

Universidade do Minho
Escola de Engenharia

Magda Manso Gigante Felgueiras

Interacção Design_Artesanato
Proposta de uma Interface

Tese de Mestrado
Design e Marketing

Trabalho efectuado sob a orientação da
Doutora Joana Cunha

Declaração

Nome: Magda Manso Gigante Felgueiras

Endereço Electrónico: magdamf@sapo.pt

Número do Bilhete de Identidade: 11290953

Título da Tese:

INTERVENÇÃO DESIGN_ARTESANATO . PROPOSTA DE UMA INTERFACE

Orientadora: Doutora Joana Cunha

Ano de Conclusão: 2006

Designação do Mestrado: Design e Marketing – Opção Têxtil

DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO EM VIGOR, NÃO É PERMITIDA A REPRODUÇÃO DE QUALQUER PARTE DESTA TESE/TRABALHO.

Universidade do Minho. 30 de Outubro de 2006

Assinatura: _____



Ao meu marido, pela paciência infinita e apoio constante.

Ao Tomás que vai nascer.

Aos meus pais, pelo exemplo de coragem e persistência.

AGRADECIMENTOS

Agradeço á minha orientadora, Doutora Joana Cunha o apoio, incentivo e disponibilidade durante a realização desta dissertação.

Agradeço à minha família e amigos pelo apoio e incentivo.

Agradeço ainda a algumas pessoas, instituições e organismos, pela simpatia e disponibilidade demonstradas:

- . À amiga Cláudia Gomes
- . À amiga Cláudia Santos
- . Helena Cardoso
- . Bernardo Providência
- . Ana Margarida Fernandes
- . D. Amância
- . D. Maria José
- . Dr.^a Salomé Abreu
- . Arquitecto Manuel de Carvalho e Sousa
- . Judite Cardoso
- . Museu do Traje de Viana do Castelo
- . Museu do Ouro da Póvoa do Lanhoso
- . AARN – Associação de Artesãos da Região Norte

RESUMO

Porque uma sociedade está constantemente em mutação necessita de produtos que a acompanhem nesse processo, produtos diferenciados que preservem em si mesmos a essência de um povo, da sua cultura. Torna-se necessário desenvolver a capacidade de auto-afirmação, acreditando nas nossas capacidades e nos nossos recursos, ou seja é preciso acreditar nos produtos portugueses. Face à massificação do consumo, a procura de segmentos de mercado específicos pode ser uma alternativa. O trabalho conjunto do designer e do artesão pode ser um factor decisivo para a criação de produtos únicos, em pequenas séries susceptível de ser realizado no contexto do mercado global.

Este trabalho de investigação teve como principais objectivos a procura das relações existentes entre o design e as artes e ofícios tradicionais e a apresentação de uma proposta de interface que lhes permitisse enquanto sistemas de comunicação criar em conjunto novos produtos. Evidenciando os factores de preservação/revitalização de técnicas antigas e os de transmissão de conhecimentos, para que estes não se percam no tempo, sendo constantemente renovados pelas gerações futuras.

Procuraram-se atingir estes objectivos através da análise histórica da relação entre os métodos de concepção e produção e através do estudo da situação do estado do design e do artesanato em Portugal. Assim, analisaram-se também alguns projectos desenvolvidos no país, que tinham por objectivo a recuperação e inovação das artes e ofícios tradicionais em diferentes áreas de intervenção. Com a realização de entrevistas a designers, artesãos e entidades com responsabilidades na área da preservação, evidenciam-se as diferenças nas atitudes e métodos, o que contribuiu para o desenvolvimento uma metodologia de trabalho que permita aos profissionais das áreas envolvidas trabalharem em conjunto obtendo os melhores resultados na criação de produtos diferenciados e portadores de cultura pela preservação e revitalização de antigas técnicas de produção.

SUMMARY

As society is constantly changing, it needs products that may keep up with that process, differentiated products that preserve in them the essence of a people and its culture. This demands the development of the ability to self-assertion, believing in our capacities and our resources, that is we need to believe in the Portuguese products. Considering mass consumption, the search for specific market segments can be an alternative. The work of the designer together with the one of the artisan can be a determinant factor to the creation of unique products, in small amounts susceptible of being produced in the context of a global market.

This study aimed at searching for the connections between design and the traditional arts and crafts and at presenting an interface proposal that would allow them, as communication systems, to create new products together. By stressing the factors of preservation/revitalisation of ancient techniques and the ones of knowledge transmission, so that these will not be lost in time, constantly renewed by the forthcoming generations.

We have attempted to reach these objectives through the historical analysis of the connection between the conception and production methods as well as of the current state of the design and the handicrafts in Portugal. Therefore, we have also analysed some projects developed in our country, which aimed at recovering and innovating traditional arts and crafts in different areas of approach. Through the interviewing of designers, artisans and entities responsible for the area of preservation, we acknowledge the differences in attitudes and methods, which contributes to the development of a work methodology that allows professionals within the involved areas to work together and thus obtaining the best results in the creation of differentiated culture bearing products through the preservation and revitalisation of ancient production techniques.

ÍNDICE GERAL

Dedicatória	ii
Agradecimentos	iii
Resumo	iv
Summary	v
Índice Geral	vi
Índice de Figuras	viii
CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO GERAL	1
1.1 Enquadramento	2
1.2 Objectivos.....	3
1.3 Metodologia.....	3
1.4 Estrutura da Dissertação	4
CAPÍTULO 2 – CONCEITOS E IDEIAS ASSOCIADOS AO DESIGN	7
2.1 Análise da Relação entre os Processos de Criação e os Processos de Produção.....	8
2.2 Breve Abordagem Histórica.....	14
2.3 O Designer em Portugal	18
2.3.1 Entidades e Organismos Nacionais	20
CAPÍTULO 3 – CONCEITOS E IDEIAS ASSOCIADOS AO ARTESANATO .	23
3.1 Actividade Artesanal.....	24
3.1.1 O Artesanato como Expressão Cultural	26
3.1.2 Transmissão de Conhecimentos	30
3.2 O Artesanato em Portugal.....	31
3.2.1 Entidades e Organismos	36
3.2.2 O Processo de Certificação.....	37
3.2.3 A Feira de Artesanato.....	40
CAPÍTULO 4 – PROJECTOS DE RECUPERAÇÃO DOS OFÍCIOS TRADICIONAIS	43
4.1 Projecto: “Desenhar a Tradição”	44

4.2 Projecto: “Velhos Saberes, Novas Tendências”	47
4.3 Projecto: “Velhas Técnicas, Novos Conceitos”	49
4.4 Projecto: “Leveza – Reanimar a Filigrana”	51
4.5 Conclusão	52
CAPÍTULO 5 – ESTUDO DE CASOS. AS DIFERENÇAS NOS PROCESSOS DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO	56
5.1 Entrevistas – Designers	58
5.1.1 Helena Cardoso	58
5.1.2 Ana Margarida Fernandes	65
5.1.3 Bernardo Providência	70
5.2 Entrevistas – Artesãs	76
5.2.1 D. Amância, Bordadeira	76
5.2.2 Maria José, Tecedeira	81
5.3 Entrevistas – Directores dos Museus	83
5.3.1 Dr. ^a Salomé Abreu, Directora do Museu do Traje de Viana do Castelo ..	83
5.3.2 Arquitecto Manuel de Carvalho e Sousa, Director do Museu do Ouro de Travassos	87
5.4 Conclusões	95
CAPÍTULO 6 – A INTERACÇÃO DESIGN_ARTESANATO	103
6.1 Criação de Unidades de Apoio à Produção Artesanal	105
6.2 Proposta de uma Metodologia para as U.A.P.A.’s	107
6.3 Definição e Distribuição de Funções nas U.A.P.A.’s	112
6.4 Conclusão	115
CAPÍTULO 7 – CONSIDERAÇÕES FINAIS	117
7.1 Considerações Finais	118
7.2 Conclusões	123
7.3 Perspectivas Futuras	125
CAPÍTULO 8 – BIBLIOGRAFIA	127
ANEXOS	132

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Carta de Artesão.	31
Figura 2: Carta de Unidade Produtiva Artesanal.	32
Figura 3: Símbolo de Unidade Produtiva Artesanal Reconhecida.....	33
Figura 4: Símbolo de Artesão Reconhecido.	33
Figura 5: Etiqueta de Garantia com holograma.....	38
Figura 6: Imagem da Feira de Artesanato de Guimarães.	40
Figura 7: Peças desenvolvidas no projecto.....	46
Figura 8: Trabalhos e marcas de vários artesões	48
Figura 9: Imagem do Projecto ‘Velhas Técnicas Novos Conceitos’	50
Figura 10: Peças em Filigrana da designer Joana Caldeira.....	52
Figura 11: Peças de Helena Cardoso	59
Figura 12: Vestidos de Noiva	66
Figura 13: Trabalhos efectuados no projecto	71
Figura 14: Peças bordadas pela D. Amância para Helena Cardoso	77
Figura 15: Avental do Traje à Lavradeira	81
Figura 16: Fachada do Edifício do Museu do Traje de Viana do Castelo.....	84
Figura 17: Museu do Ouro de Travassos	88
Figura 18: Estrutura possível para as U.A.P.A.’s	107
Figura 19: Áreas nos projectos de apoio às produções artesanais.....	112
Figura 20: Bonecas da Rosa Pomar	122



CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO GERAL



Neste primeiro capítulo abordam-se os objectivos, os métodos e estrutura de um trabalho que procura reflectir sobre as tentativas e possibilidades de interacção entre o design e as artes e ofícios tradicionais. As matérias-primas e o saber fazer “à nossa moda”, poderão ser uma mais valia num mercado cada vez mais competitivo e exigente, apostando na diferenciação, na inovação, na autenticidade e no que é verdadeiramente português, renovando com novos conceitos os produtos e as técnicas tradicionais.

1.1 Enquadramento

O design é acima de tudo uma atitude, com bases num processo planeado e reflectido, que procura a criação na realidade e para a realidade. O design é um sistema aberto, é um sistema de comunicação que pode interagir, simultaneamente, com a ciência, a indústria, a tecnologia e a estética.

Actualmente, inicia-se uma tentativa de interacção entre o design e o artesanato que não será produtiva se não existir um conhecimento pleno e consciente do que são estas actividades.

«O artesão copista, imune às mutações culturais da sociedade e à constante alteração dos padrões de consumo, é uma invenção recente, ditada, essencialmente, por desadequadas estratégias de preservação defensiva de determinadas tradições. O saber é, por definição, dinâmico e evolutivo; os saberes tradicionais são-no também.»
(Exposição “ATÍPICO – Objectos Contemporâneos” 2003)¹

Porque uma sociedade está constantemente em mutação necessita de produtos que a acompanhem nesse processo, produtos actuais, desejados, necessários e competitivos. Face à massificação do consumo, a procura de segmentos de mercado específicos pode ser uma alternativa. O trabalho conjunto do designer e do artesão pode ser um factor decisivo para a criação de produtos únicos em pequenas séries susceptível de ser realizado no contexto do mercado global.

1. Exposição “ATÍPICO – Objectos Contemporâneos” 2003.
Acedido a 18-08-2006, em http://www.ppart.gov.pt/pagina.aspx?pagina=mostra_eventos&cod=1&tipo=1



1.2 Objectivos

O trabalho de investigação a realizar tem como principais objectivos:

- A procura das relações existentes entre o design e as artes e ofícios tradicionais, através do estudo de casos e da consequente sistematização de processos.
- A proposta de uma interface que lhes permita, enquanto sistemas de comunicação, trabalhar em conjunto na criação de novos produtos que preservem técnicas tradicionais de produção

1.3 Metodologia

O desenvolvimento deste trabalho de investigação realizou-se em três fases: a primeira, na qual se estruturou o problema, delineou-se um plano de pesquisa definindo-se o tema, os objectivos e a metodologia de trabalho. Na segunda fase procedeu-se a uma pesquisa bibliográfica e a uma selecção de informação relevante e de referência. Numa terceira fase, contribuíram para a organização da investigação o estudo de casos pois, além de proporcionarem o esclarecimento de questões relevantes para o cumprimento dos objectivos do trabalho, permitiram a análise do problema sob diferentes pontos de vista. Uma vez que o estudo de casos incidiu não só na realidade do designer mas também na do artesão e na de organismos com responsabilidades de preservação como o Museu do Traje de Viana do Castelo e o Museu do Ouro de Travassos, a sua contribuição foi fundamental para o desenvolvimento de uma proposta de metodologia de trabalho, que permitisse o progresso de um projecto em equipa de designers e artesãos, assim como de mecanismos de apoio à produção artesanal.

Outros factores que ajudaram a compreender a actual situação do design, das artes e ofícios tradicionais e o processo de intervenção do design nestas artes foram as presenças nas seguintes conferências:



. Conferência na Universidade do Minho, promovida pela Aliança Artesanal, inserida nas actividades do Programa de Revitalização dos “Lenços dos Namorados”, que teve por objectivo aprimorar os mecanismos metodológicos e operacionais da contribuição do design no artesanato, com a presença de profissionais que têm vindo a participar em diversas actividades relacionadas, na qual se discutiu e reflectiu sobre o papel do design no artesanato, nas comunidades e nos aspectos culturais, sociais e económicos que esta actividade envolve.

. Jornadas Técnicas no CEART² subordinadas ao tema “Tendências de Mercado” pelo coordenador internacional do Projecto Avancraft, Juan Carlos Santos, onde se debateram as mudanças com as quais os profissionais do sector do artesanato se confrontam e perante as quais é necessário uma atitude de acompanhamento da evolução e participação activa em novos projectos, traduzida num maior apoio ao nível da qualificação e inovação, da melhoria dos processos de produção, gestão e comercialização com consequente aumento de rentabilidade produtiva.

. “Diálogos em Design” – 2ª Conferência, realizada na ESTG-IPVC³, na qual se debateu o estado do design em Portugal, a formação e estatuto do designer, a questão da identidade e da “portugalidade” no design. Foi apresentado o sucesso de um projecto onde designers e artesãos/ourives trabalharam em conjunto revelando que a parceria não é impossível.

1.4 Estrutura da Dissertação

A procura das relações existentes entre o design e as artes e ofícios tradicionais e a proposta de uma interface que lhes permita, enquanto sistemas de comunicação trabalhar em conjunto, implica a análise de determinadas questões fundamentais para atingir os objectivos que este trabalho de investigação pretende alcançar.

² CEART – Centro de Formação Profissional do Artesanato

³ ESTG-IVPC – Escola Superior de Tecnologia e Gestão - Instituto Politécnico de Viana do Castelo



Procedeu-se, no capítulo 2 à análise dos conceitos e ideias associados ao design através do estudo da relação entre os processos de concepção e os processos de produção. Procurando compreender o percurso metodológico da criação de um produto, assim como, as relações do artista, artesão ou designer com esse mesmo percurso, este capítulo apresenta uma breve abordagem histórica da identidade do design. Para melhor compreender a situação a nível nacional são também abordadas questões como a situação dos profissionais de design em Portugal, assim como esclarecidos os desempenhos e funções de determinadas entidades e organismos com responsabilidades nesta área.

O capítulo 3 analisa os conceitos e ideias associados ao artesanato no seu âmbito de actuação e intervenção. Procurou-se entender o conceito de actividade artesanal, o artesanato como expressão cultural e a inerente transmissão de conhecimentos. À semelhança da abordagem feita no capítulo 2 à situação do design em Portugal, no capítulo 3 procura-se clarificar o actual panorama nacional do artesanato e das entidades e organismos que com esta área estão directamente relacionados. A análise dos processos de certificação e a visita e observação de feiras de artesanato contribuiu para perceber a situação actual das actividades artesanais.

O capítulo 4 apresenta quatro projectos que têm por objectivo a recuperação e inovação das artes e ofícios tradicionais. Cada projecto é desenvolvido com um grupo composto por elementos de diferentes áreas profissionais procurando obter-se o máximo proveito das diferentes formas de intervenção de cada elemento no processo de trabalho. Apesar do objectivo inicial ser comum aos projectos apresentados, as diferenças que surgem pelas inerentes dificuldades, conduções e lideranças dos processos de trabalho permitem uma avaliação e comparação de resultados, evidenciando os pontos positivos e os pontos negativos de cada projecto.

No capítulo 5, o estudo de casos através de entrevistas, torna-se essencial para perceber a realidade dos designers, artesãos e entidades com responsabilidades na preservação de produtos e técnicas tradicionais. O



objectivo deste capítulo é compreender as diferentes metodologias de trabalho encontrando possibilidades para uma interacção de sucesso.

O capítulo 6 apresenta o desenvolvimento de uma proposta de interface que permita o trabalho conjunto destas duas áreas, o design e as artes e ofícios tradicionais.

No capítulo 7 apresentam-se as interpretações e conclusões, a partir da reflexão das ideias encontradas nos capítulos anteriores.,



CAPÍTULO 2

CONCEITOS E IDEIAS ASSOCIADOS AO DESIGN



Procura-se neste capítulo abordar a relação entre os processos de concepção e os processos de produção em determinados períodos históricos procurando compreender o percurso metodológico da criação de um produto, assim como, as relações do artista, artesão ou designer com esse mesmo percurso.

O surgimento do design enquanto disciplina e a sua associação ao conceito industrial de produção mais não é do que a concretização da separação do momento de concepção do processo produtivo, sobre o qual o designer não tem controlo directo (ainda que o possa prever e planear antecipadamente) nem intervenção possível. Partindo do princípio que o designer surge como um projectista as suas preocupações centram-se na função e na viabilidade do projecto, havendo um controlo racional do processo criativo e um distanciamento físico do processo produtivo.

Contudo, hoje o designer é também, cada vez mais um artista, um criador, verifica-se uma maior aproximação e uma atitude mais interventiva no processo produtivo sem que haja perda de racionalidade na fase de concepção do produto.

Procedeu-se também neste capítulo a uma breve abordagem da situação do design em Portugal, dos profissionais, do reconhecimento e regulamentação da profissão e das entidades e organismos envolvidos na sua promoção, apoio e desenvolvimento.

2.1 Análise da Relação entre os Processos de Criação e os Processos de Produção

O método e processo de criação deveriam ser ferramentas da arte [«arte» (ars, artis) palavra latina para definir habilidade técnica ou conhecimento sobre o saber fazer] (A Alma do Design, 2003)⁴, dos artistas, artesãos, artificies, engenheiros, arquitectos e designers que:

⁴ Entrevista a Francisco Providência – ‘Das Relações entre o Design e o Artesanato’, *A Alma do Design*, 2003, Centro Português de Design, pág. 16



«Nascendo de um tronco comum, vão-se especializando no tempo, autonomizando-se nas suas práticas profissionais. O artífice especializa-se por artes, por tecnologias, passando de um nível artesanal (de habilidade) para o nível industrial (da exploração maquinal), ganhando também autonomia intelectual; abre-se a distinção entre artes mecânicas e artes livres, fazendo-se a distinção no séc. XVI entre o artesão inconsciente que repete mecanicamente o modelo, que desenvolve uma actividade tecnológica – do fazer – e o outro artista, que cria livremente novas propostas – do projectar.» (A Alma do Design, 2003) ⁵

Considerando o design um sistema de concepção, produção e comunicação ao qual o inconsciente colectivo associa automaticamente conceitos como indústria e estética, historicamente, «não nos parece supérfluo recordar aqui que, em todas as sociedades, existe um ponto nevrálgico, em que ocorre o processo de produção e reprodução material (...)» (Maldonado, T., 1991)⁶ no qual o design vulgarmente sentido ou entendido como industrial, surge como um «fenómeno social total», não podendo ser entendido de forma isolada mas sim no seio de um conjunto de factores sociais e culturais, porque desde sempre as sociedades idealizaram e procuraram produzir objectos para satisfazer necessidades e utopias. A revolução intelectual levada a cabo por homens do Renascimento como L.B.Alberti, Piero della Francesca e Leonardo da Vinci confirma esta vontade da espécie humana pela criação e produção. (Maldonado, T., 1991)⁷

A Revolução industrial iniciada no séc. XVIII em Inglaterra é o ponto histórico a partir do qual se podem procurar as causas e origens do conceito que hoje temos de design, sobretudo um conceito associado ao projecto e à indústria. O surgimento da profissão de designer atribuído ao sistema de divisão de trabalho, que culminou com a Revolução Industrial e que separou as acções de criação e confecção do produto, antes integradas na actividade do artesão, em momentos e sujeitos diferentes. Esta revolução significou a passagem de um regime de produção tradicional, manufactura, para um regime de produção industrial baseado na máquina, maquinofactura. O avanço da mecanização

⁵ Entrevista a Francisco Providencia – Das Relações entre o Design e o Artesanato, *A Alma do Design*, 2003, Centro Português de Design, pág.18.

