhadores, valorização de quem produz através de salários mais justos e melhores condições de trabalho. Dos consumidores, mais qualidade e durabilidade dos produtos assim como um cariz de exclusividade. Do ambiente, menos desperdício e mais sustentabilidade.

Para sermos sustentáveis os produtos que produzimos também têm de ser sustentáveis (Figuras 1.2 e 1.3).



Figura 1– Exemplo de slow design

Fonte:http://www.slowtrav.com/blog/amy/archives/auxois_2282_sm.jpg



Figura 2 – Exemplo de slow design

Fonte: <http://www.alabamachanin.com/workshops>

O projecto *slow design* oferece inovação e oportunidades criativas aos designers. O nascimento deste novo paradigma conceptual apresenta o papel do design como o equilíbrio sócio-cultural e individual com o bem-estar do ambiente. O termo *slow design* relaciona-se com este novo paradigma na medida em que remove as limitações do tempo e das conveniências do crescimento económico e evita ter de competir no cada vez mais acelerado progresso tecnológico. Este paradigma de design não necessita estar de acordo com os curtos intervalos de tempo alocados aos ciclos de vida dos produtos; não comemora o maior, o mais pequeno ou o mais rápido. Celebra o equilíbrio antropocêntrico (individual, sociocultural) com as necessidades do planeta. (Faud-Luke, 2002)

5 DESIGN SUSTENTÁVEL

Somos todos responsáveis pelos problemas ambientais: o designer, a indústria e o consumidor. Perante a conjuntura actual, é imprescindível introduzir um novo paradigma de uma nova tendência ecológica, imprimindo no quotidiano de quem cria, produz e consome, a consciência de preservação ambiental. O conceito de desenvolvimento sustentável tem por base a economia, a sociedade e o meio ambiente.

O design sustentável reúne um conjunto de ferramentas e estratégias que visam desenvolver soluções com vista à criação de uma sociedade voltada para a sustentabilidade.

Desenvolvimento sustentável, eco-eficiência, recursos renováveis, concepção eficiente, eco-design são conceitos muito utilizados nos dias de hoje e que devem ser tomados muito a sério. A sustentabilidade do planeta depende de todos nós. O design é um mediador tecnológico, faz a ligação entre a experiência tecnológica, o desenvolvimento de novas aplicações a sua implementação e aceitação no mercado. O designer deve apelar à utilização de matérias-primas diferentes para construir coisas diferentes.

O actual modelo económico baseado no crescimento contínuo do consumo deve ser analisado, pensado e reestruturado. O movimento *slow design* valoriza os processos artesanais de criação e produção, propõe ainda que os designers comecem a conceber e a criar objectos contrários à invasão das peças padronizadas, produzidas de acordo com as actuais leis de mercado.

Neste sentido, o diálogo entre a tradição e a inovação, artesanato e design, artesão e designer deve ser bem trabalhado no sentido de que as suas valências serão a chave da sustentabilidade futura. Ser sustentável é, no fundo, ser algo que possa ser durável.

A reciclagem, o uso de matéria-prima disponível em cada região e o reaproveitamento de outros materiais para criar peças únicas a partir das tradições locais são ingredientes imprescindíveis.

6 PROJECTO SUSTENTÁVEL

6.1 OBJECTIVOS

Face à actual situação mundial é urgente repensar os actuais sistemas económicos no sentido da mudança de mentalidades e actuações. Se por um lado, o designer é um importante agente na cadeia produtiva, por outro o produto artesanal é um excelente exemplo de produto sustentável. A sua relação com certeza resultará num excelente contributo para a mudança.

O objectivo do presente trabalho é estudar as relações existentes e possíveis entre designers e artesãos no sentido de explorar ou definir uma metodologia de intervenção do design no artesanato.