⁶ Maldonado, T., 1991, *Design Industrial*, Edições 70, pág.17

⁷ Maldonado, T., 1991, *Design Industrial*, Edições 70, pág.21, 22



chega à agricultura, provocando um excedente de mão-de-obra que se torna essencial ao desenvolvimento da indústria, então caracterizada por inovações técnicas e científicas, como a máquina de cardar, a máquina a vapor ou o tear mecânico. A tradição manufactureira, com um certo grau de especialização, que caracterizava a antiga “indústria” têxtil inglesa revelou a sua preparação para esta alteração de regimes de produção que, posteriormente, e devido a uma série de factores como o desenvolvimento dos meios de transporte e a consequente facilidade de circulação de produtos, se alastrou ao resto da Europa. Esta revolução alterou as regras de mercado, as tecnologias e o comportamento social e cultural, com a afirmação de uma nova realidade, a realidade da vida moderna. (Diciopédia 2003, 2003)⁸

Simultaneamente a esta revolução ocorrem outras: a demográfica caracterizada pela deslocação de pessoas para regiões industrializadas, junto a minas de carvão e ferro, dando origem a povoações que se transformaram em grandes centros urbanos; a arquitectónica/construtiva, com transformações nos programas, sistemas e técnicas de construção devido à necessidade de construção de edifícios para novas funções e exigências, até então inexistentes. Exemplos da revolução arquitectónica são as pontes metálicas, as estações de caminho de ferro, as fábricas, armazéns, escritórios, escolas, mercados, hospitais e os pavilhões de exposições como símbolo dos avanços tecnológicos da vida moderna. O ferro e o vidro, produzidos industrialmente, são os materiais de eleição pois satisfazem uma série de condicionalismos como a construção em altura (arranha-céus), a cobertura de grandes espaços (pavilhões e armazéns), sendo os custos de produção reduzidos pela rapidez de execução característica da produção em série.

Estes fenómenos sociais, que caracterizam as sociedades num determinado período temporal e espacial, têm repercussões nas formas, nos espaços e nos conceitos. Esta sociedade moderna traduz através destes a sua funcionalidade, o seu racionalismo e pragmatismo, pondo em causa os modelos historicistas,

⁸ Diciopédia 2003, Porto Editora



ecléticos e revivalistas que utilizavam formas derivadas de períodos históricos do passado.

Esses modelos são defendidos por teóricos como John Ruskin (1819-1900) e William Morris (1834-1896) que, associados ao revivalismo gótico, são as figuras mais importantes do movimento Arts and Crafts, que surgiu em Inglaterra no séc. XIX como reacção aos “excessos da industrialização, à falta de originalidade e à vulgarização formal a que a produção estandardizada tinha conduzido o fabrico de objectos utilitários” (Nunes, P. S., 2001)⁹. O movimento Arts and Crafts é orientado por ideais socialistas que se opõem ao capitalismo e à produção em massa, característicos do processo de industrialização. Um destes ideais está relacionado com o papel social da arte na educação da sensibilidade e do gosto, como forma de contrariar a apatia e alienação geral que caracteriza os actuais processos produtivos, restituindo a qualidade estética dos produtos através da recuperação da ligação entre o processo criativo e o produtivo, de forte expressão individual, com uma procura constante de meios e materiais de concretização, no qual é visível uma associação directa aos sistemas de produção oficiais da idade média.¹⁰

Assumindo a separação entre arte (como processo produtivo consciente) e indústria, surge o reconhecimento e valorização da estética, saberes e técnicas artesanais de forte inspiração naturalista, salvaguardando regionalismos, defendendo a manufactura como factor importante no controlo consciente e sentido do processo produtivo. Na passagem do séc. XIX para o séc. XX na Europa e nos Estados Unidos, a produção de objectos decorativos e de uso quotidiano, inspirada em motivos naturalistas vai criar as bases da Arte Nova. Uma arte que exprimiu os tempos modernos, assimilando o desenvolvimento tecnológico e industrial através da integração de novos materiais como o ferro, o vidro e o betão, recolhendo simultaneamente influências formais e conceptuais do Arts and Crafts.

⁹ Nunes, P. S., 2001, *História da Arte*, Lisboa Editora

¹⁰ No modelo de produção artesanal que vigorou durante o período medieval, destacava-se a figura do artesão como responsável pela criação da forma do produto e também como possuidor dos conhecimentos técnicos para a sua materialização. A mesma pessoa reunia as capacidades para projectar e confeccionar o produto.



A influência na forma dos estilos decorativos (neogótico, neogrego, neo-renascentista, etc.) explica a abordagem sistemática do processo produtivo industrial – racionalização e tipificação de objectos produzidos em série – que se verifica na Alemanha no período que antecede a Primeira Guerra Mundial. Como forma de ostentação de riqueza a burguesia adquire objectos ornamentados, o que em termos produtivos implica a incorrecta utilização e desperdício de matéria-prima e força de trabalho. Em 1907 surge uma organização denominada Deutscher Werkbund cuja finalidade consiste em: «nobilitar o trabalho industrial (profissional ou artesanal), em colaboração com a arte, a indústria e o artesanato, através da instrução, da propaganda, e de uma firme e rígida tomada de posição». (Maldonado, T., 1991)¹¹ Tendo por objectivo balizar a qualidade da produção industrial entre a utilidade e a beleza, esta organização evoca novamente a questão da relação entre o funcional e o emocional no objecto de consumo, já presente no movimento Arts and Crafts, preferindo contudo o fabrico industrial ao manual. Peter Behrens, um dos fundadores “analisa a relação, frequentemente conflituosa, entre as exigências estético-expressivas do artista e as técnico-funcionais do engenheiro” (Maldonado, T., 1991)¹² tendo por ideal a fusão da arte e da técnica numa única realidade. “Impulsiona o trabalho artesanal associado à indústria de forma a obter produtos de alta qualidade típicos do trabalho manual individualizado mas produzindo-os em grandes quantidades”. (Cruz, L. M. G., 2006)¹³ O design começa a afirmar-se como uma actividade de projecto, relacionando a forma aos métodos de produção. Com o funcionalismo, o design passa a preocupar-se com a viabilidade técnica dos produtos de um ponto de vista racional, pois torna-se primordial a optimização de materiais e processos produtivos.

«(...) Walter Gropius cujos ideais estéticos estão ligados à fundação, em 1919, da Bauhaus, escola de arte, arquitectura e design que resultou da fusão da Escola de Artes e Ofícios, dirigida por Henry Van de Veld, com a Escola

¹¹ T. Maldonado, 1991, *Design Industrial*, Edições 70, pág.39

¹² T. Maldonado, 1991, *Design Industrial*, Edições 70, pág.42

¹³ Cruz, L. M. G., 2006, Revista ODNI, nº zero



Superior de Belas-Artes» (Nunes, P. S., 2001)¹⁴, contribuiu significativamente para a definição do papel do designer. Com um projecto pedagógico revolucionário, propõe a modernização das artes através da ligação destas à técnica, valorizando o papel do artífice e o papel social da arte (princípios do Arts and Crafts e do Deutscher Werkbund). (Nunes, P. S., 2001)¹⁵ Num primeiro período, exaltava-se o artesanato e o expressionismo irracional, com estreita ligação entre artistas e artesãos, arte e indústria, utensílio e máquina. No período seguinte, a estética De Stijl opõe-se como movimento artístico que glorifica a máquina e o controlo racional do processo criativo.

Assim se separam concepção e produção no processo de criação de produto e se abre caminho à polémica divisão do design em dois tipos: o “design acima da linha” e o “design abaixo da linha”, o primeiro preocupado essencialmente com aspectos estilísticos e formais dos objectos e o segundo com a estrutura e funcionalidade dos mesmos. Esta divisão remete para uma outra definição bipolar do design, a que o divide em “design-quente” e “design-frio”, o quente “feito por poucos com poucos meios e destinado à fruição artístico-cultural de alguns poucos sujeitos sociais”, o frio “endereçado à produção industrial e destinado ao consumo de massa”, reconhecendo-se nesta divisão, ainda hoje presente, uma temática já debatida no final do séc. XIX, com o movimento Arts and Crafts. (Maldonado, T., 1991)¹⁶

Verificam-se então, desde a Idade Média até ao início do séc. XX, diferenças na relação entre os processos de concepção e de produção. Estes, quer sejam analisados em função de movimentos artísticos ou factores económico/productivos remetem sempre para a problemática questão da forma, da função e da metodologia.

Considerando o termo design utilizado como definição de qualquer actividade artesanal ligada a um processo de projecto, compreendido com a intenção de

¹⁴ Nunes, P. S., 2001, *História da Arte*, Lisboa Editora, pág.226

¹⁵ Nunes, P. S., 2001, *História da Arte*, Lisboa Editora

¹⁶ Maldonado, T., 1991, *Design Industrial*, Edições 70, pág.83



formular, desenvolver e executar, em determinadas condições e utilizando conhecimentos tecnológicos específicos, um determinado artefacto integrante da cultura material das sociedades, são as modificações impostas pela revolução industrial do séc. XIX que impõem a associação do termo industrial ao design (Corrêa, R. O., 2003)¹⁷, unindo «os conceito de planejamento, controle, domínio da linguagem e dos processos ao de série reproduzida mecanicamente!» (Escorel, A. L., 2001)¹⁸

Contudo, esta associação do design ao industrial não depende da evolução do trabalho efectuado nas oficinas artesanais, mas é consequência de um conjunto de factores como o capitalismo, a concentração populacional nos centros urbanos, o acesso ao consumo massificado pela oferta da produção em série de artefactos. O que faz com que esta associação de conceitos mais não seja do que a concretização da separação do momento criativo dos meios de produção, iniciada já no final da idade média com o início da organização industrial capitalista baseada em métodos artesanais de produção. (Heskett, J., 1998)¹⁹

2.2 Breve Abordagem Histórica

Durante os anos 20 e 30, para além do racionalismo da Bauhaus, surgem manifestações e tendências paralelas como a *Art Déco*.

Depois da Primeira Grande Guerra verifica-se que a filosofia *fordiana* do produto, aparentemente insubstituível, não tem forças para subsistir porque apesar da crise e na “euforia da prosperidade” (Maldonado, T., 1991)²⁰, interessa menos o preço do que o estilo e o conforto. O *Styling*, que beneficia o aspecto físico do produto em detrimento da sua qualidade ou necessidade, mais do que uma modalidade do design industrial é uma resposta do capitalismo monopolista americano à crise, libertando as linhas de produção de

¹⁷ Corrêa, R. O., 2003, *Design e Artesanato: uma reflexão sobre as intervenções realizadas na Costa do Descobrimento – BA*. Acedido a 09-08-2006 em <http://www.ppgte.cefetpr.br/dissertacoes/2003/ronaldo.pdf>

¹⁸ Escorel, A. L. 2001, *Design em Colete de Aço*. Folha de São Paulo, n.08 Julho, Caderno Mais. pág. 16-17.

¹⁹ Heskett, J., 1998. *Desenho Industrial*, 2ª. Ed. Rio de Janeiro: José Olímpio, pág.10-11

²⁰ Maldonado, T., 1991, *Design Industrial*, Edições 70, pág.46



uma “monotonia enfasiada”, condenável não pela funcionalidade mas pelo produtivismo. E assim se verificam no panorama do design industrial dois pólos opostos: o *Styling* e o estilo Bauhaus. Surge a procura pelo *good design*, objectos com qualidade formal, considerados exemplares, com algo mais consistente do que o *Styling* da *Art Déco*. (Maldonado, T., 1991)²¹

Na década de 40 desenvolve-se na Europa o conceito equivalente ao *good design* norte-americano, a *gute form* (boa forma). A Escola de Ulm, dando continuidade a uma orientação estético-formal característica do período W. Gropius, caracteriza-se por uma estética científica e por um design asséptico e objectivo sem espaço para metáforas. A escola desenvolveu projectos com a Braun com uma filosofia projectual baseada na eliminação do acessório e desnecessário ao funcionamento do produto. (Santos, M. R., n.d.)²² O funcionalismo que caracterizou esta década foi rejeitado na seguinte.

Nos anos 60 e 70, o design de produto sofre a influência da *Pop Art*, assim como se caracteriza pela conquista de um lugar de destaque do espírito lúdico do design italiano que «opera, sobretudo, no projecto dos objectos, a que, para abreviar, chamaremos objectos decorativos.» (Maldonado, T., 1991)²³ «Nesta óptica, os objectos devem exprimir uma estética (e uma ética) precária. Objectos banais, divertidos, um pouco petulantes e irreverentes (...)» (Maldonado, T., 1991)²⁴ de natureza efémera e sem pretensões de longa duração. A importância da forma, do aspecto visual e do significado dos objectos são mais importantes do que a sua função.

A partir da década de 80 o design passa a questionar o consumismo excessivo das sociedades capitalistas e volta a sua atenção para o ser humano e para o ambiente. Surge o design verde, valorizando a preocupação com o uso de materiais recicláveis, a durabilidade dos produtos e a economia de energia. O

²¹ Maldonado, T., 1991, *Design Industrial*, Edições 70

²² Santos, M. R., n.d., *Considerações sobre o Design Brasileiro*, Acedido a 22-12-2005 em http://www.geocities.com/a_fonte_2000/design2.htm

²³ Maldonado, T., 1991, *Design Industrial*, Edições 70, pág.87

²⁴ Maldonado, T., 1991, *Design Industrial*, Edições 70, pág.89



design que prevê no projecto a reciclagem de cada componente do produto, antecipando para o momento da concepção a preocupação com o destino dos objectos após o fim da sua vida útil. (Santos, M. R., n.d.)²⁵ Também caracterizam este período as preocupações com a economia de energia e com os seres humanos portadores de limitações físicas, alguns grupos de designers como o *Ergonomi Design Gruppen* da Suécia, tinham como filosofia que "a necessidade e o desejo do utilizador deviam ser a base do projecto". Contudo outras características marcaram este período.

O grupo *Memphis*, influenciado pelos grupos da década de 60, foi fundado por Ettore Sottsass é considerado o grupo mais importante da década, debruçava-se sobre o design de móveis, iluminação e objectos cerâmicos, produzidos por oficinas de artesanato (Tambini, M., 1997)²⁶. Utilizando cores fortes e figuras geométricas, inspiravam-se numa variedade eclética de fontes, dando ênfase à estética e ao simbolismo do objecto em detrimento da função, pressupostos similares aos grupos de 1960. Os móveis expostos em galerias de arte, a preços de objectos de arte, foram característicos dos anos 80: peças únicas fabricadas em séries limitadas, orientadas para um sector com poder de compra. Segundo Búrdek, a auto denominada vanguarda não se orientou pelas exigências da produção em série, nem tão pouco pelas necessidades humanas, mas fundamentalmente pela expressão individual do espírito da época. (Burdek, B. E., 1994)²⁷

Nos anos 90, os avanços tecnológicos proporcionam ao design a possibilidade de uma perspectiva multidisciplinar. O design, enquanto disciplina que sofreu sempre de uma indefinição de conceitos, que esteve sempre entre o ser e o não ser: entre a arte e a tecnologia; a forma e a função; o método e a intuição; a criação e a produção, tem agora ao seu dispor a possibilidade de efectuar o cruzamento destas dualidades e indefinições, criando um novo conceito.

²⁵Santos, M. R., n.d., *Considerações sobre o Design Brasileiro*, Acedido a 22-12-2005 em http://www.geocities.com/a_fonte_2000/design2.htm

²⁶ Tambini, M., 1997, *O Design do Século*, São Paulo, Ática

²⁷ Burdek, B. E., 1994, *Diseño - Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gilli



Considerando a seguinte definição enciclopédica: “Design, substantivo masculino de origem inglesa, que significa: desenho, esboço, plano; desenho destinado à arte industrial, que serve de base à produção em série de objectos de uso comum, a cuja utilidade prática se deverá juntar beleza e elegância; estética industrial, estilo industrial; concepção gráfica de um produto.” (Diciopédia2003, 2003)²⁸ O design é sobretudo desígnio, intento, propósito que tem no desenho, no esboço e no plano, um instrumento de reflexão, exteriorização e concretização de ideias abstractas para conceber e criar objectos, quer seja por métodos industriais, semi-industriais ou artesanais de manufactura. Do ponto de vista antropológico o design é uma entre muitas actividades projectuais, como as artes, o artesanato, a arquitectura, a engenharia e outras que expressam a sua cultura pela produção de artefactos.

É pelo facto de a arte em si não ter outra finalidade senão a da fruição, que o design, frequentemente associado com a dimensão artística pelas cores, formas, materiais e imagens, pode ser entendido como algo meramente estilístico e secundário. Contudo, a identificação do utilizador com o produto, a associação de conceitos, ideias e valores e a percepção de que o designer compreendeu e antecipou as suas necessidades, são condições básicas para a eficácia e sucesso de qualquer projecto, porque na procura da inovação o processo criativo associado à prática artística pode e deve estar presente no processo científico e tecnológico com o trabalho conjunto de designers e engenheiros, sem que haja subordinação da arte (forma e dimensão sócio-cultural e simbólica) à técnica (função e métodos de produção) e vice-versa.

«Assim, o que motiva o designer é o briefing, o que motiva o artista é exactamente a ausência de briefing, porque “o design não reside nos produtos acabados... Não é o resultado e sim o processo de criação” (Andrea Branzi). “Design é a transformação das ideias das pessoas em forma... É transformar o invisível em visível... É sobretudo o processo de criação humana de novas realidades...” (Kenji Ekuan) “Design é uma actividade consciente e criativa, que combina tecnologia e materiais com o contexto

²⁸ Diciopédia2003, Porto editora



social, com o propósito de ajudar a satisfazer ou modificar o comportamento humano.” (Alexander Manu)» (Barroso, E., 1999)²⁹

2.3 – O Designer em Portugal

Nunca como hoje se utilizou tanto a palavra design, o design está na moda. Por muitos a palavra é aplicada mas, muito poucos sabem quais as suas reais potencialidades. Assiste-se, por parte das empresas, a uma procura crescente de designers, contudo grande parte dos empresários portugueses ainda não tem pleno conhecimento e consciência da mais valia que significa um designer na sua empresa, surgindo por vezes dificuldades, por falta de conhecimento e informação, na atribuição de funções e responsabilidades. O designer sofre enquanto profissional com a associação que muitas vezes se faz deste ao artista, ser boémio de ideias luminosas, sem regras nem método. As capacidades de um gabinete de design nalgumas empresas não são bem aproveitadas, mas muitas vezes exploradas, por falta de conhecimento das suas reais potencialidades.

A oferta de formação na área é hoje variada e existem bons profissionais, alguns com reconhecido valor a nível internacional. A área empresarial é a mais procurada pelos designers recém-licenciados para iniciar a sua actividade enquanto profissionais, contudo as dificuldades são muitas pelo facto de ser uma profissão muito recente que não atingiu ainda o estatuto, respeito e reconhecimento de outras áreas como por exemplo a engenharia e a arquitectura.

Em Portugal, contudo, tem-se verificado nalguns círculos um esforço no sentido da promoção, divulgação e sensibilização para o trabalho desenvolvido pelos profissionais nas diferentes áreas do design. Segundo a Direcção-Geral do Emprego e das Relações de Trabalho o designer combina:

²⁹Barroso, E., 1999. *Design, Identidade Cultural e Artesanato*. Acedido a 12-01-2006 em <http://www.eduardobarroso.com.br/artigos.htm>



«(...) a criatividade e o conhecimento técnico para conceber e recriar espaços e produtos visuais e materiais, atendendo à sua finalidade e procurando que sejam visualmente agradáveis. A sua função é gerir com uma finalidade específica os elementos visuais presentes no seu objecto de trabalho, nomeadamente a sua forma, tamanho, espaço, cor, peso, materiais, textura ou simbolismo (o que representa ou pode representar), consoante as suas características. O seu trabalho incide sobre espaços exteriores, interiores e paisagísticos, públicos ou privados, equipamentos urbanos, produtos e objectos de fabrico industrial e artefactos de comunicação. Os campos de intervenção dos designers são, assim, muito diversos, pelo que a maioria tende a especializar-se numa determinada área de trabalho. O design de comunicação, o design industrial, o design de moda e têxtil e o design de espaços são alguns dos principais campos de actividade destes profissionais. (...)

Em suma, os designers geram novos conceitos, ideias e relações entre elementos, com base na sua criatividade. Esta é, todavia, condicionada por uma série de factores, tais como a utilidade ou a finalidade dos produtos, a sua viabilidade tecnológica, as tendências existentes, os prazos impostos, os requisitos do cliente, a aceitabilidade do mercado, as exigências técnicas, o orçamento financeiro estipulado e os critérios de manutenção, segurança e fiabilidade.

Para além das funções inerentes à concepção e ao acompanhamento da execução de projectos por si concebidos e elaborados, o designer pode ainda desenvolver a sua actividade no âmbito da pesquisa e investigação. Assim, cabe-lhe elaborar pareceres sobre aspectos formais, tecnológicos ou funcionais sobre determinado material, produto ou processo; pesquisar e desenvolver novos conceitos, teorias ou métodos para a aplicação das suas ideias ou das de outros; elaborar comunicações científicas e relatórios; proferir ou assistir a conferências, seminários ou oficinas; ou ainda escrever livros, textos de apoio ou artigos.» (Profissões – Guia de Caracterização Profissional, 2005)³⁰

Apesar da definição institucional, o designer continua a viver uma situação de indefinição no que se refere à ausência de uma categoria profissional instituída no CAE (Código das Actividades Económicas).

³⁰ Profissões – Guia de Caracterização Profissional, 2005. Acedido a 17-05-2006 em <http://www.dgct.msst.gov.pt/profissoes2005/designer.htm>



2.3.1 - Entidades e Organismos Nacionais

Existem várias associações públicas e instituições com responsabilidades na promoção e valorização do design em Portugal cujos objectivos passam pela representação e defesa dos licenciados e diplomados em Design que exerçam a profissão de designer, e pelo reconhecimento e institucionalização da profissão bem como a defesa e orientação dos profissionais do design junto das instituições públicas ou privadas, no âmbito da legislação aplicável. Assim destacam-se no actual panorama português os seguintes organismos:

AND – Associação Nacional de Designers

APD – Associação Portuguesa de Designers

CPD – Centro Português de Design

Segundo os seus estatutos, a AND (Associação Nacional de Designers) contribui para a defesa, representação e promoção do design através da valorização profissional, científica e artística dos designers associados; a regulamentação da actividade profissional, defendendo interesses e direitos fazendo respeitar os seus princípios deontológicos e contribui ainda na colaboração para uma melhor e constante formação do designer acompanhando a situação do ensino do design. No artigo 4º do capítulo I dos estatutos da Associação Nacional de Designers, apresentado no *Anexo 1*, podem-se ler as suas atribuições.

De igual forma, a APD (Associação Portuguesa de Designers) «tem como principal objectivo desenvolver o design ao serviço da colectividade, promovendo níveis de competência e integridade profissional», como se pode ler no artigo 5º do capítulo II, apresentado no *Anexo 2*.

Recentemente, a Associação Portuguesa de Designers lançou uma Petição para o Reconhecimento da Profissão de Designer, direccionada ao Presidente da Assembleia da República, para que à tabela de classificação de actividades a que se refere o artigo 151º do Código do IRS, Decreto-Lei nº442-A/88, de 30



de Novembro, seja aditada a actividade 'Designer', passo inicial e fundamental para o reconhecimento desta actividade autónoma.

Das acções actualmente em curso da Associação Nacional de Designers, também consta a revisão do CAE – Código de Actividades Económicas, para inclusão das 4 áreas de especialização do Design (Design de Ambientes, de Comunicação, Industrial/Produto e Têxtil/Moda), bem como actividades de investigação científica e de desenvolvimento, o reconhecimento da profissão junto de organismos estatais e obtenção de direitos para os designers, a definição de uma tabela de honorários e a colaboração com algumas escolas na definição das estruturas curriculares segundo o processo de Bolonha.

Por sua vez o CPD (Centro Português de Design), segundo o seu plano estratégico:

«Tem, ao longo destes anos, desempenhado um importante e significativo papel na promoção do design, no seu entendimento como factor decisivo na estratégia empresarial e como disciplina agregadora dos interesses de produtores e consumidores. (...)» (Visão, Missão e Objectivos, n.d.)³¹

Com a consciência que o design procura responder a necessidades e resolver problemas ajudando à diferenciação, o Centro Português de Design procura levar o design aos agentes económicos definindo-se como:

«Um interface entre as empresas e os serviços de design que elas necessitam; pesquisa oportunidades, valoriza profissionais e meios, faz participar o público no mundo do design.» Um dos principais objectivos prende-se com a divulgação e a promoção do uso do design por parte das empresas nacionais. Assim como incentivar «a promoção do design enquanto factor de competitividade e internacionalização das empresas; ligar o design a novas áreas; estimular os sectores onde já se sente a acção do design; apostar na formação, conhecimento, e qualificação em design com prioridade para as áreas emergentes, de inovação, de cultura e de tecnologia.» (Visão, Missão e Objectivos, n.d.)³²

³¹ Visão, Missão e Objectivos, n.d.. Acedido a 14-03-2005 em <http://www.cpd.pt>

³² Visão, Missão e Objectivos, n.d.. Acedido a 14-03-2005 em <http://www.cpd.pt>



Embora estas sejam as associações públicas e instituições que directamente estão associadas à área do Design em Portugal existem muitas outras organizações que pela colaboração directa ou indirecta com estas, contribuem para a promoção e desenvolvimento do design em Portugal.



CAPÍTULO 3

CONCEITOS E IDEIAS ASSOCIADOS AO ARTESANATO



Neste capítulo, procura-se perceber o que é a actividade artesanal, o seu conceito, o seu âmbito de actuação e intervenção. No panorama nacional, apresenta-se uma análise da situação artesanal expressa através da análise de feiras como a Feira de Artesanato de Guimarães e a FIL (Feira Internacional de Lisboa) e do processo de certificação de produtos artesanais.

3.1 – Actividade Artesanal

«Artesanato, do fr. artisanat, «id.»; substantivo masculino; manufactura de objectos com matéria-prima existente na região, produzidos por um ou mais artífices com o auxílio dos seus familiares, numa pequena oficina ou na própria habitação, com o fim de os trocar ou vender; pequena indústria especializada; conjunto das artes industriais.» (Diciopédia 2003, 2003)³³

Em todas as épocas e nas mais variadas culturas, a história assinala a presença do fabrico de objectos artesanais o que revela a antiguidade deste processo. A actividade artesanal pode ser percepcionada como precursora dos actuais processos industriais estandardizados (uniformização de modelos produzidos em série), se considerada como uma pequena indústria especializada. Pois indústria mais não é do que: «habilidade para fazer alguma coisa; destreza; artifício; engenho; astúcia; manha; diligência; artimanha; arte; invenção; ofício; actividade económica que se utiliza de uma técnica, dominada, em geral, pela presença de máquinas ou maquinismos, para transformar matérias-primas em artefactos acabados; do lat. *industria-*, «actividade; trabalho». (Diciopédia 2003, 2003)³⁴

No séc. XVI faz-se a distinção entre o artesão que de forma inconsciente repete mecanicamente o modelo, uma actividade ligada ao fazer e o outro artista, que cria livremente novas propostas com o projectar. (A Alma do Design, 2003)³⁵ Com a revolução industrial no séc. XIX, a distinção entre as artes ditas mecânicas e as livres toma outra forma, quem repete

³³ Diciopédia 2003, Porto Editora

³⁴ Diciopédia 2003, Porto Editora

³⁵ Entrevista a Francisco Providencia - Das Relações entre o Design e o Artesanato, *A Alma do Design*, 2003, Centro Português de Design, pág. 18.



inconscientemente o modelo é o operário e o artesão adquire o estatuto de mestre, detentor do conhecimento técnico e dos materiais com o qual cria artefactos (do lat. arte factu-, «feito com arte»; objecto produzido pelas artes mecânicas) (A Alma do Design, 2003)³⁶. Apesar do artesanato ser ainda hoje por muitos manuais considerado uma arte mecânica, num sentido de certa forma às vezes depreciativo, não significa que esta designação não esteja a mudar. As artes ditas livres, como a pintura, a escultura, as performances, as instalações entre outras manifestações mais ou menos contemporâneas de arte, segundo uma definição Kantiana, são 'finalidade sem fim'. A palavra arte pode assumir várias significações na linguagem, falando-se da transformação de matéria prima pelo homem, ela pode representar uma forma de produção quando se desenvolve na procura do útil ou uma forma de expressão se desenvolvida na procura do belo.

A actividade artesanal, enquanto finalidade com fim é, segundo o PPART³⁷:

“Uma actividade económica, de reconhecido valor cultural e social, que assenta na produção, restauro ou reparação de bens de valor artístico ou utilitário, de raiz tradicional ou contemporânea, e na prestação de serviços de igual natureza, bem como na produção e preparação de bens alimentares, no equilíbrio entre a fidelidade aos processos tradicionais e a abertura à inovação”.(Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal – Guia do Utilizador, n.d.)³⁸

A fidelidade aos processos tradicionais tem como característica predominante a intervenção pessoal nas fases do processo produtivo que determinam a qualidade e a natureza artesanal do produto final de fabrico individualizado e genuíno, sendo essa intervenção levada a cabo pelo artesão classificado pelo PPART como aquele que:

³⁶ Entrevista a Francisco Providencia - Das Relações entre o Design e o Artesanato, *A Alma do Design*, 2003, Centro Português de Design, pág. 18.

³⁷ PPART – Programa para a Promoção dos Ofícios e das Micro empresas Artesanais

³⁸ *Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal – Guia do Utilizador*, n.d.. Acedido a 20-11-2005 em http://www.ppart.gov.pt/documentos_user/paginas/PPART_Guia.pdf



“Exerce uma actividade artesanal, por conta própria ou por conta de outrem, inserido em unidade produtiva artesanal reconhecida, ao qual se exige: domínio dos saberes e técnicas inerentes à actividade em causa e apurado sentido estético e perícia manual. (...) O reconhecimento do estatuto de artesão, em Portugal, é feito através da atribuição da ‘carta de artesão’, relativamente a uma ou mais actividades artesanais, desde que, para cada uma delas, se verifiquem cumulativamente as seguintes condições: dedicação à actividade a título profissional, exercício da actividade em unidade produtiva artesanal reconhecida (incluindo aqui os casos em que o artesão trabalha por conta própria) e desenvolvimento de uma actividade constante no Repertório de Actividades Artesanais. (...) Considera-se unidade produtiva artesanal toda e qualquer unidade económica, legalmente constituída e devidamente registada, designadamente sob as formas de empresário em nome individual, estabelecimento individual de responsabilidade limitada, cooperativa, sociedade unipessoal ou sociedade comercial que desenvolva uma actividade artesanal.” (Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal – Guia do Utilizador, n.d.)³⁹

3.1.1 – O Artesanato como Expressão Cultural

O artesão domina todo o processo produtivo, possui experiência e conhecimentos técnicos sobre os materiais, os instrumentos e as técnicas inerentes ao fazer. Conquistou a admiração e o respeito dos seus aprendizes, clientes, consumidores e admiradores. Descobriu os segredos, os caprichos e as exigências do material. E a sua principal preocupação centra-se na transmissão de conhecimentos e experiências às gerações futuras como forma de preservar velhos saberes, valores e tradições. As ferramentas assumem a condição de extensões do corpo do homem, aumentando as possibilidades de transformação nas intervenções que este faz na natureza como indivíduo descodificador do seu meio. Assim, o objecto torna-se testemunho de um

³⁹ Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal – Guia do Utilizador, n.d.. Acedido a 20-11-2005 em http://www.ppart.gov.pt/documentos_user/paginas/PPART_Guia.pdf



conhecimento técnico e de uma visão do mundo, expressão de valores, símbolos e crenças correspondentes a um determinado meio cultural.

A transformação da matéria-prima em objectos com uma função: utilitária, lúdica, religiosa ou decorativa permite a análise do artesanato sob diferentes pontos de vista. Do ponto de vista social a importância da actividade artesanal relaciona-se não só com questões de sustento mas também com o papel de prestígio e respeito que o artesão pode alcançar na comunidade, quer ela seja rural ou urbana. A nível artístico «o artesanato desperta as aptidões latentes do obreiro e aprimora-lhe o intelecto. Suas mãos, obedientes a impulsos mentais e inteligentes, deslocam a matéria-bruta, grosseira e passiva, e convertem-na com o calor de sua imaginação em coisa útil e por vezes bela. (...) Vale repisar que o povo não faz arte desinteressada ou arte pela arte, mas, não raramente, sobre ser utilitária, suas peças são bem acabadas, produzidas com esmero e revelam bom-gosto.» (*Projecto Experimental – Artesanato*, n.d.)⁴⁰ Apesar de o artesanato ser vulgarmente visto como um todo devem ter-se em consideração as suas particularidades e a sua análise poderá ser feita em função da: matéria-prima utilizada (couro, vidro, metais, argila, gesso, madeira, tecido, etc.); da proveniência dessa mesma matéria (natural ou industrial), da função (decorativa, religiosa, lúdica, terapêutica, comestível, artística, pedagógica, utilitária, etc.); da forma (figurativa ou não figurativa), da intenção económica (comercialização ou não comercialização) e da origem (rural ou urbana). É precisamente a análise da origem que leva à constatação de diferentes tipos de artesanato: o tradicional, o contemporâneo e o “industrianato” ou indústria do *souvenir*.

O tradicional normalmente associado aos meios rurais onde os conhecimentos, as técnicas e os ofícios são transmitidos de forma empírica. O contemporâneo que reúne conceitos como urbanidade, modernidade e criatividade, bases da identidade profissional dos artesãos urbanos que, em função da tendência do mercado para o reconhecimento das obras pelo nome de quem as produz, os torna cada vez mais “criadores de obras”. O valor simbólico dos produtos, o valor de signo enquanto assinatura de autor opõe-se à representação social do

⁴⁰ *Projecto Experimental – Artesanato*, n.d.. Acedido a 10-08-2005 em <http://www.eba.ufmg.br/alunos/kurtnavigator/arteartesanato/artesanato.html>



artesanato enquanto ideia de ofício, modo de aprendizagem e de vida assente na reprodução e preservação. As produções artesanais, contemporâneas e também já algumas tradicionais, entram assim numa dimensão artístico-decorativa procurando manter a qualidade dos produtos com uma redefinição de funções para os mesmos com o objectivo de alcançar capacidades de adaptação a um mercado cada vez mais exigente, porque num mundo globalizado com excesso de velocidade de circulação de informação torna-se mais importante a preocupação com o que se transforma do que com o que se extingue. Pois, além da fidelização aos processos tradicionais é necessário manter um espírito de abertura à inovação nos seguintes domínios:

«Adequação do produto final às tendências do mercado e a novas funcionalidades, desde que conserve um carácter diferenciado relativamente à produção industrial; adaptação dos processos produtivos, equipamentos e tecnologias de produção, por imperativos de ordem ambiental e de higiene e segurança no local de trabalho e de forma a diminuir a penosidade do processo produtivo ou a rentabilizar a produção desde que, em qualquer caso, seja salvaguardada a natureza e qualidade do produto ou serviço final; utilização de novas matérias-primas por razões de maior adequação ao resultado final pretendido, desde que, no caso da produção de bens de raiz tradicional, tal substituição não descaracterize o produto e não seja feita na produção e preparação de bens alimentares». (O Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal, n.d.)⁴¹

Ninguém melhor do que os artesãos domina as técnicas tradicionais, sejam elas a olaria, a cestaria, a tecelagem, a latoaria entre tantas outras que podem e devem ser redescobertas. Se ao artesão se associa, numa perspectiva quase medieval, a «(...) manufactura de objectos com matéria-prima existente na região, produzidos por um ou mais artífices com o auxílio dos seus familiares, numa pequena oficina ou na própria habitação, com o fim de os trocar ou vender; pequena indústria especializada» (Diciopédia 2003, 2003)⁴² verifica-se depois de uma pequena análise e estudo da situação que, hoje mais do que nunca, essa perspectiva não corresponde à realidade. Grande

⁴¹ O Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal, n.d.. Acedido a 05-08-2006 em <http://www.aoficina.pt/html/modules.php?name=News&file=article&sid=22>

⁴² Diciopédia 2003, Porto Editora



parte dos artesãos portugueses continua a produzir mais por hábito e *carolice* do que por actividade profissional, porque quem hoje ainda adquire estes produtos fá-lo mais pela nostalgia do seu simbolismo do que pela sua função utilitária.

Estes objectos acabam por adquirir quase um estatuto de arte popular por não terem uma finalidade utilitária/comercial mas, enquanto arte popular, têm em comum com o artesanato a sua fonte de produção, o povo e a tradição. (Pereira, C.J.C., 1979)⁴³ Para que os objectos produzidos por estes artesãos não adquiram um estatuto de arte popular, porque isso é outra coisa, e não se perca o conceito de artesanato é importante que este se configure como «(...) uma instituição reactiva, visto que reage à mudança e a tendências, procurando oferecer uma visão alternativa e uma nova série de metáforas.» (Dormer, P., 1995)⁴⁴

Convém salientar que o artesanato deve ser designado como uma 'pequena indústria especializada' (Diciopédia 2003, 2003)⁴⁵, onde a máquina quando utilizada é apenas uma ferramenta e não o elemento determinante para a criação do objecto. Caso contrário estaríamos a falar não de indústrias artesanais mas sim da 'Indústria do Artesanato', dito 'Indústriarato', cuja criação de objectos em larga escala provoca a descaracterização dos mesmos e a sua despromoção a *souvenires*. O artesanato deve caracterizar-se pelo «(...) facto de proporcionar uma alternativa estética ao design industrial e apresentar uma nova perspectiva num mundo por vezes excessivamente povoado pelas 'realidades' do cepticismo deste final de século. O artesanato é uma, dentre várias estratégias populares, que permitem aos homens e mulheres inteligentes voltarem as costas ao cepticismo e enveredarem por caminhos de esperança.» (Dormer, P., 1995)⁴⁶

⁴³ Pereira, C.J.C., 1979. *Artesanato: definições, evolução e acção do Ministério do Trabalho; o programa nacional de desenvolvimento do artesanato*, Brasília: MTB

⁴⁴ Dormer, P., 1995, *Os Significados do Design Moderno. A caminho do século XXI*, Porto: Centro Português de Design, pág. 165

⁴⁵ Diciopédia 2003, Porto Editora

⁴⁶ Dormer, P., 1995. *Os Significados do Design Moderno. A caminho do século XXI*, Porto: Centro Português de Design, pág. 139



3.1.2 Transmissão de Conhecimentos

Hoje, a perpetuação dos velhos saberes reside ainda numa transmissão de conhecimento empírica, familiar que passa de pai para filho, a aquisição cognitiva é prática e informal, ocorrendo normalmente nas oficinas através de um processo mimético. Na luta pela sobrevivência e enquanto actividade de dimensão artística e económica, o artesanato procura já não se limitar às concepções tradicionais de transmissão de saberes, usufruindo de promoções e apoios de entidades para iniciativas de formação técnico-profissional (inicial e contínua). Uma das maiores modificações verificadas nos últimos anos nas artes e ofícios tradicionais relaciona-se com a profunda mutação verificada no domínio da transmissão de conhecimentos, o que revela a emergência de uma nova atitude que aposta também na preservação e recuperação de velhos saberes. Com a formação profissional procuram-se formar artífices que trabalhem com rigor de execução respeitando a tradição e simultaneamente abrindo-se à inovação. Assim o aprender de uma arte com o mestre em largos anos de convivência, observando, repetindo, desempenhando desde as funções mais elementares às mais complexas da oficina, de uma forma gradual e lenta dá lugar a um modelo de aprendizagem concorrencial que prepara aprendizes para uma sociedade normalizada e certificada.

Foram os Apoios do Fundo Social Europeu que nos anos 80 impulsionaram a formação, promovendo o reinterpretar e o reinventar na execução, produção e reprodução de formas, motivos e métodos antigos. Os objectivos prendem-se com a formação de profissionais tecnicamente competentes, capazes de desenvolver uma actividade e a tornar rentável, respondendo às necessidades do mercado, valorizando, reinventando um património de técnicas, formas, padrões e atitudes, desenvolvendo capacidades de planeamento da produção, antecipando tendências e preferências de um mercado cada vez mais exigente. Nesta positiva tensão entre tradição e inovação só sobrevivem os que trabalham com criatividade, imaginação, paixão, orgulho e persistência. (*Eixos de Acção*, n.d.)⁴⁷

⁴⁷ *Eixos de Acção*, n.d.. Acedido a 20-11-2005 em <http://www.ppart.gov.pt>



3.2 O Artesanato em Portugal

A definição do Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal constitui um dos eixos de acção do PPART, criado pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 136/97, de 14 de Agosto. As vantagens do reconhecimento e obtenção da carta de artesão estão relacionadas com o acesso a apoios estatais atribuídos ao artesanato (investimento na modernização das oficinas, formação, participação em feiras, etc.), menção do reconhecimento na rotulagem e publicidade através da utilização do símbolo, assim como acesso regular a informação de interesse para o sector, difundida aos artesãos e unidades produtivas artesanais constantes do Registo Nacional do Artesanato, cuja organização e gestão é da competência da Comissão Nacional para a Promoção dos Ofícios das Micro empresas Artesanais. A Portaria 1193/2003, de 13 de Outubro aprova as normas regulamentares relativas ao Processo de Reconhecimento de Artesãos e Unidades Produtivas Artesanais, ao Repertório de Actividades Artesanais e ao Registo Nacional do Artesanato.