6.2 METODOLOGIA E AMOSTRA

O presente trabalho insere-se num projecto de investigação de doutoramento em curso na Universidade do Minho (ver Neves et al (2009; Ferreira et al (2010), Ferreira et al (2011)). O presente artigo pretende apresentar e discutir os resultados iniciais da designada terceira fase da investigação, que consistiu na realização de entrevistas a actores ou intervenientes críticos no panorama do artesanato têxtil português, em particular, designers ou estilistas e representantes de instituições certificadas de artesanato têxtil português. Cada entrevista foi preparada previamente com recurso a um guião, com as perguntas organizadas segundo um conjunto de quatro tópicos, incluindo o percurso profissional e a incursão no artesanato têxtil, a relação artesão-designer, o artesanato e perspectivas de futuro do artesanato.

Durante 2011 foram realizadas 7 entrevistas. Os entrevistados foram seleccionados seguindo critérios de conveniência, centrando-se em personalidades do norte e centro do país (Portugal) com intervenção reconhecida ao nível do artesanato têxtil. Segue-se um pequeno quadro (Quadro 1) resumo dos entrevistados (na presente análise de respostas não é indicado o nome do entrevistado por se salvaguardar o anonimato dos entrevistados).

Quadro 1 - Caracterização da amostra

Fonte: As autoras

	Função	Caracterização
#1	Estilista/ designer	Masculino 45 anos Experiência na indústria têxtil Tem loja e marca própria desde 1991 Experiência em adaptações ao nível do artesanato têxtil
#2	Estilista	Feminino Experiência de 20 anos em projectos de recriação contemporânea de tradições têxteis em colaboração com artesãs.
#3	Designer têxtil	Feminino 39 anos Técnica de Design Têxtil com actividade no desenho de padrões para o têxtil. Experiência de formadora na área têxtil no centro de formação de artesanato Professora universitária desde 2001
#4	Especialista artesanato	Feminino Geógrafa de formação Agraciada com a Comenda da Ordem do Infante D. Henrique como reconhecimento da sua importância e experiência no estudo e divulgação do artesanato português

#5	Coordenadora projecto artesanato	Feminino Experiência em processo de certificação de artesanato têxtil Nas actuais funções de coordenadora desde 2001
#6	Artesã	Feminino 25 anos de experiência como bordadeira de Lenços de Namorados
#7	Presidente direcção instituição	Masculino 64 anos Experiência profissional anterior em alfândega, fiscalização de empresas Nas actuais funções de presidente desde 2001 (regime de voluntariado)

6.3 RESULTADOS

Tal como se referiu anteriormente a entrevista estava organizada segundo um conjunto de 4 tópicos de perguntas. Neste artigo apenas serão apresentados os resultados referentes a 3 tópicos, a saber: incursão no artesanato têxtil, relação designer-artesão e o futuro do artesanato. Nesta secção far-se-á a apresentação e discussão das respostas.

Incursão no artesanato têxtil

O primeiro tópico de entrevista incluía perguntas sobre a incursão de cada entrevistado no artesanato têxtil. Relativamente ao interesse e relação com o artesanato, é interessante verificar que a maioria dos entrevistados consegue identificar o “detonador”, i.e., o momento em que o artesanato passa a estar presente. Se por um lado, a ligação é justificada pelo fascínio com a arte, na sua maioria, foi o acaso que definiu o interesse.

Um interesse particular da entrevista aos estilistas ou designers era o de avaliar a ligação ou uso do artesanato português nas suas peças. Mas esta ligação não é linear para todos. Uma das entrevistadas considera que utiliza mais arte, design do que artesanato.

Quando admitem a sua ligação ou “inclusão” ao imaginário do artesanato, esta cumpre um objectivo: linguagem própria, história para contar, ligação à natureza, rigor nos saberes e tradições. É reconhecido o peso cultural do artesanato.

A análise dos resultados conseguidos com experiências de design e artesanato têxtil na perspectiva do reconhecimento do trabalho dos estilistas, revela resultados bons e menos bons. Alguns casos perduram no tempo e registam vendas significativas, com clientela fiel. Outros casos as experiências foram pontuais um pouco por responsabilidade do preço das peças e pela necessidade de exigir um gosto específico (ser preciso gostar).