ANEXO III

Comissão Nacional para a Promoção dos Ofícios e das Microempresas Artesanais

CARTA DE ARTESÃO

Nº DE CARTA 000 000

NOME XXXXX XXXXX XXXXX

FOTO

EMITIDA EM 0000 00 00 VÁLIDA ATÉ 0000 00 00

ACTIVIDADES ARTESANAIS

00 00 XXXXXX
00 00 XXXXXX
00 00 XXXXXX

Assinatura

Carta emitida ao abrigo do D.L. nº 41/2001, de 9 de Fevereiro com a redacção que lhe foi dada pelo Decreto-Lei nº 110/2002, de 16 de Abril

Em caso de extraterritorialidade favor enviar para:
PPART - Rua Padre António Vieira, 5 - Apartado 1013 - 3000-315 COIMBRA

Figura 1: Carta de Artesão.

Acedido a 22-05-2006 em

http://www.ppart.gov.pt/documentos_user/paginas/portaria_1193_03.pdf. Portaria 1193/2003, de 13 de Outubro



Comissão Nacional
para a Promoção dos Ofícios e
das Microempresas Artesanais

CARTA DE UNIDADE PRODUTIVA ARTESANAL

Denominação _____

Actividades artesanais _____

Carta n.º _____

Emissão em _____

Válida até _____

O Presidente da Comissão _____

Documento em formato PDF. Para mais informações consulte o site www.ppart.gov.pt

Figura 2: Carta de Unidade Produtiva Artesanal.

Acedido a 22-05-2005 em

http://www.ppart.gov.pt/documentos_user/paginas/portaria_1193_03.pdf . Portaria 1193/2003,
de 13 de Outubro

A Portaria 1085/2004, de 31 de Agosto aprova o modelo de símbolo previsto no artigo 15.º-A do Decreto-Lei n.º 41/2001, de 9 de Fevereiro, com a redacção que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 110/2002, de 16 de Abril, estabelecendo as normas regulamentares relativas ao uso do mesmo.

“O símbolo que permitirá diferenciar no mercado os produtos laborados por artesãos e unidades produtivas artesanais, reconhecidos ao abrigo da actual legislação, já foi formalmente estabelecido.» (Estatuto do Artesão, n.d.)⁴⁸

⁴⁸ *Estatuto do Artesão, n.d.*. Acedido a 20-11-2005 em http://www.ppart.gov.pt/principal.aspx?pagina=mostra_noticias&tipo=1&cod=3



Figura 3: Símbolo de Unidade Produtiva Artesanal Reconhecida.

Acedido a 29-04-2006 em

http://www.ppart.gov.pt/documentos_user/paginas/Portaria_1085_2004.pdf , Portaria 1085/2004, de 31 de Agosto



Figura 4: Símbolo de Artesão Reconhecido.

Acedido a 29-04-2006 em

http://www.ppart.gov.pt/documentos_user/paginas/Portaria_1085_2004.pdf , Portaria 1085/2004, de 31 de Agosto

«O símbolo, cujo modelo foi aprovado pela Portaria n.º 1085/2004, de 31 de Agosto, contém as expressões ‘Produzido por artesão reconhecido’ ou ‘Produzido por unidade produtiva artesanal reconhecida’, o número da respectiva carta e as actividades a que respeita o reconhecimento, bem como a palavra ‘Portugal’, e pode ser utilizado na rotulagem, publicidade e demais documentos comerciais de acompanhamento dos produtos, bem como em viaturas» (Estatuto do Artesão, n.d.)⁴⁹

Verifica-se assim que, em Portugal a actividade artesanal e o artesão têm as bases legais do seu estatuto bem definidas. Datada de Novembro de 2001, a seguinte análise SWOT do sector artesanal pela Direcção de Comércio e Internacionalização do ICEP Portugal, caracteriza a situação da seguinte forma:

⁴⁹ *Estatuto do Artesão, n.d.*. Acedido a 20-11-2005 em http://www.ppart.gov.pt/principal.aspx?pagina=mostra_noticias&tipo=1&cod=3



ANÁLISE SWOT DO SECTOR DO ARTESANATO (*Análises SWOT Sectoriais*, 2001)⁵⁰

PONTOS FORTES

- Apetência dos mercados por alguns produtos (ex. cerâmica de Barcelos, bordados da Madeira, etc.)
- Flexibilidade produtiva e capacidade de adaptação à procura
- Diversidade de oferta de qualidade.
- Boa relação qualidade/preço o que torna o produto competitivo
- Competências técnicas/"know-how" do processo produtivo
- Capacidade para produção à medida do cliente e em pequenas quantidades
- Contributo para a consolidação da imagem do país ligada a história e tradições (participação em acções de prestígio/notoriedade relacionadas com a imagem ou de âmbito cultural)

PONTOS FRACOS

- Dimensão e massa crítica empresarial – descapitalização e situação de subsídio-dependência
- Deficiências ao nível da comercialização dos produtos – excessiva dependência de intermediários
- Lacunas ao nível do conhecimento dos mercados externos / canais de distribuição e de técnicas de gestão e "marketing"
- Concentração excessiva no mercado Italiano
- Pouca apetência para a cooperação/associativismo
- Falta de vocação para os mercados externos e fraco poder negocial face aos clientes
- Baixa produtividade e escassez de recursos humanos
- Insuficiente investimento em "design"
- Indefinição estratégica das empresas – as exportações, muitas vezes, revestem-se de carácter pontual e casuístico

OPORTUNIDADES

- Apoios comunitários a micro e pequenas empresas
- Aproveitamento de nichos de mercado
- Desenvolvimento de projectos avançados combinando "design", novas tecnologias e artes/ofícios tradicionais
- Sistematização, renovação e transmissão dos saberes tradicionais
- Organização de um processo de certificação do artesão, dos produtos e serviços artesanais
- Aposta na formação profissional

AMEAÇAS

- Intensificação da concorrência externa oriunda da própria Comunidade (Espanha, França, Itália), sobretudo na área do "design"/inovação
- Concentração geográfica de clientes
- Dificuldades de penetração em mercados geograficamente mais distantes

⁵⁰ *Análises SWOT Sectoriais*, 2001. Acedido a 29-04-2006 em <http://www.icep.pt/portugal/sectores/swot.pdf>



Algumas actividades artesanais situam-se numa espécie de limbo entre a actividade artística e a indústria. Com características da primeira mas, com lógicas de organização e de mercado semelhantes às da segunda. A investigação que lança as bases para a produção e difusão de legislação e informação estatística actualizada relativa à evolução socio-económica do sector, tem como ponto de partida o Registo Nacional do Artesanato criado no âmbito do Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal que possibilita estudos como este realizado pelo INOFOR⁵¹, concluindo que:

. «O tecido económico é considerado frágil porque as micro empresas tem insuficiência de capital e dificuldades no acesso ao crédito bancário;

. A média etária dos artesãos é elevada o que põe em causa a manutenção e transmissão de saberes;

. A aprendizagem informal é um entrave à formação profissional;

. Há pouca escolaridade e formação em áreas complementares como a gestão empresarial e a abordagem ao mercado e a inovação tecnológica» (Revista Mãos, n.º 24, 2004)⁵²

É possível verificar que no período temporal compreendido entre estas duas análises não se verificam diferenças significativas ao nível da situação de descapitalização e dependência de subsídios e é possível verificar também que é posta em causa a transmissão de saberes uma vez que a formação profissional é dificultada pela aprendizagem informal e a média etária dos artesãos também é elevada.

Assim face a este panorama e para que as actividades artesanais se tornem competitivas é também necessária uma nova relação com o mercado, com a qualificação e certificação dos produtos é necessário estar próximo e atento ao comprador. O próprio acto de compra é hoje diferente, hoje também se compra pelo prazer, pela fruição mais do que pela necessidade. Há hábitos de compra

⁵¹ Instituto para a Inovação na Formação

⁵² Revista Mãos, n.º 24, 2004. Acedido a 20-11-2005 em <http://www.ppart.gov.pt/principal.aspx?pagina=revistas.aspx>



que se mantêm, o regatear é um deles, mas começam a faltar a convocação de todos os sentidos e dos velhos gestos: os sons, o cheiro, o apalpar, o virar do avesso. Hoje quem compra não produz e portanto ignora o fazer, as características da produção e do fabrico podendo assim enganar-se ou deixar-se enganar. De nada vale apostar unicamente na formação exigente dos artífices se estes não tiverem um público conhecedor que valorize o seu trabalho. Aqui os intermediários e os lojistas bem informados têm um papel fundamental, não só na venda e escoamento de produtos mas sobretudo na informação correcta sobre os produtos, os seus processos e a sua história. Precisa-se pois de uma boa mediação entre o produtor e o consumidor. A produção artesanal pode ser vendida directamente nas oficinas ou nas feiras mas também se pode acumular nas lojas de *souvenirs* para turistas, vendidas por pessoas que não sabem nada do que os produtos representam, misturando o autêntico com o pechisbeque com desinformação suficiente para confundir o consumidor. Assim, a divulgação e representação de artesãos (com a definição do estatuto do artesão) aliada à organização de feiras de artesanato e apoio à realização de exposições, através das quais se divulgue e promova o trabalho dos artesãos poderão ser uma forma de promoção da cultura dos ofícios onde o contacto do artesão com o consumidor final é extremamente benéfico para a actividade, pois funciona como um estudo de mercado, também a publicação de notícias e eventos como seminários de informação, através da criação de revistas e publicações da especialidade promovem a difusão e conhecimento dos ofícios e da actividade artesanal.

3.2.1 Entidades e Organismos

Actualmente existem organismos nacionais, entre Associações, Entidades e Ministérios, enunciados no *Anexo 3*, com responsabilidades na promoção e valorização das artes e ofícios em Portugal, e que de forma directa ou indirecta contribuem com projectos cujos objectivos se relacionam com desenvolvimento desta área.



3.2.2 O processo de Certificação

A certificação tem como principais objectivos a preservação, a autenticidade e a promoção de confiança no consumidor. Actualmente, existem produtos que já possuem o selo de produto certificado como é o caso dos Lenços de Namorados de Vila Verde, contudo continuam a ser desenvolvidos projectos de certificação de produtos artesanais, como os Bordados de Viana do Castelo e dos Bordados de Guimarães.

“Depois do Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 41/2001, posteriormente alterado e complementado pelo Decreto-Lei n.º 110/2002, de 16 de Abril, a certificação dos produtos artesanais é, também, um elemento estruturante do sector. Por aí passa a sobrevivência de muitas das produções tradicionais que, muito a custo, têm subsistido, mas que se extinguirão caso não sejam tomadas medidas de protecção urgentes. Enquanto que, no primeiro caso, se trata de reconhecer os produtores, como artesãos, no segundo, o que é objecto de certificação são as próprias produções tradicionais. (...) A certificação aparece, assim, como garante de qualidade e autenticidade da produção, mas também (e não menos importante) como forma de diferenciar e singularizar um produto com características próprias no quadro de uma determinada cultura, de informar e promover a confiança do próprio consumidor. (...) Entretanto, e fruto de uma posição pioneira no apoio ao sector do artesanato por parte da CCDR-N⁵³, estão a ser desenvolvidos, no Norte do país, oito projectos piloto de certificação, financiados pelo ON⁵⁴, Medida 1.4, competindo ao PPART efectuar o acompanhamento e o apoio técnico destas acções, em colaboração com a CCDR-N. Estes projectos têm em comum:

- A realização de um estudo qualificado, envolvendo pesquisa bibliográfica e documental, levantamentos exaustivos e trabalho de campo, que permita identificar os referenciais histórico-geográficos da produção em causa, caracterizar a situação actual (número de oficinas

⁵³ Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte

⁵⁴ Programa Operacional da Região do Norte



e de artesãos, condições de trabalho, características técnicas da produção, estimativa da produção anual, principais mercados, meios de promoção, condições de inovação), constatar a importância sócio-económica da actividade na região onde se insere;

- *Elaborar o caderno de especificações do produto, para efeitos de certificação;*
- *O registo da Indicação Geográfica no INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial;*
- *A definição, a título meramente indicativo, de uma entidade de controlo e certificação, a quem competirá a certificação dos e o posterior controlo da utilização da marca;*
- *O desenvolvimento de acções experimentais de concepção /produção /lançamento de novas linhas de produtos que, aliando tradição e inovação, respeitem a identidade do produto e se adequem aos padrões de consumo actuais;*
- *O desenvolvimento de acções complementares de promoção do produto.” (Estatuto do Artesão, n.d)⁵⁵*

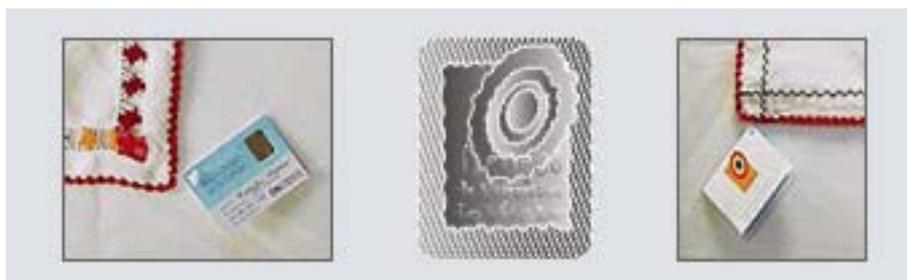


Figura 5: Etiqueta de Garantia com holograma.
Acedido a 15-06-2006 em <http://www.adereminho.pt/lencos/pt/index.htm>

⁵⁵ *Estatuto do Artesão, n.d.*. Acedido a 20-11-2005 em http://www.ppart.gov.pt/principal.aspx?pagina=mostra_noticias&tipo=1&cod=4



Associada a estes processos de certificação surge a ideia de inovação. A inovação enquanto conceito está relacionada com crescimento económico pois ela é um dos modos através dos quais ele pode ocorrer. Falar de inovação é inevitavelmente falar de invenção, esta é equivalente a uma ideia, à descoberta de um novo processo para a produção de bens ou serviços já existentes ou à descoberta de um novo produto que satisfaça determinadas necessidades.

A certificação pode garantir a qualidade, a autenticidade e até a promoção dos produtos ou unidades produtivas artesanais, a questão foca-se na possibilidade de diferenciação e inovação quando há um caderno de especificações a cumprir, com características de produção e uma listagem de aspectos a ter em conta.

É certo que as pessoas já não compram o galo de Barcelos mas isto não acontece pelo facto de ele estar a ser feito na China mas sim pelo facto de não se identificarem com a sua forma/estética apesar de perceberem o seu contexto cultural, a verdade é que a sua imagem está gasta e quem diz o galo diz outro produto. Neste sentido, a certificação como processo desenvolvido para a protecção de produtos poderá transformar-se num processo de mera repetição, apesar da qualidade e autenticidade, que aborrecerá o consumidor cada vez mais ávido por novidades.

O que realmente confunde é o caderno de especificações a cumprir, fica a sensação que se procura proteger o que já existe mas torna-se estranho e sem sentido a associação dos conceitos de evolução e inovação a este processo de certificação/protecção. Por exemplo o lenço de Vila Verde, produto certificado e protegido... não muito, se pensarmos que a própria entidade, que era suposto protegê-los, desvirtua o seu conceito ao reduzi-lo a um tamanho minúsculo e oferecendo-o como lembrança, transformando-o em estratégia de marketing, no fundo um *souvenir* com selo atrás. A certificação pode ser entendida e bem, como um processo de tentativa de protecção das características dos produtos mas não como um processo de continuidade e preservação de técnicas e saberes, de artes e ofícios.



3.2.3 A Feira de Artesanato

Para uma melhor compreensão e para ter um contacto mais próximo da realidade, a visita de uma feira de artesanato durante a execução deste projecto torna-se imprescindível. Assim, realizou-se uma visita à XVIII Feira de Artesanato de Guimarães que teve lugar no Multiusos desta cidade de 11 a 14 de Maio de 2006. A visita revelou alguns aspectos importantes a salientar para melhor se analisar e perceber a actual situação da feira e do artesanato em Portugal. Logo à chegada verifica-se que, pelo menos nesta feira, a organização não se pode queixar de falta de afluência, talvez pela própria localização e pelo espaço em si ou até pelo facto de ser Domingo, a verdade é que nem o facto de a entrada ter o custo de um euro por pessoa impediu a formação de uma fila de cerca de uma centena de visitantes na bilheteira de acesso. A organização da feira esteve a cargo da Câmara Municipal de Guimarães e da Regie-Cooperativa A Oficina, cuja apresentação mais detalhada se pode ler no seu site conforme o *Anexo 4*. Na edição deste ano realizou-se o Projecto Artesão com a participação activa de escolas do 1º ciclo na criação e exposição de objectos artesanais e o lançamento do livro “Bordado de Guimarães: Renovar a Tradição”



De 11 a 14 de Maio de 2006
Multiusos de Guimarães

**FEIRA
DE ARTESANA
NATO**

Figura 6: Imagem da Feira de Artesanato de Guimarães.

Acedido a 10-05-2006 em

<http://www.aoficina.pt/html/modules.php?name=Calendar&file=index2&type=view&eid=260>

A visita à feira confirma, sem dúvida, algumas das características apresentadas à priori pela Oficina no seu site mas, uma observação atenta questiona por exemplo a presença de stands oriundos da América do Sul e África, não pelo



facto de serem estrangeiros mas pelo facto de não trazerem nada de significativamente novo, nada que não se veja em qualquer rua numa qualquer festa ou noite de verão, assim como as gomas plastificadas ou as pipocas quando no mesmo espaço havia tão boa e tão bem representada doçaria tradicional. Era precisamente nesta ala dedicada à gastronomia que se verificava a maior concentração de visitantes. O espaço apesar de ser enorme, é aproveitado de uma forma pouco inovadora assim como a forma como cada artesão aproveita o seu espaço carece de criatividade e de noções de disposição espacial para valorização do próprio produto, havendo contudo algumas excepções.

Na maioria dos expositores/artesãos verifica-se uma ausência de inovação nos produtos e na sua promoção pós-feira, na disposição/apresentação observa-se mesmo uma total falta de brio e de respeito pelo próprio trabalho, observam-se também semelhanças com produtos industriais com forte implantação no mercado como por exemplo Ágatha Ruiz de la Prada.

A presença de stands com quadros levanta a questão do lugar da pintura e dificulta a definição do expositor/artesão pois, pressupõe-se que o artesão está para uma feira de artesanato como o pintor ou artista está para uma galeria de arte. Simultaneamente verifica-se uma indefinição de actividade ou de ofício quando determinados stands estão atafalhados de produtos que vão desde o *passpartout* até ao lenço dos namorados de Vila Verde passando pelas bonecas ou pratos com as cores e marcas dos clubes de futebol. Deixa de haver uma valorização do ofício e do artesão e a entrada do simples trabalho manual torna-se permitida perdendo-se assim, na apresentação e selecção de expositores, a possibilidade de mostrar o que ainda há de realmente genuíno no trabalho artesanal.

Da conversa com alguns expositores rapidamente se conclui que é com alguma ginástica orçamental que aceitam participar na feira e talvez isto explique a presença de produtos mais comerciais e menos genuínos.

A 19ª Feira Internacional de Artesanato de Lisboa que decorreu na FIL de 24 de Junho a 2 de Julho, organizada pela AIP (Associação Industrial



Portuguesa), pela FIL (Feira Internacional de Lisboa) e pelo IEFP (Instituto Português do Emprego e Formação Profissional) contou com a presença de 100.799 visitantes e foi apresentado como:

“... um local de encontro de expressões culturais, onde a arte e o saber fazer estão entregues a mãos que desenham o imaginário e constroem uma realidade única e viva de memórias...”