Já ao nível do reconhecimento dos pares, é interessante a dualidade da mesma experiência por parte de um dos estilistas. Se por um lado tem clientes fiéis, por outro lado não é convidada a participar em desfiles de moda, referindo mesmo:

“... há uma maneira muito perversa de me elogiar, que é pore-m-me as coisas nos museus. As minhas peças não precisam de estar nos museus, toda a gente as veste!” #2

Na avaliação das vantagens que o sector de artesanato retirou ou retira das suas experiências, os estilistas dividem-se. Por um lado, sentem que os artesãos se apropriaram das ideias (“...depois já estavam elas a fazer... não fizeram por mal...” #1), mas por outro, reconhecem o impacto (“... demonstrei que se fazem coisa modernas” #2).

Relação designer-artesão

É precisamente na relação designer-artesão que se centra o segundo tópico de entrevista. Num primeiro contacto é relatado o sentimento comum de inicial desconfiança, quer dos artesãos, quer dos estilistas, que com o tempo progressivamente evolui para uma relação de cooperação, respeito e confiança (Quadro 2):

Quadro 2 – Primeiro contacto

Fonte: As autoras

#2	<i>“Segundo elas não havia nada (...) tanto andei que descobri uma senhora idosa que ainda tecia ... começou a ensinar a tecer ... as mãos acabaram “logo” por saber tecer... foram buscar os teares desmanchados que iam para queimar e toca a começar a tecer”</i>
#1	<i>“...por vezes, é difícil conseguir convencer a fazer as coisas de modo diferente (...) têm medo de falhar”</i>
#6	<i>“No início ele já trazia os desenhos escolhidos e nós fazíamos, agora já confia plenamente em nós, já traz as peças, já não traz desenhos e já diz: “façam ao vosso gosto” e resulta muito bem.”</i>
#3	<i>“O artesão nem sequer o quer lá. Eles sabem muito bem como se faz, eles dominam a técnica mas o designer não domina a técnica. (...) o que domina a técnica [o artesão] acha que ele só faz no papel, que depois aquilo nem tem ligação: “então depois isto vai-se vender a quem?””</i>
#2	<i>“Nunca impus nada e fui exaustiva na procura de uma cultura e de uma tradição (...) é necessário existir uma relação de afecto senão há uma desconfiança grande, elas não nos conheciam de lado nenhum”</i>

Para contornar a dificuldade da relação inicial, são indicadas palavras-chave como humildade, honestidade e partilha (Quadro 3):

Quadro 3 – Dificuldades iniciais

Fonte: As autoras

#2	<i>“Eu aprendi muito no trabalho que desenvolvi no interior. Aprendi que primeiro tinha que chegar lá com humildade e ouvi-las e depois adaptar-me a tudo o que me rodeava (...) passei a fazer as colecções com elas. (...) era preciso estar à beira delas e sempre a observar, porque senão nunca tinha visto isto”</i>
#6	<i>“São pessoas muito acessíveis, põem-nos muito à vontade, são pessoas como nós.”</i>
#2	<i>“...deve haver honestidade, não querer nada de graça. Mantive sempre uma relação de amizade e de cooperação”</i>
#3	<i>“Trabalho sempre com bordadeiras específicas que estão receptivas, mas eu tenho de acompanhar o processo, tenho de me sentar ao pé delas e explicar e estar ali as primeiras horas a acompanhar e a dizer não faça assim, vamos experimentar desta forma”</i>
#2	<i>“Acho que foi a valorização delas próprias, na passagem de modelos, os nomes delas [artesãs] era sempre mencionado (...) o trabalho e os postos de trabalho de todas as tecelãs porque eu sem elas não fazia nada”</i>

Outra dificuldade identificada é ao nível da comunicação, sendo referida por diversas vezes a palavra linguagem (Quadro 4):