A FIA Lisboa – Feira Internacional do Artesanato, apresenta a mais diversificada mostra de artesanato, em três vertentes que identificam este evento de sucesso:

- Artesanato nacional, onde é privilegiado o produto português;*
- Artesanato internacional, mostra de produtos de artesanato estrangeiro, oriundo dos mais diversos países;*
- Gastronómica e cultural, onde a gastronomia, as danças e cantares nacionais e internacionais, alegram e enchem de cor e sabor o espaço de exposição.*

Tasquinhas FIA Lisboa 2006

Integradas no espaço de gastronomia, as já tradicionalmente conhecidas “Tasquinhas”, acolhem os gostos e paladares mais exigentes e as mais diversificadas iguarias regionais, nacionais e estrangeiras.» (Apresentação Feira Internacional de Artesanato, 2006)⁵⁶

Em relação à secção do artesanato nacional, esta feira não difere muito da anterior, assim como no que se refere ao espaço gastronómico. A grande diferença encontra-se na secção de artesanato internacional, não pelos produtos expostos mas, pelo facto de os expositores serem em muito maior número e muito maior ser também a afluência de público nesta área, o que talvez revele a procura, desejo e ânsia de produtos novos por parte do público português.

⁵⁶ Apresentação, 2006. Acedido a 15-06-2006 em <http://www.artesanato.fil.pt/>



CAPÍTULO 4

PROJECTOS DE RECUPERAÇÃO DOS OFÍCIOS TRADICIONAIS



Este capítulo apresenta quatro projectos desenvolvidos em diferentes pontos do país, que têm como objectivo comum lutar contra a estagnação e subvalorização com as quais a área das artes ofícios tem sofrido. A aposta centra-se sobretudo na acção do design, ainda que com diferentes formas de intervenção. Com a análise destes projectos procura-se perceber os resultados de iniciativas nas quais as parcerias entre equipas, compostas por elementos de diferentes áreas profissionais, foram um factor essencial.

Cada projecto é desenvolvido com um grupo composto por elementos de diferentes áreas profissionais procurando obter-se o máximo proveito das diferentes formas de intervenção de cada elemento no processo de trabalho. Apesar do objectivo inicial ser comum aos projectos apresentados, as diferenças que surgem pelas inerentes dificuldades, conduções e lideranças dos processos de trabalho permitem uma avaliação e comparação de resultados, evidenciando os pontos positivos e os pontos negativos de cada projecto.

4.1 Projecto: “Desenhar a Tradição”

Este projecto foi desenvolvido, ao abrigo do programa REDE⁵⁷ pelo CENCAL⁵⁸ em conjunto com a Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz, a Junta de Freguesia de Corval e Casa de Cultura de Corval. O projecto foi realizado em duas fases, os resultados da primeira fase foram apresentados no Museu Nacional do Azulejo no âmbito da Experimentadesign 2005 – Bienal de Lisboa, os da segunda na Igreja de Santiago em Monsaraz no seguimento do seminário ‘Desenhar a tradição, inovação na olaria tradicional’, no qual se debateram os resultados deste projecto.

O objectivo deste projecto centrou-se no desenvolvimento da olaria em S. Pedro do Corval, maior centro oleiro do país com cerca de 30 olarias em actividade, assim como na preservação desta tradição artesanal que representa um sector económico importante para o concelho de Reguengos de

⁵⁷ Programa de Consultoria, Formação e Apoio à Gestão de Pequenas Empresas da responsabilidade IEF - Instituto do Emprego e Formação Profissional

⁵⁸ Centro de Formação Profissional para a Indústria de Cerâmica



Monsaraz. Procurou-se ensinar e sensibilizar os oleiros para a necessidade de introduzirem um novo design nas suas peças, e assim terem possibilidade de conquistar novos mercados, esteticamente mais exigentes e modernos. Os oleiros de S. Pedro do Corval conviveram com designers procurando encontrar mais e melhores formas de produzirem e venderem as suas peças preservando o património cultural português. Sob a coordenação do CENCAL procurou-se gerir o trabalho de uma equipa de profissionais das áreas do design, marketing e tecnologia nestas olarias, pequenas unidades produtivas ainda em funcionamento.

“Com a oficina "povoada" de objectos de barro, outrora comuns na região e "nascidos" das suas mãos e da roda de oleiro, como bilhas de água, panelas para levar ao lume ou alguidares para amassar o pão, o "mestre Velhinho" assinou, com a designer Maria Jesus Sheriff, uma série de peças inspiradas nos monumentos megalíticos do Alentejo. (...) Como os outros colegas envolvidos na iniciativa, que acaba no final do mês, também este artesão, há 58 anos dedicado à arte de dar forma ao barro, se queixa da "crise do sector" e procura, embora ainda com dúvidas de que resulte, adaptar-se a novos mercados e aliar a modernidade à tradição. ‘Com a crise que por aí anda, estamos sempre a produzir louça só para amontoar na oficina. Não a conseguimos vender porque as pessoas já não a usam no dia-a-dia. Se estas novas peças tiverem saída, então é com muito boa vontade que faço mais, mas ainda estou à espera de ver no que isto dá’, afirma.» (Artesãos ‘redesenham’ tradição em São Pedro de Corval, 2005)⁵⁹

O designer Bernardo Providência colaborou no projecto e fez parceria também com a oficina de Luis Dias com quem desenvolveu um banco e um lavatório, comenta na secção de notícias no site www.evoradistritodigital.pt:

⁵⁹Artesãos ‘redesenham’ tradição em São Pedro de Corval, 2005. Acedido a 22-05-2006 em http://www.evoradistritodigital.pt/noticias/news_item.2005-12-27.1989689688



«Uma das virtualidades da concepção destas peças, que devem ser vistas como protótipos, garante, é possibilitar ao artesão a aprendizagem de ‘novas técnicas e linguagens’ na forma como trabalha a matéria, sem esquecer nunca a relação do artesanato local com o património, a identidade e a tradição.»

“Os designers desenvolveram um trabalho de pesquisa e de identidade com cada um dos artesãos. Numa segunda fase, criaram-se produtos contemporâneos que, ao mesmo tempo que respondem a novos mercados, tivessem algo de particular e único com cada oleiro”

Os ‘mestres’ de S. Pedro do Corval, segundo Bernardo Providência, terão agora de ‘apoderar-se destas novas ferramentas’, ligadas ao saber fazer, e inovar as suas peças artesanais, recorrendo aos designers ‘a qualquer momento’. (Artesãos ‘redesenham’ tradição em São Pedro de Corval, 2005)⁶⁰



Figura 7: Peças desenvolvidas no projecto
Catálogo Desenhar a Tradição – Experiências de Inovação nas Olarias de S. Pedro do Corval,
2005

⁶⁰Artesãos ‘redesenham’ tradição em São Pedro de Corval, 2005. Acedido a 22-05-2006 em http://www.evoradistritodigital.pt/noticias/news_item.2005-12-27.1989689688



4.2 Projecto: “Velhos Saberes Novas Tendências”

Este projecto, promovido pela AARN⁶¹, resulta da constatação de carências no sector das artes e ofícios que podem ter contribuído para a sua estagnação e até subvalorização. Disciplinas como o marketing, a comunicação de produto, a publicidade, as novas tecnologias e os métodos de gestão ainda não são incluídas na estratégia de trabalho destes artesãos. Os motivos podem estar relacionados com a falta de conhecimento, de meios e de recursos e até mesmo com a já característica resistência à mudança e á inovação.

“Na prática, o projecto centrou-se em cinco eixos fundamentais:

- *Projectar o artesanato da região Norte, em todo o país e no estrangeiro;*
- *Proporcionar aos artesãos participantes conhecimentos ao nível da qualidade técnica e estética dos produtos, bem como no que respeita aos circuitos empresariais;*
- *Consciencializa-los da importância das novas tecnologias de informação e comunicação;*
- *Sensibilizá-los para a importância crescente das microempresas artesanais;*
- *Concretizar uma experiência piloto para desenvolver novas metodologias de actuação.”* (Associação de Artesãos da Região Norte, 2006)⁶²

Hoje, 30 Unidades Produtivas Artesanais possuem um logótipo, imagem de marca e promoção, uma brochura promocional dos seus produtos (500 exemplares de cada), um site alojado no da AARN (www.aarn.pt) e a oportunidade de participação em eventos nacionais como a FIA (Feira Internacional de Artesanato) em Lisboa, a Artesanatus (Feira de Artes e Ofícios do Porto), o salão Primavera em Santiago de Compostela e num Encontro Ibérico de Artesania em Barcelona.

⁶¹ AARN – Associação de Artesãos de Região Norte

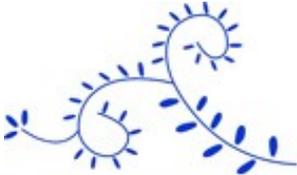
⁶² Associação de Artesãos da Região Norte, 2006. Acedido a 22-05-2006 em <http://www.aarn.pt/gca/index.php?id=14>



Tudo isto porque se focou o desenvolvimento de comunicação entre artesãos e designers, procurando a complementaridade e a criação de estratégias de marketing, gestão e comercialização.

L'pardo
TRAJE TRADICIONAL




ISILDA PARENTE
BORDADO TRADICIONAL DE VIANA



 Liliana Guerreiro
Joaalharia de autor



Figura 8: Trabalhos e marcas de vários artesãos
Acedido a 22-05-2006 em <http://www.aarn.pt/gca/index.php?id=228>



4.3 Projecto: “Velhas Técnicas Novos Conceitos”

Este projecto, inserido numa iniciativa mais vasta que foi o projecto ALMA (projecto financiado pela União Europeia), teve como principais intervenientes a Câmara Municipal de Fronteira, artesãos da região e a empresa EVOL – Soluções de Design, que desenvolve projectos na área do design de comunicação, de produto e ambientes. Esta empresa disponibilizou alguns designers para integrar este projecto experimental revelando uma visão estratégica que surge do entendimento de que o artesanato pode ser de muito boa qualidade porque existem bons artesãos e características produtivas que ainda se mantêm intactas e que podem acrescentar autenticidade aos produtos, o que se reflecte no texto da Carta de Princípios que a seguir se transcreve:

«A simbiose entre o saber académico e as técnicas mais tradicionais é, na nossa perspectiva, o ponto de partida para uma experiência que se quer, não como resultado, mas como vivência de uma ideia que se encerra em si mesma, abrindo linhas de fuga e novas perspectivas ao artesanato tradicional. O projecto visa encetar uma relação entre velhas técnicas e novos conceitos, permitindo outras abordagens e a requalificação do artesanato, fugindo aos padrões estabelecidos e tentando que cada sector escape à sua esfera própria de acção. Uma vez que actualmente a complementaridade entre aquilo que é feito na área do design e o acto criativo do artesão é praticamente inexistente, esta experiência servirá para promover o enriquecimento mútuo destas duas áreas criativas e, através da interdisciplinaridade, provocar novas sensações nos intervenientes (...) Num projecto como este, que tem como objectivo a valorização do artesanato local e a partilha de experiências e métodos de trabalho, a proximidade das equipas nas fases de concepção e produção não poderia ser descurada» (Carta de Princípios, n.d.)⁶³

⁶³ Carta de Princípios, n.d.. Acedido a 22-10-2006 em <http://www.vtnc.net>

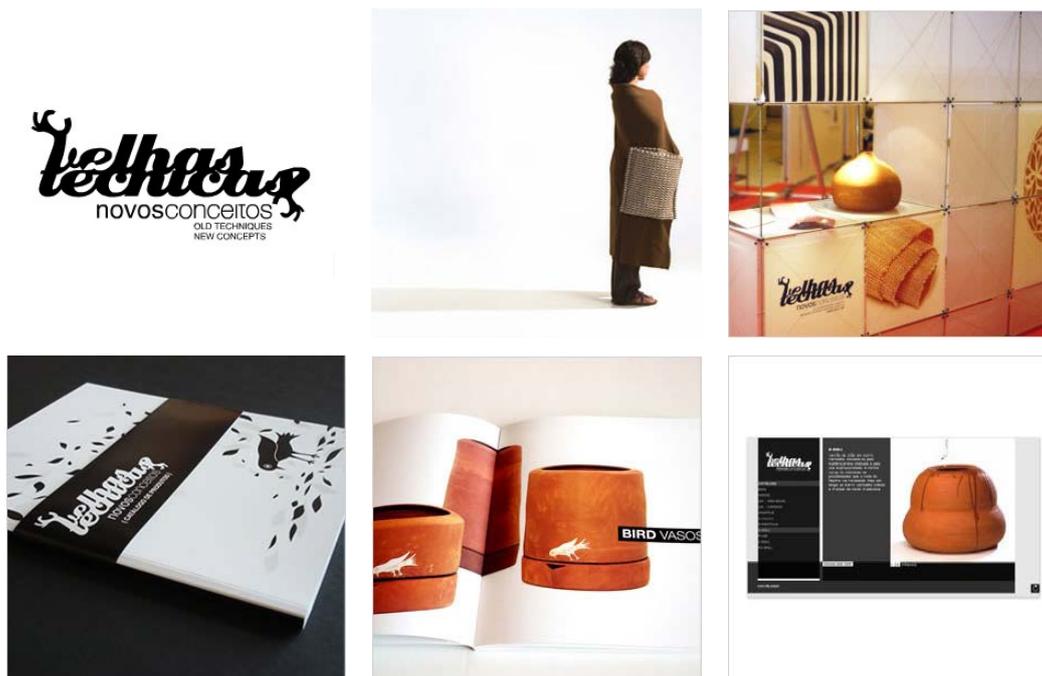


Figura 9: Imagem do Projecto 'Velhas Técnicas Novos Conceitos'
Acedido a 22-10-2006 em <http://www.evol.pt>

De entre todos os intervenientes do projecto surgiu a ideia de recriar o ambiente da região numa sala de estar contemporânea, definindo-se à partida as técnicas e materiais mais identificativos: vidrados coloridos tradicionais, o barro do Redondo, a lã e o linho, a madeira de Azinho e o ferro forjado.

Surgem no processo de trabalho as fichas de projecto. Estas têm como objectivo reforçar o carácter experimental do processo. Criou-se uma ficha com características físicas capazes de resistir ao ambiente de oficina. Apresentado de forma directa determinado conceito, com ilustrações, dimensões e indicações gerais sobre o objecto para ser consultada pelos artesãos e designers ao longo da execução do trabalho.

Num projecto cujo desafio reside no trabalho interdisciplinar entre designer e artesãos constatam-se as diferentes expectativas, interpretações e abordagens face aos projectos apresentados pelos designers. Desta colaboração entre equipas resultou a presença na In'nova – Salão Internacional de Inovação e Tendências na Fileira Casa, revelando as potencialidades de comercialização do produto, promovendo o projecto enquanto iniciativa de carácter experimental, e também, através desta promoção, auscultar o mercado e testar



os protótipos. Para todo este processo de trabalho foi desenvolvido um projecto gráfico do qual consta o desenvolvimento de um Identidade Corporativa, publicação de um catálogo e brochura informativas, projectos gráficos para produção e realização de exposições e a concepção e produção de um website do projecto.

4.4 Projecto: 'Leveza – Reanimar a Filigrana'

Este projecto desenvolveu-se numa aldeia do Minho, considerada o 'berço da filigrana' portuguesa, Travassos, na qual ainda estão em actividade cerca de 40 oficinas tradicionais. Surge na sequência de uma visita efectuada por professores e alunos da ESAD – Escola Superior de Arte e Design de Matosinhos – ao Museu do Ouro de Travassos, instalado numa antiga oficina familiar. Nasce a possibilidade de designers e estudantes contactarem com este tipo de mercado de trabalho e a possibilidade dos artesãos incorporarem inovação numa actividade com peças marcadamente tradicionais. Assim, a denominação do projecto 'Leveza' surge porque a filigrana é uma arte europeia que tem pouco ouro e o rendilhado torna as peças leves, são dois fios torcidos laminados que formam um fio chato com uma 'serralhazinha' na ponta que é o elemento base de toda a composição decorativa da filigrana e é com esse fio que se fazem depois as cornucópias, os rodilhões, os crespos.

O projecto 'Leveza' resultou de um desafio lançado pelo Arquitecto Manuel de Carvalho e Sousa e consistia num relacionamento externo da escola com a comunidade de ourives para introdução de um novo design na filigrana. Apesar das dúvidas iniciais pelo facto de se achar a filigrana uma coisa difícil de se modernizar, por ser muito rendilhada pois está muito presa a formas que não têm muito a ver com as tendências actuais, mais simples, mais puras o objectivo inicial foi alcançado.

Lançou-se o desafio aos estudantes permitindo o uso de outros materiais mas o denominador comum teria de ser a filigrana. Desafio plenamente vencido ao ponto de a exposição com os trabalhos não se ter ficado apenas pela ESAD mas ter percorrido Caminha, CRAT no Porto, Coimbra, Aveiro, Mértola, Bruxelas, Barcelona na Iberiona e até Bulgária.



Figura 10: Peças em Filigrana da designer Joana Caldeira

Acedido a 24-10-2006 em

http://72.29.92.243/~portugal/catalog/index.php?cPath=1059_1061&csNukeid=165dd040ca6ff92198057fd0990bbeae

4.5 Conclusão

Perante estes projectos e após a sua análise, verifica-se que, no primeiro projecto “Desenhar a Tradição” só uma actividade, a olaria, considerada a mais importante no sector económico da região, foi alvo da intervenção do design. Desta relação surge a possibilidade do artesão adquirir novas técnicas e linguagens, desenvolvendo diferentes formas de comunicação. Em conjunto é desenvolvido um trabalho de pesquisa e identidade, inovando na procura do autêntico na criação de novos produtos. Os designers aliaram-se ao projecto



com o objectivo de contribuir para o rentabilizar da produção e escoamento de produtos, contudo os artesãos não deixaram de sentir dúvidas e ansiedades em relação ao sucesso da parceria, pois a crise instalada no sector provavelmente não permite a sustentabilidade financeira das oficinas durante o tempo necessário para verificação dos resultados deste trabalho em equipa.

Bernardo Providência, um dos designers participantes, alerta para o facto de se achar que: «os designers resolvem tudo!» e comenta a necessidade de «pensar inicialmente como é que um projecto destes pode e deve ser desenvolvido de forma sustentada, tendo em atenção determinadas fragilidades como o assegurar da continuidade dos artesãos, as próprias dimensões e fragilidades dos produtos e as questões de gestão e promoção.» O designer alerta também para a questão das dificuldades técnicas que surgem durante o realizar da peça, pois o artesão habituado a um determinado gesto, expressão ou movimento corporal sente muitas dificuldades em contraria-lo quando se pretende experimentar algo diferente do habitual, «determinados desenhos não vão de encontro ao gesto que estão habituados». (Providência, B., 2006)⁶⁴

O segundo projecto 'Velhos Saberes Novas Tendências', ao contrário do anterior centra-se muito mais na questão da intervenção do design ao nível da promoção e divulgação. Aplicação de conceitos de marketing, comunicação de produto, publicidade, novas tecnologias e métodos de gestão, integram os objectivos deste projecto procurando dotar as Unidades Produtivas Artesanais de suportes de comunicação e publicidade. A comunicação entre artesãos e designers surge numa perspectiva de complementaridade para criação de estratégias de marketing, gestão e comercialização, proporcionando aos 30 artesãos participantes domínio da sua própria imagem e posicionamento no mercado. Os resultados poderiam ser mais positivos se a intervenção do design não se focalizasse somente na importante questão estratégica da divulgação e da promoção dos produtos mas se alargasse à concepção e produção dos mesmos. Com este projecto consegue-se consciencializar os

⁶⁴Em entrevista realizada ao Bernardo Providência para a Tese de Mestrado em Design e Marketing, a 16 de Agosto de 2006



artesãos da importância, necessidade e vantagens das intervenções de outras áreas, como o design, no seu trabalho.

O terceiro projecto 'Velhas Técnicas, Novos Conceitos' ao contrário do primeiro não aborda só um ofício mas vários e ao contrário do segundo não resume a sua área de intervenção à promoção e divulgação. As equipas de designers e artesãos com diferentes ofícios trabalharam em conjunto neste projecto. E, porque sem o ultrapassar de dificuldades a aquisição de conhecimento também não se processa, estas surgem na adaptação do universo de criação pessoal ao carácter dinâmico e participativo de um projecto de equipa. Os designers tiveram de respeitar a necessidade que o artesão tem em demonstrar o seu virtuosismo fruto de anos de experiência e o artesão teve de desenvolver competências no sentido de melhorar o trabalho em equipa, aceitando novas sugestões e perspectivas. As fichas de projecto surgem com o objectivo de facilitar a comunicação, de tentar apresentar uma ideia de uma forma simples e directa. Contudo e apesar de todos os cuidados na sua realização, inclusive com a questão da sua sobrevivência física, a ficha acaba por se revelar de importância menor perante outro factor: o conceito. Este é extremamente importante num projecto de design, num projecto de colaboração entre designers e artesãos ele também não deixa de o ser, a sua definição *à priori* é que deixa de ter uma importância definitiva porque o conceito nasce aqui mais do processo, das experiências e das potencialidades dos imprevistos, do que do projecto. Porque mais importante do que comunicar um projecto a uma equipa é conseguir desenvolvê-lo. Neste projecto, ultrapassadas as dificuldades iniciais, foram possíveis as primeiras experiências para a realização do protótipo de alguns produtos. A intervenção do design não se ficou pela produção de experiências e protótipos também os promoveu e divulgou.

Deste quarto projecto aqui apresentado, resultaram parcerias entre ourives e designers que continuam a trabalhar em conjunto, reanimou-se uma actividade quase adormecida fruto da situação económica actual com a introdução de inovação através do design. Oficinas quase paradas voltaram a trabalhar em



pleno e a aldeia recupera uma parte principal da sua identidade e tradição que se começava a perder. Verifica-se sobretudo uma mudança de mentalidades e um posicionamento diferente, por parte dos ourives que face aos novos projectos e desafios lançados verificam na prática a rentabilidade destes diferentes processos de trabalho, apesar de todas as normais e esperadas resistências iniciais. A preocupação com a imagem passou a fazer parte da gestão da oficina, o estudo das embalagens e etiquetas é actualmente considerado muito importante. Para os designers surge uma alternativa para além das convencionais saídas profissionais que se limitavam às grandes indústrias de joalharia. Uma liderança e coordenação exemplares, pela orientação e sustentabilidade inculcada aos designers e ourives durante todo o processo, transformaram este projecto num sucesso além fronteiras.



CAPÍTULO 5

ESTUDO DE CASOS. AS DIFERENÇAS NOS PROCESSOS DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO



Com o estudo de casos procura-se o esclarecimento de questões relevantes para o cumprimento dos objectivos do trabalho que permitem a análise da interface design/artesanato sob diferentes pontos de vista uma vez que o estudo de casos incidiu não só na realidade do designer mas também na do artesão.

No que diz respeito aos designers analisados optou-se pela escolha das designers Helena Cardoso e Ana Margarida Fernandes pelas experiências de trabalho desenvolvido com artesãs, para que pudessem esclarecer determinadas perspectivas como: o processo de trabalho em equipa, os produtos, as técnicas e o mercado. Considerou-se também relevante a análise dos projectos desenvolvidos por Bernardo Providência no âmbito da iniciativa “Desenhar a Tradição” em S. Pedro do Corval. Assim, elaborou-se apenas um guião para os 3 entrevistados de forma a evidenciar as diferenças e perceber as semelhanças nos seus métodos e processos de trabalho assim como nos seus relacionamentos profissionais com os artesãos. Neste guião, aborda-se a opinião dos designers com questões relevantes para a compreensão da actual situação nacional do artesanato e das artes e ofícios.

Quanto aos artesãos, o objectivo foi entrevistar aqueles que já tivessem trabalhado com designers e aqueles que nunca o fizeram para tentar analisar e perceber diferenças. O guião utilizado é diferente do dos designers tendo em consideração a formação dos entrevistados e os objectivos em função dos quais desenvolvem o seu trabalho. A opção pela entrevista à artesã/bordadeira, D. Amância, está relacionada com o facto de esta trabalhar há já alguns anos com a designer Helena Cardoso, permitindo assim estabelecer uma confrontação de diferentes perspectivas de um trabalho desenvolvido em conjunto. A entrevista à tecedeira D. Maria José foi realizada pelo facto de esta nunca ter tido uma experiência de trabalho em conjunto com um designer de forma a evidenciar as diferenças na metodologia de trabalho.



Realizou-se um terceiro guião destinado à Directora do Museu do Traje de Viana do Castelo, Dr.^a Salomé Abreu e ao Arquitecto Manuel de Carvalho e Sousa de Museu do Ouro de Travassos, com o intuito de obter uma opinião e uma perspectiva institucional em relação às questões da preservação de património. O objectivo destas entrevistas é procurar perceber quais as responsabilidades e tomadas de posição dos museus que enquanto instituições têm o dever de conservar e guardar objectos que carregam em si todo um património de tradições culturais. Estas para serem preservadas não podem ser somente bem guardadas, devem também ser reanimadas e reavivadas. Este guião aborda para além das questões da conservação os processos de formação, certificação, gestão e promoção na divulgação do património e tradições culturais.

5.1 Entrevistas – Designers

Neste sub capítulo serão apresentadas análises do trabalho dos designers e transcritos os resultados das entrevistas efectuadas.

5.1.1 Helena Cardoso

O trabalho da designer Helena Cardoso resulta de uma parceria com bordadeiras e tecedeiras tradicionais das terras do Alto Minho, mulheres com domínio das técnicas e saberes tradicionais aos quais Helena Cardoso adiciona conceitos relacionados com o passado, a memória, a ruralidade, o urbano e o intemporal. No seu trabalho percebe-se um profundo conhecimento das técnicas, texturas, motivos e padrões característicos das diferentes regiões de produção. Com uma metodologia que valoriza o imprevisto e a oralidade, a investigação, a criatividade e inovação são fundamentais num processo de adaptação às necessidades actuais respeitando o saber artesanal. Quando inicia o projecto de formação de grupos (Lançadeiras de Picão, Capuchinhas de Montemuro e Combate ao Frio) reconhece nos casacos de Burel a qualidade da fibra e o design que o próprio tecido confere



dando início a um projecto que explora um novo conceito de design. Acompanha todas as fases do processo desde a tecelagem até à comercialização notando-se um especial cuidado com a promoção e a imagem gráfica (etiquetas, embalagens e um sitio na Internet em desenvolvimento).



Figura 11: Peças de Helena Cardoso
Fonte: Autora 2005

Magda Felgueiras (MF) – Como se iniciou o projecto profissional que hoje desenvolve?

Helena Cardoso (HC) – Iniciou-se com o vestuário de criança, com o ir buscar coisas que os outros não se lembravam na procura pela diferença. Há 30 anos atrás procurava pensar em questões como o conforto dos tecidos, o problema das alergias, o ser prático para as mães, procurava que a roupa tivesse uma imagem intemporal para não ter de se estar sempre a investir.

**MF – Qual foi o percurso desse mesmo projecto?**

HC – Na altura aceitei um convite da Comissão da Condição Feminina para dar formação a grupos de mulheres dos meios rurais. Havia pressões do interior do país para acompanhar as mulheres que ao contrário de outros familiares não quiseram sair nem da aldeia nem do país.

MF – Qual a metodologia de trabalho utilizada?

HC – Tudo passa a ser diferente, não tinha nem tesoura nem mesa de corte...não tinha tecidos, tive de os imaginar, foi dar uma cambalhota no trabalho! Essa cambalhota foi uma curiosidade e um gosto tal que foi descobrir tudo...andar nas casas das pessoas a abrir arcas a descobrir o que tinham e o que não tinham e daí transformar isso em moda foi partir completamente do zero. A comunicação com as mulheres era só pela oralidade, se lhes apresentava um desenho diziam: “Tire isso para lá que eu não percebo nada disso!”. Então entra a descoberta, o imprevisto, o deixa ver no que dá. O tear é uma descoberta! Não podemos ir com muitos desenhos e ideias feitas se não chegamos lá e ficamos travados. Experimentei tudo, teci trigo, restos de tecidos, flores, fibras. As pedras da calçada serviam para segurar os tecidos para cortar. É como na Índia eles têm coisas lindas e são criativos porque não tem meios e é o desenrasca! Eles trabalham na base da experiência. O facto de eu não ter um curso têxtil fez-me ser ousada em coisas que se calhar não seria, porque ficava agarrada a determinadas normas.

MF – Como é que a metodologia que utiliza na sua prática se relaciona com a cadeia de distribuição, com a capacidade de resposta e a capacidade de produção, com pequenas e médias indústrias e finalmente com a internacionalização?

HC – Eu faço peças únicas porque tenho uma clientela restrita mas aqui no Porto dava para três lojas. A distribuição é toda feita por mim para manter a qualidade, não vendo para lojas, já tive uma em Lisboa outra no Fundão mas não dava para os gastos, achei que era melhor vender menos e receber. Quanto à questão da internacionalização, o burel é feito ao metro se fosse preciso até dava para exportar, tinha era de haver um industrial interessado (eu



até ando a ganhar coragem para falar com o Belmiro de Azevedo porque o ouvi dizer que quer apostar no design, na diferença, na alta qualidade e no que é português). Além disso é necessário ter em conta outras questões como as anatómicas, por exemplo se vendermos roupa para a Finlândia temos de ter em conta que elas são muito mais altas e encorpadas do que nós e tem de haver uma adaptação. Quanto à capacidade de resposta, se vendesse em grandes quantidades não teria de estar a fazer sempre modelos novos, assim como a clientela é mais restrita tenho de estar sempre a fazer modelos diferentes porque as clientes gostam de vestir diferente. Este tipo de vestuário mesmo produzido em grande escala seria sempre para pequenas lojas, eu estou a ver isto nas lojas em Paris, onde as pessoas tanto compram o isqueiro esquisito, como o sapato estranho, como compra o disco último grito, como compra um *biblot*, uma gabardina, essas lojas tem tudo e o meu vestuário estaria lá bem porque lá está, é uma peça única. O estranho, o diferente, porque não segue os parâmetros do pronto-a-vestir. Por isso eu penso que é possível internacionalizar sem massificar.

MF – Com caracteriza os seus produtos?

HC – Acho que os meus produtos são peças de design e não se enquadram em qualquer loja, já fiz a experiência e não há “à vontade” com as peças por parte daquele tipo de clientela, não há identificação. Por exemplo enquadram-se bem na loja do Museu de Serralves ou no Museu de Bilbao, onde há um público informado, é uma clientela especial.

Hoje o design caminha mais para as pequenas séries, para as peças numeradas e assinadas mas continua a prevalecer o industrial porque nota-se que o grande público procura peças bonitas com design atraente.

MF – Uma vez que trabalha na área têxtil/vestuário e atendendo às tendências de moda como modelo regulador do mercado, de que forma entende que o seu trabalho se relaciona com este processo?

HC – Em relação à questão da silhueta, do corte e do modelismo estou atenta, estas peças tem simplicidade mas chegar a ela é que leva tempo, as peças tem tradição mas não deixam de ser modernas. O resto são “modas”!

**MF – Como entende a relação designer/artesão?**

HC – Muito bem aceite. Porque as coisas não são impostas são explicadas e teve sempre uma grande relação com a natureza, com o que as rodeia, elas nunca se sentiram a fazer uma coisa que não lhes dizia nada. De início elas faziam porque era para as senhoras chiques da cidade, não usavam, achavam que não tinha nada a ver com elas. Passados alguns anos de ter iniciado o projecto eu ia para um dos grupos e passo por um rebanho enorme, qual não é o meu espanto quando saio do carro para tirar fotografias e vejo que o pastor estava com um colete meu, eu perguntei-lhe onde tinha comprado porque gostava muito do colete e ele disse-me: «olhe eu também gostei por isso comprei, a senhora vai em frente depois vira à esquerda encontra uma escola e a tola que faz isto está lá!» eu fiquei contente porque depois da estranheza e da resistência veio a identificação com os produtos, aí eu vi que estava no caminho certo!

MF – Na sua opinião de que forma é que o artesanato tem uma identidade própria e como a comunica?

HC – A ideia que tenho actualmente do artesanato é péssima, deixaram estragar tudo, alteraram tudo, deixaram alterar não aconselharam as pessoas, a televisão influencia muito e as coisas descaracterizam-se, mas é a nível mundial não é só cá. Talvez a África e a Índia façam coisas mais puras. Agora por cá, com a Rosa Ramalho, o Mistério, nunca mais, era uma época, um estado de alma, havia tempo para pensar nas coisas, agora a vida não se compadece!

MF – Como vê as técnicas de revitalização de saberes artesanais como é o caso dos trabalhos que têm vindo a ser feitos com as rendas de bilros, e as técnicas de adaptação de identidades/códigos ou linguagens artesanais como é o caso da adaptação dos desenhos dos bordados dos Lenços dos Namorados às chávenas da Vista Alegre?

HC – Têm de ser os designers a ajudar estes grupos, afinal qualquer empresa hoje tem técnicos especializados. Não nos podemos convencer que chegamos ao monte e dizemos, “oh fulana agora vais fazer aí uma coisa muito linda!”, não



é assim que funciona, não há milagres. É preciso haver uma ideia de mercado, de marketing, tem que ir alguém de fora, mas tem que ir com muita humildade, porque para estragar também vai muita gente.

Quanto ao lenço dos namorados eu sou muito crítica, porque o verdadeiro lenço era o que continha também o sentimento, a ideia de entrega a alguém. Copiar o lenço que alguém fez para vendê-lo a 40 ou 50 contos é para mim inconcebível e ainda por cima pôr-lhe um selo, isso ainda foi pior porque como tem certificação agora é se pode aldrabar à vontade! Porque eu acho muito bem a certificação nos alimentos, porque é perigoso e é preciso ter em conta as questões de higiene, que seguiu os trâmites, agora no bordado e vestuário não é por aí. Porque se proteger os lenços é disseca-los, fazer quadrinhos, colar-lhes um selo e oferecê-los como lembrança, então isto não é protegê-los, isto é transformá-los num *souvenir*. Claro que a aplicação dos motivos, dos desenhos noutras coisas como louças, por exemplo, não preserva o bordado é apenas uma fonte de inspiração, eu pessoalmente já trabalhei muito sobre os lenços, mas tem uma imagem muito forte e também é muito conotado, é cansativo. A Lixa tem bordados brancos que dão para adaptar e podem-se fazer coisas lindíssimas, os bordados da lixa é que acho que deviam ter um certificado pois tem uma maneira especial de bordar, aqueles monogramas todos trabalhados, altos, muito particulares e é uma região inteira. Quanto aos lenços de Vila Verde, a Aliança Artesanal quer muito que aquilo seja deles mas não é, são alguns lenços mas toda a região do Minho os tem, não percebo porque é que se têm de demarcar. Eles precisavam muito mais de um designer lá a tratar-lhes da imagem, porque é isso que hoje importa, hoje estamos no auge da imagem, os próprios museus hoje são visitados pelo invólucro, pelo edifício, que são obras de arquitectura mas, é a imagem que tem a força.

MF – Considera viável o revitalizar de velhas técnicas e saberes, e que forma lhe parece ser a mais apropriada para essa revitalização ter sucesso?

HC – As necessidades hoje são outras, temos de ir às origens ver como é e adaptar aos nossos tempos. Hoje se calhar não preciso de uma bilha mas porque é que eu não hei-de ter uma coisa lindíssima em cima de um móvel



como adorno. Eu até posso ver que coisas e cores se usavam no vestuário da altura mas não é isso que me interessa, o que me interessa é o acto de tecer! Interessa-me que ele não acabe. Claro que um dia de uma tecedeira ao tear fica caro, por isso é que isto é roupa de alta gama, até porque algumas peças também têm bordado à mão, os pontos mantêm-se os motivos são alterados e adaptados a uma outra realidade que é a actual. Depois há a questão da rentabilização, elas bordam isto numa manhã ou numa tarde e a toalha além do tempo que leva a bordar é a questão de passar a ferro e os cuidados que são precisos e que ninguém tem tempo, assim estas coisas foram ficando para trás porque não houve uma adaptação.

Uma professora da Serra de Montemuro, que até fez um pequeno museu com coisas que recolheu mas sem condições de preservação e conservação, um dia acusou-me de estar a estragar a tradição, porque não percebia que eu estava era a perpetuá-la. Um dia encontrei-a e disse-me que ia deixar de fazer tecelagem porque era um prejuízo tão grande que nunca mais ia pôr ninguém a fazer tecelagem, eu pensava exactamente o contrário, cada vez precisava de fazer mais tecelagem. É preciso ter novas formas de responder a novas dificuldades.

MF – Como vê os processos de formação, certificação ou de gestão e promoção quando utilizados para a revitalização dessas técnicas e saberes?

HC – Quando tentei trabalhar na região de Viana com tecelagens percebi o medo aos intermediários porque estes metiam a teia no tear e portanto seguravam-no de forma que elas só podiam tecer para eles, percebi então porque diziam: 'O tear está preso!'. A formação ajudou as artesãs a gerirem melhor o seu trabalho, a saberem fazer preços e a valorizarem-se.

Qual é o povo que consegue arrancar uma crise sem ter memória sem tratarmos e pegarmos nas nossas memórias e origens.

Eu estive numa feira em Milão onde se percebe que a tendência económica e social está no fazer artesanal mas que é apenas manual e familiar, ou seja a criação de pequenos núcleos, onde se conseguem criar alguns postos de trabalho, são empresas e descontam. As tendências são as grandes



multinacionais e os outros ajeitem-se. Por isso a feira de pureza artesanal tinha pouco, só eu umas da Letónia e pouco mais.

Vocês mais novos, só fazem qualquer coisa de português que seja reconhecida lá fora se pegarem na nossa cultura, qualquer coisa original senão estamos sempre a copiar. Se queremos por exemplo trabalhar o barro temos de ir ver o que ainda há porque há muita gente que ainda cose o barro como os romanos e ninguém está a ligar nenhuma e essas coisas estão a morrer. Os mais velhos morrem e não passam esse saberes. O lema deverá ser: ‘Saberes antigos perspectivas novas.’

5.1.2 Ana Margarida Fernandes

O trabalho desta designer surgiu da consciência das crescentes pressões para inovar, as novas necessidades criadas pela mudança facilitam o desenvolvimento de meios e conhecimentos criando respostas para melhor satisfazer o mercado. Assim a designer Ana Fernandes apostou na aplicação do bordado popular e erudito de Castelo Branco, cujo principal motivo de inspiração é a Colcha de Noivado, em tecidos de noiva contemporâneos onde se destacam o linho artesanal e a seda natural, surge uma adaptação do bordado a uma nova função procurando não descaracterizar a identidade tradicional e cultural. Este trabalho baseia-se numa reflexão sobre a cultura e os hábitos tradicionais das noivas portuguesas onde o design intervém principalmente ao nível da fusão de matérias-primas, no debuxo e no acabamento.



Figura 12: Vestidos de Noiva

Fernandes, A. M., 2004 'Tecelagem e Bordão Tradicional em Bordado Contemporâneo', Tese de Mestrado, Universidade do Minho.

Magda Felgueiras (MF) – Como se iniciou o projecto profissional que hoje desenvolve?

Ana Margarida Fernandes (AF) – Iniciou-se em 1995 quando o Centro de Formação de Artesanato de Coimbra me apresentou uma proposta a desenvolver na serra de Montemuro, uma acção de formação de grupos de artesãs no qual trabalhei em conjunto com a Helena Cardoso. A experiência, a sensibilidade e o “know-how” adquiridos levaram-me a apostar na aplicação dos bordados de Castelo Branco em vestidos de noiva contemporâneos.

MF – Qual foi o percurso desse mesmo projecto?

AF – Hoje continuo a trabalhar, tenho atelier mas faço muito pouco, só mesmo para quem quero porque o aparecimento de concorrência desleal tirou-me alguma motivação.

**MF – Qual a metodologia de trabalho que utiliza/pratica/segue?**

AF – A maior parte das mulheres quando iniciavam não tinham qualquer formação na área, dávamos formação inicial de aprendizagem, de fichas técnicas, de cálculos de tecido e da sua estrutura. Depois desta formação inicial desenhavam-se pequenas colecções apoiadas num tema sobre o qual cada uma das artesãs podia trabalhar. Por exemplo, se fosse um produto muito clássico trabalhado numa base de linho e com tafetá, o que é que nós poderíamos ir buscar duma cultura para essa peça ou colecção, procurávamos o tema a desenvolver. Relativamente ao bordado de Castelo Branco e ao meu trabalho, toda a sua simbologia era trabalhada contando uma história. Basicamente estamos a falar de interacção, pois elas interagiam directamente comigo quando desenvolviam os produtos. Lembro-me que, na formação de grupos, uma vez fomos apanhar giestas e levámo-las para a sala para analisar: estudamos a cor, a textura, a forma e como se poderia traduzir isso para o tecido. Neste processo é preciso descer á linguagem delas porque não percebem determinadas leituras, de maneira que fichas e croquis técnicos normalmente são rejeitados.

MF – Como é que a metodologia que utiliza na sua prática se relaciona com a cadeia de distribuição, com a capacidade de resposta e a capacidade de produção, com pequenas e médias indústrias e finalmente com a internacionalização?

AF – Os artesãos conseguem dar resposta ao trabalho, o grande problema está no facto de quem produz não saber comercializar, é preciso ensinar estas micro empresas que sobrevivem disto a entregar, a distribuir o produto, a desenvolver a capacidade de repetir n vezes esse produto porque eles acham que já não é bem a mesma coisa e poderemos não estar a falar de peças únicas. A colocação lá fora acaba por não ser tão complicada e exemplo disso é a Helena Cardoso que chega lá fora e dá cartas.