Quadro 4 – Dificuldades na comunicação

Fonte: As autoras

#3	<i>“A grande questão que se coloca entre o designer e o artesão: não falam a mesma linguagem (...) É o “doutor” que chega ali e diz: eu quero. Nem percebe se às vezes é exequível ou não, logo isto cria barreiras. É uma questão muito pertinente, relacionada com linguagem, cultura e tradição....”</i>
#4	<i>“...aquilo que nós temos que ainda é o remanescente de uma ruralidade de auto-suficiência (...) têm dificuldade em dar este salto, e por sua vez o estilista também não tem a percepção da realidade cultural dessas pessoas e todos esperam de mais dos outros, ou de menos...”</i>
#3	<i>“Por vezes também, faço a função de artesão, ou seja, os tecidos sou eu que os faço. Assim, mais facilmente, eu que tenho know-how chego ao artesão... Temos a mesma linguagem.”</i>
#5	<i>“...se fizessem um trabalho de falar com as bordadeiras e tivessem mais a noção do que é que aquela peça significou ao longo do tempo, era importante para depois a trabalhar”</i>
#3	<i>“Tem a ver com a comunicação... o designer projecta coisas que acabam por não ser tão exequíveis como eles pensam... outras vezes, utilizam algumas designações técnicas que o artesão não tem.”</i>

A percepção do tempo também apresenta dificuldades para a comunicação:

“O que eu acho que os estilistas mais têm, neste tipo de relacionamentos, é a falta de percepção... do tempo necessário para fazer aquilo que eles nos pedem... não têm noção dos *timings* e querem tudo para ontem... quando não conseguimos é um bocadinho difícil” #5

A possibilidade de benefícios mútuos também é analisada. Se por um lado estas parcerias permitem ganhos em termos de transformação, é igualmente verdade que são muitas vezes pontuais e podem ser percebidas como perseguindo objectivos diferentes, (Quadro 5).

Quadro 5 – Benefícios mútuos

Fonte: As autoras

#2	<i>“...aproveitar o saber destas mulheres, ajudando a transformar para o contemporâneo, a mudar. Todos os objectos têm mudanças e acompanham os tempos”</i>
#4	<i>“...o artesão o que quer é que lhe encomendem coisas, portanto ele faz os desenhos que lhe puserem à frente... desde que lhe comprem. Por seu lado, o estilista, a não ser que tenha uma loja, também não está interessado em encomendar coisas. Os objectivos são diferentes. É evidente que todos sentimos que [a relação designer-artesão] seria o que daria frutos, mas que é muito complicado, é.”</i>
#4	<i>“É sempre tudo muito superficial e episódico... o artesão não volta a pegar nessas coisas e o designer também não.”</i>

Quando confrontados com a afirmação “a intervenção do design pode desvirtuar o artesanato”, a reacção dos entrevistados foi de total discordância com a mesma. No quadro 6 registam-se algumas das respostas dadas.

Quadro 6 – O design desvirtua o artesanato

Fonte: As autoras

#1	<i>“No artesanato o que é a essência, é a essência; agora podemos pegar no artesanato e apresentá-lo de outras maneiras”</i>
#2	<i>“... é uma mais valia. Deveria ser uma obrigação porque estas artes, se não forem apoiadas, desaparecem”</i>
#3	<i>“... o design não desvirtua. Aliás pode acrescentar, nunca desvirtuar, se estivermos a falar numa perspectiva de artesanato como arte. Temos é que definir muito bem o que é artesanato”</i>
#4	<i>“A vida não é estática, há sempre mudança (...) não penso que isso desvirtue, não. Acelera inovações, acelera a transformação... temos que nos adaptar”</i>

O futuro do artesanato

O terceiro tópico compreende um conjunto de questões relacionadas com as perspectivas futuras do artesanato, no contexto português.

A maioria dos entrevistados coincide na análise das dificuldades devidas a falta de apoio, quer em termos de inovação, quer ao nível governamental, em particular o apoio fiscal (Quadro 7).

Quadro 7 – Dificuldades

Fonte: As autoras

#1	<i>“Tem que se criar condições, mais importante do que dar o peixe, é ensinar a pescar”</i>
#2	<i>“É não terem ninguém para as ajudar a inovar e depois desistem”</i>
#6	<i>“Deveria haver subsídios para este sector, caso contrário, com o tempo, vamos acabar por perder muita coisa (...) são peças que não rentabilizam economicamente (...) Pode não acabar mas vai ser muito complicado manter-se se não houver ajudas ou apoios (...) não sei até que ponto será viável”</i>
#3	<i>“Têm de ser apoiadas. Apoio não só ao nível do dinheiro, mas com uma formação contínua, com uma colocação do produto no mercado (...) a grande dificuldade é a venda, sítios específicos para uma venda.”</i>
#5	<i>“ (...) teria que ser protegido, mas não é. Não é, porque nós teríamos que ter uma fiscalidade diferente, uma segurança social diferente para que os nossos artesãos conseguissem</i>

	<i>sobreviver”</i>
#2	<i>“...muito negro. Tem que ser um querer político.”</i>
#3	<i>“É impossível criar-se microempresas com os actuais impostos (...) Tem a ver com a falta de visão do governo. Se o nosso país tem tanto sol, tem tanto turismo então porque é que nós não vamos para as microempresas e não pegamos nas questões culturais e tradicionais para a sobrevivência. É aqui que está a chave do sucesso.”</i>
#2	<i>“Estes trabalhos deveriam ter um IVA próprio... é um sector tão pequeno, que está tão moribundo, que poderia ser ajudado a esse nível. Assim como ajudar ao nível da divulgação: levarem-nos lá fora, fazerem passagens de modelos”</i>

Outra dificuldade indicada para o artesanato prende-se com a necessidade de valorização do saber (Quadro 8).

Quadro 8 – Valorização do saber
Fonte: As autoras

#1	<i>“As pessoas têm que perceber o que é que nos individualiza e nos distingue, se é o que queremos isso (...) cada vez mais vai passar a ser valorizado tudo o que seja exclusivo, feito à mão, único, cunhado e tratado”</i>
#3	<i>“Ela é viável mas temos de saber a sua cultura e sabe-la construir dentro de um significado; só assim, ela terá algum sucesso.” [sobre a revitalização do saber tradicional]</i>
#4	<i>“É esta ligação das técnicas das oficinas, às especificidades dos territórios que eu aprecio nas artes e ofícios tradicionais (...) é isto que permite perceber onde é que estão as matérias-primas”</i>
#1	<i>“Uma das coisas que era importante fazer, era qualificar as coisas (...) era importante que alguém o fizesse. (...) É preciso criar uma relação de princípios, de ética e de correcção que são importantes.”</i>

Em termos práticos, como é percebido o futuro do artesanato têxtil português? (Quadro 9)

Quadro 9 – Percepção do futuro
Fonte: As autoras

#4	<i>“Há espaço para o artesanato português. Nunca foram os jovens que compraram estas coisas, nunca em momento algum. A partir dos 40 anos é que começam a comprar. É a questão da identidade, da afectividade e do território. Até essa idade essas questões não se colocam. Só com a idade é que temos essa percepção.”</i>
#1	<i>“Dúbio, é um diamante bruto e está nas nossas mãos saber lapidar ou não”</i>
#3	<i>“Tem de mudar de uma forma cultural e ligada a um turismo, a uma imagem de marca; Tem tudo a ver com uma questão de mercado. Mercado – marketing.”</i>
#7	<i>“Nós pretendemos e acho que só seremos dignos deles se continuarmos atentos aos sinais dos tempos e abertos à inovação (...) portanto a nossa abertura para a inovação e de lançar mão para os meios tecnológicos que estejam à nossa disposição é de facto uma intenção, um objectivo nosso.”</i>

No final, a palavra-chave para o artesanato é mercado:

“Porque se nós conseguirmos... vender emoções... dizer que é um objecto que neste momento está em desuso mas que transmite um sentimento, aí, seja estrangeiro ou não, quer uma peça destas.” #5