MF – Como caracterizaria os seus produtos?

AF – Acho que não são tanto peças de artesanato mas mais peças de autor, apesar delas não serem só minhas, mas de uma equipa de trabalho.



MF – Uma vez que trabalha na área têxtil / vestuário e atendendo às tendências de moda como modelo regulador do mercado, de que forma entende que o seu trabalho se relaciona com este processo?

AF – É importante acompanhar as tendências, uma vez que estamos a falar de um produto específico que são os vestidos de noiva, a tendência em termos de cor, forma e estrutura é muito importante, tenho sempre em consideração o perfil mais clássico ou mais contemporâneo de noiva, porque não vamos fazer uma coisa obsoleta e “démodé”. Mas neste caso não se vende propriamente moda mas sim uma base cultural.

MF – Existem actualmente várias vertentes de produtos/trabalho como é o caso do design de autor, do design de pequenas séries, e do artesanato. Entende que estas vertentes se relacionam entre si, ou se sobrepõem?

AF – Há uma nítida confusão entre o trabalho de autor e o trabalho de artesão, porque o artesão acha-se um artista popular e estou a falar de pessoas da nossa geração, com a nossa “linguagem” mas que não conseguem ter domínio da técnica. Depois há também esta confusão com a arte popular se bem que eu acho que um designer também pode fazer arte popular.

MF – Como entende a relação designer – artesão?

AF – É preciso entender muito bem os artesãos, isso é um grande problema e por mais que se debata o artesão não aceita o designer porque este também não sabe o que é o artesão, não sabe as técnicas, falta a consciência e aquela leitura. A solução pode estar na interacção, um diz o outro diz, é um trabalho que não é meu é nosso, um trabalho de desenvolvimento mútuo. Muitos artesãos não aceitam trabalhar com designers acusando-os de se apoderarem do seu trabalho dizendo no final que as peças são deles, quando o artesão deu muito de si e do seu saber técnico, que os designers não têm. Há um mês, aqui na escola realizou-se um fórum para o qual foi convidado o Henrique Cayatte, presidente do CPD (Centro Português de Design) que apelou de forma arrogante aos alunos para não serem humildes, assim não vamos a lado nenhum...

**MF – Como vê a interface design / artesanato?**

AF – Não sei se vejo, acho realmente muito complicado. Há cerca de um mês assisti a uma conferência onde uma das intervenientes, professora das Belas-Artes em Lisboa, que está a fazer um estudo para a certificação do bordado de Castelo Branco, “entrou a matar” perante os artesãos que estavam lá e que faziam bordado de Castelo Branco, inclusive uma senhora que passou pelo Museu e que sabe imenso sobre estes bordados, a discussão foi interessante mas, dificilmente a professora conseguirá vir a trabalhar com estes artesãos. Entrando numa linha de pensamento em que somente o design é importante e “nós é que estudamos, nós é que sabemos o mercado”, então e quem faz? Quem tem a base cultural é o quê? A Helena Cardoso, por exemplo, nas suas etiquetas tem o seu nome e no verso o nome do grupo!

MF – Na sua opinião de que forma é que o artesanato tem uma identidade própria e como a comunica?

AF – Eu não consigo definir muito bem o que é o artesanato. Isto é um ciclo, há dez anos atrás o artesanato era qualquer coisa que estava na moda mas hoje já deixou de estar, já não está na moda ter artesanato em casa. Era necessário que alguém se debruçasse a sério sobre isto e tentasse perceber o que é realmente o artesanato e o artesão em Portugal.

MF – Como vê as técnicas de revitalização de saberes artesanais como é o caso dos trabalhos que têm vindo a ser feitos com as rendas de bilros, e as técnicas de adaptação de identidades/códigos ou linguagens artesanais como é o caso da adaptação dos desenhos dos bordados dos Lenços de namorados às chávenas da Vista Alegre?

AF – Não me choca nada, porque não? Estamos a falar de outra técnica, de um re-design do que existe porque ninguém me impede de me inspirar num produto certificado, o importante são as suas formas que podem ajudar a criar um novo produto que tem uma outra linguagem diferente desse produto “clássico”. Eu quando compro uma toalha com o Bordado de Viana estampado não estou a comprar uma base cultural, é um produto de realização e utilização fácil.



MF – Considera viável o revitalizar de velhas técnicas e saberes, e que forma lhe parece ser a mais apropriada para essa revitalização ter sucesso?

AF – As associações, museus e os centros de emprego que na minha opinião fazem muito pouco, porque ao contrário do que se pensa não é desperdício ter uma técnica a trabalhar com um grupo, deveriam ter uma linha de coerência, de seriedade e de trabalho em relação a esta questão. Os suecos quando cá estiveram provaram que sabem trabalhar. Convém salientar que há grupos que ainda trabalham mas como não têm ninguém a orientá-los sai muita asneira, a formação contínua e o acompanhamento de projectos é essencial.

MF – Como vê os processos de formação, certificação ou de gestão e promoção, quando utilizados para a revitalização dessas técnicas e saberes?

AF – A revitalização não passa pela certificação, é necessário preservar o que é nosso e estando a falar de raízes culturais tem de haver qualidade mas, para que público? Uma colcha de castelo branco pode custar 10 ou 15 mil contos, qual é o público desta colcha? O que é que está a ser certificado, uma obra de arte? Até acho que realmente o é, mas o facto de não ter selo e não ter sido comprada num museu não quer dizer que não tenha qualidade. A questão é, quem é que certifica e quais são os critérios. É preciso certificar para preservar mas não para banalizar.

5.1.3 Bernardo Providência

Defensor de projectos antecidos por uma intensa reflexão sobre os usos e costumes de determinada actividade artesanal e regional, com os quais se pretenda desenvolver um processo sério de revitalização das artes e ofícios tradicionais. Defende que, quanto mais forte for o conceito que sustenta um produto, maior será a sua imposição no mercado. Com a realização desta entrevista, pretendem-se analisar os projectos desenvolvidos por Bernardo Providência no âmbito do projecto “Desenhar a Tradição” em S. Pedro do Corval.

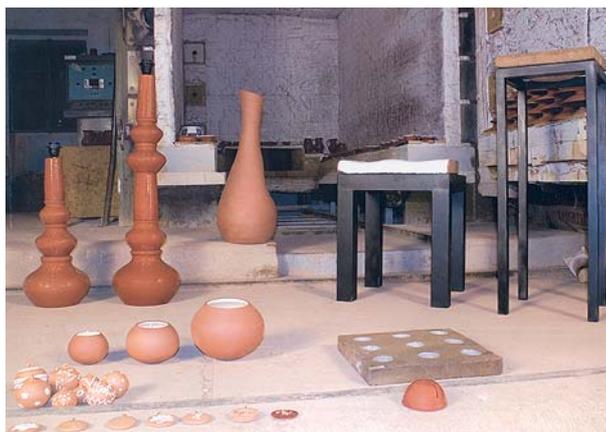


Figura 13: Trabalhos efectuados no projecto
Catálogo Desenhar a Tradição – Experiências de Inovação nas Olarias de S. Pedro do Corval,
2005

MF – Como surgiu a oportunidade de participar no projecto “Desenhar a Tradição”?

BP (Bernardo providência) – Surge de uma proposta do CENCAL e da Câmara Municipal Reguengos de Monsaraz e da constatação por parte destas entidade da crise do sector oleiro na região, o objectivo inicial era criar uma espécie de brindes e lembranças que pudessem ser oferecidos. Mas este convite, feito pela Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz, surge na sequência de um primeiro projecto desenvolvido ligado à cerâmica e a toponímica. Assim após um estudo da simbologia de reprodução tradicional aliado ao design contemporâneo surge a opção por materiais e técnicas tradicionais e características daquela região e as placas acabam por ser feitas em barro.

MF – Qual foi o percurso desse projecto?

BP – Convém salientar que este projecto está ligado aos seminários que se realizam anual e intercaladamente em S. Pedro do Corval e Salvaterra, na vizinha Espanha e nos quais se debatem temas interessantes como a cultura mediterrânica enaltecendo a cerâmica da região procurando preservar a tradição. Neste projecto foram “atribuídos” 2 ou 3 ceramistas a cada designer, estes tinham de desenhar em função dos métodos dos artesãos, os que trabalhavam na roda, os que trabalhavam essencialmente com tijolo de burro e telha e os que faziam uma espécie de *bricolage*, de decoração cerâmica.

**MF – Qual a metodologia utilizada?**

BP – Não existia uma metodologia imposta, havia 2 ou 3 idas ao artesão, uma visita inicial para conhecer a oficina, outra para apresentação do desenho e outra para ver como resultava o trabalho, ao fim-de-semana podíamos passar lá umas horas a ver levantar a peça e a dar sugestões. No entanto é difícil gerir os objectivos de uns e outros num mesmo projecto, havia um artesão que só queria fazer coisas pequenas tipo ofertas de casamento, então desenhei em função disso, quando lá fui novamente já só queria fazer coisas grandes! Depois há determinados desenhos perante os quais há dificuldades de interpretação e que não vão de encontro ao gesto que estão habituados, surgindo também limitações ao nível técnico.

MF – Como é que a metodologia que utiliza na sua prática se relaciona com a cadeia de distribuição, com a capacidade de resposta e a capacidade de produção, com pequenas e médias indústrias e finalmente com a internacionalização?

BP – Estas equipas eram para ser compostas por elementos do design, do marketing e das tecnologias mas depois acha-se sempre que os designers resolvem tudo, mas há que pensar inicialmente como é que um projecto destes pode e deve ser desenvolvido de forma sustentada, tendo em atenção determinadas fragilidades como o assegurar da continuidade dos artesãos, as próprias dimensões. A questão da relação de escala é muito deficiente.

MF – Como caracterizaria os produtos resultantes deste projecto?

BP – Design artesanal. Uma peça de artesanato não é impeditiva que seja considerada de design, podem funcionar de forma dissonante ou colaborativa. Por exemplo, há designers que sabem muito bem o que fazem, tem plena consciência do projecto e da sua intencionalidade, enquanto que o artesão tem uma relação com o processo de trabalho estruturada de forma mais ingénua e mais tosca.



MF – Atendendo às tendências como modelo regulador do mercado, de que forma entende que o seu trabalho se relaciona com este processo?

Tentar não desvirtuar, nem descontextualizar os conceitos culturais com as lógicas de mercado deve ser uma preocupação. Agora, se as tendências de determinado ano forem de encontro às características do artesanato de determinada região, não vejo problema nenhum.

MF – Existem actualmente várias vertentes de produtos/trabalho como é o caso do design de autor, do design de pequenas séries, e do artesanato. Entende que estas vertentes se relacionam entre si, ou se sobrepõem?

BP – Como já disse, uma peça de artesanato não é impeditiva que seja considerada de design, podem funcionar de forma dissonante ou colaborativa.

MF – Como entende a relação designer - artesão?

BP – A relação do designer/artesão depende da contextualização em que se insere. Hoje em dia temos artesões com vários graus de formação. No essencial existem duas formas de estar para com os objectos que se distinguem da relação que cada um cria sobre o artesanato. Podem complementar-se como se de uma simbiose onde todas as partes fazem um todo, (tipologia de certa forma utilizada pelo design, onde existem vários intervenientes na produção e processo). Mas tentando ser mais objectivo, e com base em algumas experiências neste área, a postura que cada um tem para com o objecto é diferente, bem como os processos de produção de objectos, sejam eles peças únicas ou em pequenas quantidades. O artesão tem uma relação mais directa para com o produto, resultando muitas vezes com base num conhecimento empírico passado de geração em geração. A Magia das peças autóctones está em haver uma ingenuidade, resultado de uma falta de reflexão para com o potencial e actual público-alvo, transmitindo deste modo uma cultura por vezes secular, com um carácter puro e reflexo de um posicionamento social. O designer procura metodologias mais próximas da ciência com estruturas bem delineadas e estudadas, onde a construção de protótipos, esquiços e desenhos técnicos estão quase sempre presentes, tentando dar resposta a uma necessidade bem identificada. A forma como cada um faz a aproximação ao produto é manifestamente diferente, sendo



interessante analisar o diálogo que cada um constrói com o mesmo. Quando o designer trabalha com o artesão tem de estar atento ao potencial do artesão, a forma como levanta a peça numa roda ou põe o vidro num alguidar (exemplo alguidar de Redondo), a forma como passa os desenhos para um lenço de namorado, ou crava em ourivesaria tradicional, todos estes processos estão cheios de “vícios” e formas de trabalhar que devem ser potencializados. O designer deve também incutir nesta relação toda a estrutura de mercado com as condicionantes ou mais valias sem perder o que de mais genuíno possa existir. Há a questão das dificuldades técnicas que surgem durante o realizar da peça, pois o artesão habituado a um determinado gesto, expressão ou movimento corporal sente muitas dificuldades em contraria-lo quando se pretende experimentar algo diferente do habitual, determinados desenhos não vão de encontro ao gesto que estão habituados.

MF – Como vê a interface design / artesanato?

BP – A interface design/artesanato deve ser entendido como a plataforma que permite consolidar os conhecimentos e formas de estar para com os produtos e processos. Deve no meu entender, definir muito bem a quota-parte de cada um neste processo para que não existem sobreposições, respeitando e valorizando cada uma das partes, quer do ponto de vista económico quer do ponto de vista do reconhecimento do trabalho. Parece-me que é uma mais valia muito importante e que poderá vir a fazer interface num futuro próximo com mais intervenientes. Em alguns casos do artesanato poderá vir a ser um empurrão para a sua sustentabilidade pelo que deve ser estudado e sistematizado para uma mais ampla aplicação.

MF – Na sua opinião de que forma é que o artesanato tem uma identidade própria e como a comunica?

BP – O artesanato tem uma identidade própria enquanto produto autóctone, reflectindo questões sociais, como histórias de vida, onde através da abordagem dos objectos comunicam a forma de estar para com o produto. O lenço do namorado, mais do que um lenço é uma carta de amor, onde toda a expressividade é inserida de uma forma muito peculiar. No caso das cangas



dos bois a mesma expressividade é gravada mas com um carácter muito diferente, quem sabe muitas vezes com símbolos e crenças.

MF – Como vê as técnicas de revitalização de saberes artesanais como é o caso dos trabalhos que têm vindo a ser feitos com as rendas de bilros, e as técnicas de adaptação de identidades/códigos ou linguagens artesanais como é o caso da adaptação dos desenhos dos bordados dos Lenços de namorados às chávenas da Vista Alegre?

BP – A Revitalização dos saberes artesanais é importante pela continuidade que possa dar ao património vivo. O que me preocupa mais é a forma como muitas vezes este processo é feito, destruindo o que demais genuíno possa existir. O estampar por exemplo lenços dos namorados, seja eles aqui ou na china, retira o que de mais belo e verdadeiro existia neste processo, ou seja a capacidade de comunicar feita através de uma técnica e forma de estar. É no meu entender uma má apropriação da imagem pelo facto de descaracterizar toda a carga emotiva anulando o que de mais genuíno existe no produto.

MF – Considera viável o revitalizar de velhas técnicas e saberes, e que forma lhe parece ser a mais apropriada para essa revitalização ter sucesso?

BP – Como diz o velho ditado “não basta parecer é preciso ser”. A revitalização das velhas técnicas deve ser reaprendida com todas as informações necessárias para a sua compreensão social, cultural e económica. A partir de aqui cabe a cada um a interpretação e reutilização destes saberes, sejam eles técnicas, processos ou produtos.

MF – Como vê os processos de formação, certificação ou de gestão e promoção, quando utilizados para a revitalização dessas técnicas e saberes?

BP – A necessidade de um estudo sério nesta área, já tem sido abordado por vários intervenientes, talvez nem sempre com os resultados esperados, nem tão pouco com uma solução para os verdadeiros problemas. Na minha percepção o ponto principal talvez seja a própria sustentabilidade do artesanato nas suas várias vertentes principalmente se o assumirmos com um carácter



meramente numa perspectiva económica. A formação que se tem feito, muitas vezes num processo de consultadoria, ou mais recentemente com formações na área de artesanato/design/marketing, não tem tido os resultados esperados, mas tem contribuindo quanto mais não seja como reflexão da mesma. A promoção não tem atingido os resultados esperados talvez por falta de um conhecimento real do mercado. Sem este estudo é impossível uma incrementação direccionada à resolução do problema. Puderam contudo existir outras questões satélites ao processo tais como capacidade de resposta, valor, escala de produção, etc. que não nos permitem implementar soluções mais sustentáveis. Quanto aos processos de certificação e gestão, não podem ser no meu entender reduzidos a números e tabelas sendo, no entanto, este o sistema muitas vezes utilizado nos meios científicos para avaliação de processos.

5.2 Entrevistas – Artesãs

Neste sub capítulo serão apresentadas análises do trabalho das artesãs e transcritos os resultados das entrevistas efectuadas.

5.2.1 D. Amância, Bordadeira

Esta entrevista surge na sequência da anterior realizada à Designer Helena Cardoso, que por amabilidade indicou uma das bordadeiras com quem trabalha, a D. Amância, assim como surge também da necessidade de obter uma outra perspectiva, a da artesã detentora da técnica e do saber fazer, do trabalho desenvolvido pelas duas para a designer. A D. Amância começou a bordar com a mãe mas muito do que aperfeiçoou foi devido à pouca vontade de ir trabalhar para o campo. Entretanto já ensinou à filha e fica com pena que estes saberes um dia se percam no tempo.



Figura 14: Peças bordadas pela D. Amância para Helena Cardoso
Fonte: Autora, 2005

Magda Felgueiras (MF) – Como aprendeu a bordar?

D. Amância (D.A) – Como todas as mulheres da região de Viana no meu tempo havia duas áreas em que as mulheres estavam inseridas a nível de trabalho: era na agricultura, estudar era só para os muito ricos, aprender a costura e os bordados que eram muito mal pagos e desvalorizados. Eu aprendi a bordar com a minha mãe e comecei a trabalhar muito nova, frequentava os movimentos de acção católica e quando ia a algum lado dizia, sempre que me apresentava: “sou doméstica”, nunca dizia “sou bordadeira” porque aquilo dava tão pouquinho, tão pouquinho...com o tempo obrigaram-me a dar o valor ao bordado que ele tinha porque para mim aquilo até era uma coisa insignificante.

MF – E hoje, como se apresenta?

D. A – Sou mais artesã do que bordadeira mas acho que as coisas estão muito ligadas, a minha arte realmente é bordar o que aqui está em causa é se é bordado de Viana *ordinário*, e por isso parece que a palavra artesanato não me soa bem!

MF – Quais são os seus clientes?

D. A – Eu neste momento não vivo do bordado, vou fazendo uma ou outra coisa para a D. Helena e vou fazendo os fatos para a Escola do Zé Pedro e ponto final, não trabalho para lojas nem nada disso. Se fosse mais nova bem que me aventurava, metia-me a fazer coisas diferentes e ia para as feiras.

MF – Quanto tempo diário dispensa para bordar?

D. A – Pouca, a minha vista e este braço já não ajudam muito!

**MF – Pagam-lhe à hora ou à peça?**

D. A – Ora bem eu vejo mais ou menos o tempo que determinado trabalho me leva a fazer e cobro-me em função disso. Se for mais complicado ou maior, leva mais tempo.

MF – Sente que há épocas mais altas do que outras ou o trabalho é regular ao longo do ano?

D. A – Neste momento sente se um bocado a crise, é normal, este trabalho dá umas peças caras!

MF – Já trabalhou em cooperativas?

D. A – Com o 25 de Abril começa-se a perguntar porque é que não se juntavam algumas mulheres o que era complicado porque todas tinham os seus patrões, casas regionais ou a tal dita patroa para quem a gente trabalhava, tomávamos conta do trabalho em casa, pois claro os intermediários é que levavam o lucro todo. Com a história do 25 de Abril as coisas começaram a mudar e então começaram a incentivar-me para formar uma cooperativa dos bordados. A maior parte do tempo trabalhei para uma loja em Viana e essa senhora chateou-se muito comigo quando soube que ia deixar de trabalhar para eles. Depois tive uma bolsa atribuída pelo Ministério da Educação durante seis meses (...) depois então, formou-se a cooperativa de bordados e fomos fazendo coisas à nossa conta, mas fomos fazendo coisas iguais às lojas e isso não dava grande saída e também havia quem estivesse só a bordar para deitar para fora e havia coisas muito aldrabadas. Os nossos clientes eram esse movimento de jovens do qual eu fazia parte e que me incentivou, sempre que havia um encontro nacional ou internacional lá ia a malta com a mochila carregada de bordados. Com o Movimento da Condição Feminina apresentamos uma senhora sueca que dava apoio às mulheres, pertencia a um movimento de solidariedade não cristã, fazia-nos visitas e neste meio tempo surge a D. Helena Cardoso para nos dar um curso e surge a oportunidade de trabalhar com ela mas todos nós às apalpadelas, precisávamos de ideias para sair do tradicional.