“Nós para vivermos temos que nos adaptar, as produções para sobreviver têm que se adaptar a novos públicos a novos mercados, a novas exigências, a novas funções. Já houve tanta mudança.” #4

“Temos de ser inovadores e criativos no sentido de encontrar novos produtos que possam ser executados naqueles teares e que possam por outro lado também corresponder às necessidades do mercado, satisfazer necessidades efectivas porque só assim nós podemos aumentar a produção.” #7

7 CONCLUSÃO

No presente artigo, procuraram encontrar-se pontos comuns e de cooperação entre artesão e designer, assim como realçar a importância do artesanato têxtil na sua representatividade como um produto sustentável.

Nas entrevistas realizadas, a relação de cooperação e parceria entre designers e artesãos é referida como funcional, ainda que com algumas dificuldades ao nível da linguagem e desconfiança inicial. Identificam-se pontos comuns de relação e cooperação entre o produto artesanal e o design sustentável. No design para a sustentabilidade, a valorização do factor tempo e do trabalho feito com as mãos também são factores realçados em relação ao artesanato têxtil. Tradição, herança, identidade, cultura, afecto, sentimentos e emoções são conceitos comuns ao artesanato e ao design sustentáveis e muito realçados nas entrevistas.

Importa realçar a importância do produto artesanal como sendo um produto sustentável pelas suas diversas características: feito à mão, com matérias-primas naturais e de cada região, durável, ecológico.

O futuro do artesanato exige uma maior colaboração ao nível do design. A perspectiva adequada deverá ser o respeito por quem produz, por quem consome e pelo ambiente.

O trabalho apresentado no presente artigo é de natureza exploratória. Em termos futuros, está prevista a análise qualitativa das entrevistas com recurso ao software NVivo.

8 AGRADECIMENTOS

A primeira autora agradece o suporte dado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) através da bolsa de doutoramento com a referência SFRH/BD/62079/2009.

9 REFERÊNCIAS

- Araújo, M. d. (1995). Engenharia e Design do Produto. Lisboa: Universidade Aberta.
- Dormer, P. (1995). Os Significados do Design Moderno - A Caminho do Século XXI. Porto: Centro Português de Design. ISBN 9729445052.
- Ferreira, Â. S., Neves, M., Rodrigues, C., & Teixeira, S. (2010). O artesanato têxtil e o design de interiores: percepção de valor dos consumidores portugueses. *Internacional Conference Global Fashion: Creative and Innovative Contexts*. Porto, Portugal.
- Ferreira, Â. S., Neves, M., Rodrigues, C., & Teixeira, S. (2011). Os Consumidores e o Artesanato Têxtil: Estudo Exploratório das Atitudes e Percepções. *XXI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica*. Cordoba, Espanha.
- Fuad-Luke, A. (2002). "slow design" - a paradigma shift in design philosophy? *Development by design*, dyd02. Bangalore, India.
- Fuad-Luke, A. (2004). *Slow Theory: A paradigm for living sustainably?*
- Maldonado, T. (2009). *Design Industrial*. Lisboa: Edições 70.
- Moraes, D. D. (2008). *Limites do design...* São Paulo: Studio Nobel.
- Neves, M., Ferreira, Â., Teixeira, S., & Rodrigues, C. (2009). *Jovens e Artesanato Têxtil: que Futuro em Comum?* 5ª Conferência de Engenharia: Engenharia'2009: Inovação e Desenvolvimento. Covilhã, Portugal.
- Strauss, C., & Fuad-Luke, A. (2008). *The Slow Design Principles: A new interrogative and reflexive tool for design research and practice*. Changing the change. Torino, Italy.
- Türkmen, N. (2009). *A New Design Philosophy for Sustainability; "Slow Design"*. Autex, (pp. 869-874). Izmir, Turkey.
- Türkmen, N. (2009). *Sustainable Design as a Concept in Design Education*. Autex, (pp. 1303-1306). Izmir, Turkey.