**MF – Como foi a experiência?**

D. A – A cooperativa acabou depois de exportarmos dez anos para a Suécia, tínhamos pernas para andar mas as invejas e a ruindade...quando há muitas mulheres juntas... Se houvesse formação a todos os níveis e todas tivessem os mesmos objectivos. Houve subsídios e formação mas o princípio foi muita solidariedade. Chegamos a pontos que eram cinco horas de trabalho por tarde e esse se calhar foi o grande mal porque claro, umas bordavam mais outras bordavam menos, umas eram muito perfeitas outras nem por isso e ganhavam todas o mesmo, se fosse hoje já não se teria feito assim, pagava-se à peça porque a motivação era diferente. As coisas feitas à mão são sempre um problema complicado por causa das quantidades, se vem alguém de uma loja e nos diz quero x peças é sempre complicado porque isto é um trabalho manual que enreda tempo.

MF – Já trabalhou pelo menos com uma designer, a Helena Cardoso, como foi ou como é trabalhar com designers?

D. A – Nunca sonhei chegar a fazer os trabalhos que fiz com a D. Helena, sei lá por exemplo bordar em lã eu dizia “ eu não sou capaz” mas depois a gente aprende e acaba por fazer tudo, utilizei materiais que nunca me passaram pela cabeça. Sempre apreciei muito esta capacidade criativa da D. Helena e de inovar, nunca faz coisas iguais. Nós também já estamos tão habituadas a trabalhar uma com a outra que ela às vezes manda-me um rascunho qualquer e eu já sei o que ela quer porque depois quem dá vida àqueles rabiscos realmente sou eu!

Ela dá mais ou menos uma ideia mas eu é que decido os pontos que vou aplicar e em que partes do desenho. Foi-me dada a oportunidade de fazer coisas exclusivas e então agora aquilo agrada-me totalmente, dá-me gozo fazer as aplicações para as saias as *écharpes*, mas também isto agora está numa fase má...e ela investe tanto e o trabalho até nem é muito reconhecido até para quem recebeu agora um prémio da UNESCO...

Mas isto já é fruto de uma grande caminhada que a gente fez em conjunto... uma coisa é uma pessoa pensar e fazer tudo outra é uma pensar e outra executar. Uma coisa é empregar os pontos que se fazem com linha fininha num pano de tabuleiro ou numa toalha, outra coisa é utilizar esses pontos com um



fiu grosso. O trabalho da D. Helena é muito específico e não me parece bem chamar-lhe artesanato, o que fazia connosco no tempo da cooperativa isso sim podíamos chamar de artesanato o que faz agora...é uma coisa mais estilizada. No princípio ainda era para aproveitar os motivos de Viana agora já não tem nada a ver, mas a técnica está lá porque os pontos são os mesmos. Claro que agora com a idade já nem todos os trabalhos são para os meus olhos, gostava que surgissem pessoas assim com criatividade do género, às vezes fico preocupada porque se fico doente sei que ninguém lhe pegava. Gostava também que isto não morresse na minha mão, para salvar uma coisas destas ela terá de fazer o mesmo com outra pessoa.

MF – O que acha que poderia ser feito para que o saber bordar não caísse no esquecimento?

D. A – Sei que já houve formação mas actualmente não sei, sabe que isto é uma arte que se aprende muito a nível de família, a minha filha quando estou muito apertada com o trabalho também já me ajuda. Nós com as acções de formação que fizemos na cooperativa acabamos por contribuir para isso porque as mulheres que lá andaram sempre ficaram com umas luzes e mais aperfeiçoadas, depois foram arranjanando outros trabalhos. A Câmara e o Instituto de Emprego é que deviam ter mão nisto. É importante aplicar estas técnicas de maneiras diferentes mas também era importante aproveitar a mão-de-obra que é despedida dessas fábricas que fecham, eu sei que nem toda a gente gosta destas artes mas para quem gosta o que tem de bom é que as pessoa acabam por ter outra qualidade de vida, o que é fundamental.

MF – Acha que o saber bordar, tecer, costurar se vai perdendo no tempo?

D. A – No meu tempo quase dava vómitos pensar nos bordados porque os bons e bonitos só os ricos é que os podiam pagar mas hoje já dá gosto ver nas Festas d’Agonia muita gente com a camisa regional bordada e isso é um valor que está a aparecer mas uma coisa é conservar o tradicional outra é inovar e criar coisas novas. Porque na vossa geração vence quem for capaz de ser original e diferente é o velho ditado “quem tem unhas toca guitarra”!



5.2.2 D. Maria José, Tecedeira

Natural de Perre, uma freguesia próxima da cidade de Viana do Castelo, Maria José cedo se interessou pelo saber da tia, se bem se interessou melhor o aprendeu pois não tem mãos a medir e trabalho não lhe falta. Herdou-lhe os teares e hoje é com eles que se orienta tecendo peças para os tradicionais trajes de Viana e suas freguesias que claramente caracterizam a região minhota.



Figura 15: Avental do Traje à Lavradeira

Acedido a 22-05-2006 em <http://www.cm-viana-castelo.pt/museu-traje/paginicial/>

Magda Felgueiras (MF) – Qual é actualmente a sua ocupação profissional?

Maria José (MJ) – Sou tecedeira, basicamente faço aventais às vezes lá faço uma saia de riscas mas faço mais aventais para os trajes tradicionais de Viana.

MF – Com aprendeu a tecer?

MJ – Aprendi a tecer com a minha tia, de todas as minhas irmãs fui a única que me interessei por esta arte, mal deixei a escola dediquei-me a isto. Depois de se aprender e perceber como funciona o tear é rápido, é sempre a mesma coisa, depois o resto vem com a prática. Montar o tear é que é mais complicado, as contagens certas...aí é que complica um bocadinho, depois andar com o “barquinho” para trás e para a frente não custa nada, quanto aos desenhos temos as fotografias de aventais antigos que é preciso manter mais ou menos mas pode-se alterar uma coisita aqui e ali mas sem fugir muito disto porque é assim a tradição.



MF – Já trabalhou em cooperativas? Como foi a experiência?

MJ – Não, nunca trabalhei.

MF – Qual o tempo diário que dispensa para bordar?

MJ – Actualmente por motivos familiares de doença muito pouco mas, tinha para o dia todo se pudesse, encomendas é o que não me falta. Há um mês que já não via o tear vim hoje aqui até para desanuviar, isto até é uma terapia!

MF – Quais são os seus clientes? Quais prefere?

MJ – É indiferente, faço para particulares, que gostam de ter um traje tradicional e ranchos folclóricos.

MF – Os preços que pratica são contabilizados à hora ou à peça?

MJ – À peça, isto é como a costura não se fazem contas às horas, um avental destes a trabalhar nele certinho eu em cinco dias fazia-o bem, por isso...

MF – Sente que há épocas mais altas do que outras ou o trabalho é regular ao longo do ano?

MJ – É sempre muito, tanto que me deixam hoje cá coisas que são para ficar prontas daqui a um ano, o que é mau porque entretanto vêm outras que acabo por meter e depois ando aflita.

MF – Já trabalhou com um designer? Como foi ou como é trabalhar com designers?

MJ – Não nunca trabalhei.

MF – Acha que o saber bordar, tecer, costurar se vai perdendo no tempo?

MJ – Acho que sim! Eu já ensinei aqui algumas pessoas, uma era pintora e durante algum tempo fez os quadros com o que tecia, trabalhava bastante e bem, o marido também e andava sempre em feiras, fazia uma



coisas diferentes, uns coletes e assim, eu nunca andei em feiras, eu já tenho tanto que fazer que não sinto necessidade. Outra casou entretanto, tem lá uma saia há mais de um ano que lhe pedi para me fazer porque eu estava muito apertada de trabalho e até hoje ainda não me fez! Coitada ela também não tem tempo com dois filhos...e agora vai a dias para duas casas ganha mais e não precisa de estar ali sentada ao tear, é que este trabalho é muito moroso e é preciso estar muito concentrada, com crianças e horas marcadas, não dá!

MF – O que acha que poderia se feito para que os saber tecer não caísse no esquecimento?

MJ – Eu já dei formação, aqui em casa e em centros e dou se me chamarem ou pedirem, no final as pessoas ficam a gostar muito mas, depois não seguem com esta actividade porque não dá para todos os feitos e a fazer menos horas de outros trabalhos acabam por ganhar mais.

5.3 Entrevistas – Directores dos Museus

Neste sub capítulo serão apresentadas análises do posicionamento institucional dos museus face às questões da preservação e transcritos os resultados das entrevistas efectuadas.

5.3.1 Dr.^a Salomé Abreu, Directora do Museu do Traje de Viana do Castelo

O Museu do Traje tem por missão inventariar, documentar, conservar, estudar e divulgar a sua colecção junto do público, através de exposições permanentes e temporárias, bem como de estudos e edições. Procura abordar o traje nas diferentes perspectivas procurando interpretações nas suas dimensões simbólica, artística, estética, técnica. Como directora do Museu do Traje de Viana do Castelo a Dr.^a Salomé Abreu acompanha de perto as movimentações desenvolvidas em colaboração com entidades locais, núcleos museológicos e acções de recuperação do património envolvendo as populações na preservação e promoção da sua identidade cultural.



Figura 16: Fachada do Edifício do Museu do Traje de Viana do Castelo
Acedido a 22-05-2006 em <http://www.cm-viana-castelo.pt/museu-traje/paginicial>

Magda Felgueiras (MF) – Como encara a questão da preservação do traje ou do trajar vianense, tendo em consideração que ao trajar “à moda de Viana” estão associadas uma série de tradições, que não se resumem unicamente ao traje em si, relacionadas com a sua criação e confecção?

Salomé Abreu (SA) – A história do traje, ou seja, trajar à moda de Viana, não é mais do que o resultado dum fenómeno cultural que se desenvolveu com o aparecimento dos grupos folclóricos na década de 30 e que adquiriu um estatuto nacional graças também ao período do Estado Novo, que defendia uma cultura nacionalista, regionalista e folclorista. O trajar à moda de Viana, está fortemente associada a este fenómeno cultural, sendo o folclore (grupos folclóricos) quem defendia e estereotipava esse rigor. O facto do traje adquirir um estatuto de beleza, sempre que actuava em palco, contribuiu também que durante as festas da N. S^a. da Agonia, se organizassem desfiles e festas de trajes, premiando assim o melhor traje. Deste modo, o rigor era ponto de ordem, no entanto penso que essa forma de trajar, era pura e simplesmente para o espectáculo, e não como uma prática corrente das mulheres vianenses.

Se virmos pelo lado do espectáculo, o trajar à moda de Viana, de facto temos normas que definem a criação e confecção, como por exemplo o caso que distingue o traje da Freguesia da Areosa (saia com barra vermelha e avental com motivos geométricos, etc.) e o Traje de Santa Marta (saia com barra preta e avental com motivos florais), tudo isto são marcas do regionalismo, e que na prática não se verificava com este rigor.



MF – Como caracteriza a situação actual dos artesãos (tecedeiras, bordadeiras, etc.)?

SA – Actualmente quase não existem artesãs, devido à falta de mercado para escoamento deste tipo de trabalho, substituído pelos produtos industriais e muito mais baratos. Há 30 anos ou mais, era normal uma família ser constituída por um número de filhos superior a 5, e todos os recursos económicos eram necessários, conciliando os trabalhos artesanais com os trabalhos de casa e do campo, onde toda a família participava na economia caseira. Hoje a realidade é outra, o comércio, a escolaridade obrigatória, a qualidade de vida a que as pessoas tiveram acesso, originou o abandono destes trabalhos de cariz artesanal. Actualmente no concelho de Viana, o número de artesãs (bordadeiras e tecedeiras) não deve ultrapassar as 100.

MF – A continuidade temporal das actividades de carácter artesanal relacionadas com traje de Viana estará em causa tendo em consideração não só o panorama social e económico actual mas também as tendências de moda e mercado?

SA – As actividades artesanais ligadas ao traje, neste momento ainda não estão tão mal, como outro tipo de peças, embora o panorama social e económico não seja o mais favorável, mas ainda persiste a tradição das famílias minhotas terem no mínimo um traje por família. De facto, as tendências da moda são evidentes, verifica-se nos últimos 10 anos, uma adesão muito grande de pessoas que querem andar trajadas durante o período festivo da Senhora da Agonia. Se não andam completas, pelos menos 1 ou 2 peças do traje usam. Saliendo ainda que estas pessoas tendo vindo a ser cada vez mais jovens e até estudantes universitárias que há 15 ou 20 atrás achavam parolo. Quanto a outro tipo de artesanato, parece-me que neste momento está a sofrer um momento de moda pouco vantajoso.



MF – Como vê as técnicas de revitalização de saberes artesanais como é o caso dos trabalhos que têm vindo a ser feitos com as rendas de bilros, e as técnicas de adaptação de identidades/códigos ou linguagens artesanais como é o caso da adaptação dos desenhos dos bordados dos Lenços de namorados às chávenas da Vista Alegre?

SA – A revitalização de saberes artesanais, é uma forma de sobrevivência e de exploração das artes. Como a moda é temporal, é necessário dar-lhe novas formas, é normal, o artesanato tem que se adaptar à inovação para não morrer, contudo não deixa de ser uma adaptação que tem na sua génese códigos que não podem ser perdidos. É um fenómeno que se deve à crise do escoamento dos produtos já conhecidos e então é preciso inovar. Considero que se deve inovar mas preservar a sua identidade.

MF – Considera viável o revitalizar de velhas técnicas e saberes, e que forma lhe parece ser a mais apropriada para essa revitalização ter sucesso?

SA – Há sempre uma dualidade de considerações nesta situação, é verdade que devemos preservar a autenticidade das velhas técnicas, são mais fiáveis, mas a revitalização também é uma forma de manter viva uma técnica, caso contrário pode morrer. Exemplo disto é o caso da tecelagem, hoje ninguém faz mantas de farrapos e quase ninguém se veste com peças de linho, no entanto se se fizer um casaco de linho com um novo designer, as pessoas usam-no e gostam e a tecedeira tem trabalho e preserva o seu tear.

MF – Existem actualmente várias vertentes de produtos/trabalho como é o caso do design de autor, do design de pequenas séries, e do artesanato. Como entende a relação designer - artesão?

SA – Considero que é completamente compatível, como já referi, é uma forma de preservar um produto artesanal, mas que lhe dá uma forma moderna e compatível com os dias de hoje.

**MF – Como vê o interface design - artesanato?**

SA – Tal como em qualquer outra arte, tudo evolui, tudo tem um tempo, e ainda bem que alguém dá continuidade a um produto artesanal com elementos modernos. É sinal que o artesanato tem valor, não nos mesmos moldes, mas com os actuais.

MF – Como vê os processos de formação, certificação ou de gestão e promoção, quando utilizados para a revitalização de técnicas e saberes antigos?

SA – Neste momento a Câmara Municipal de Viana, está a desenvolver um processo de certificação dos Bordados de Viana do Castelo, no qual tenho vindo a acompanhar bem de perto. O que se pretende com este processo, certificação, é que este património não se perca, isto é, não seja apropriado por outras pessoas de regiões ou países diferentes, como é o caso da China. Ao certificar, regista-se a sua patente e valoriza-se o produto, isto significa que um produto para ter o selo, vai ter que respeitar todas as normas padrão do bordado; cores, motivos e suportes. No entanto, foi também permitido a inovação, isto é, o bordado de Viana pode ser aplicado em peças com design de moda, sendo assim uma forma de permitir a outras áreas a utilização e produção dum artesanato que tem vindo a diminuir e que é imprescindível a sua revitalização. Uma coisa é o património tal como ele é e surgiu que deve ser preservado, outra é a abertura à contemporaneidade e a sua permanência como produto artesanal mesmo que readaptado.

5.3.2. Arquitecto Manuel de Carvalho e Sousa, Director do Museu do Ouro de Travassos

O Museu do Ouro surgiu há cinco anos atrás tendo como objectivo preservar o reportório da memória da comunidade e assumindo um papel interventivo na qualidade de vida da gente de Travassos.

O arquitecto Manuel de Carvalho e Sousa é o dinâmico coordenador deste museu “vivo”, como gosta de afirmar e um dos elementos de uma família que se dedica de corpo e alma a preservar uma oficina de família hoje transformada



em museu, que aposta na preservação do que a aldeia tem de mais autêntico: a tradição do ouro e da filigrana.

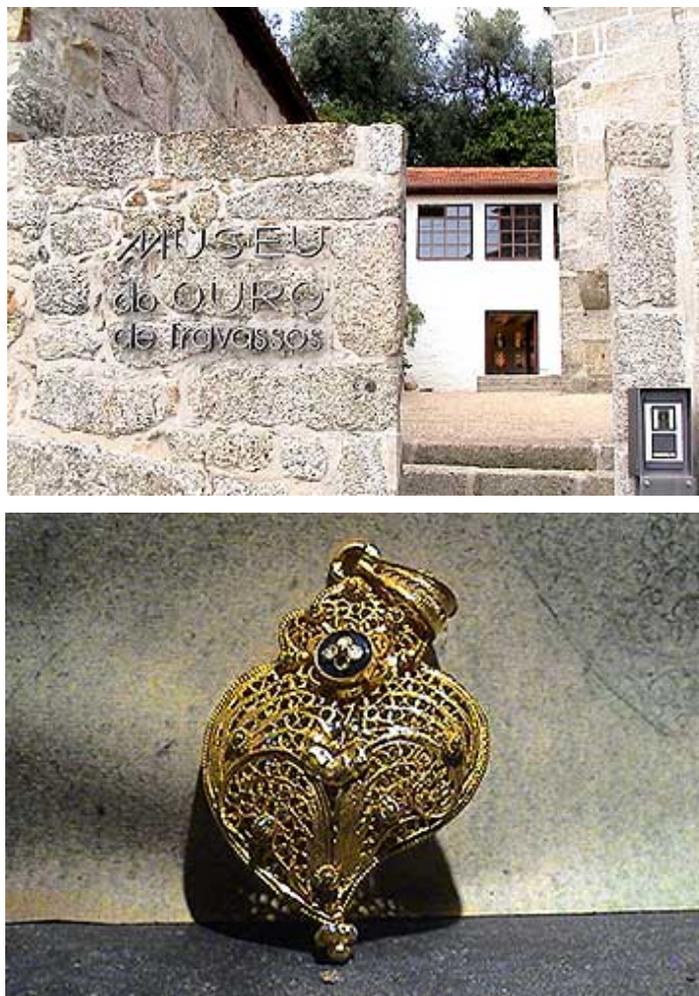


Figura 17: Museu do Ouro de Travassos
Acedido a 22-10-2006 em <http://www.museudoouro.com>

Magda Felgueiras (MF) – Como encara a questão da preservação da filigrana tendo em consideração que às peças estão associadas uma série de tradições relacionadas com a sua criação?

Manuel de Carvalho e Sousa (MS) – Continua a haver lugar para a ourivesaria tradicional e para a inovação, continua a haver gente que quer aquela peça que tem uma identidade cultural muito específica, uma forte corrente tradicional que está no nosso imaginário na memória dos nossos avós, a associação à emigração e à saudade, ao partir e ao Portugal que fica no coração e há as novas formas que apesar de tudo preservam a técnica.



Em Viana houve uma estratégia do Turismo que foi promover a ourivesaria como parte da sua identidade e não deixa de o ser porque está associada ao traje. Mas em Viana não há uma única ourivesaria, não é para tirar o mérito foi uma questão de saber aproveitar muito bem a sua identidade é como o vinho do Porto, é feito na região do Douro mas a sua identidade está associada ao Porto porque era lá comercializado. Houve grande polémica recentemente porque numa exposição patente actualmente no Museu do Traje em Viana muitas vozes se levantaram pelo facto de lá se exporem peças daqui o que não faz sentido porque por exemplo, os vidrilhos com os quais se bordam os trajes também não são produzidas em Viana.

O Museu do Ouro pretende afirmar a Póvoa do Lanhoso como centro produtor de ouro. No país há vários centros de comercialização de ouro, por exemplo, Cantanhede que não produz nada mas tem grandes armazenistas que fazem consertos, vai ser sempre um grande centro distribuidor de ouro, Gondomar é conhecida como a capital do ouro.

MF – Como caracteriza a situação actual dos ourives?

MS – Hoje falamos em cerca de 40 oficinas, porque a crise económica nos últimos cinco anos, não acabou com a actividade mas, atacou-a muito assim como a consequente emigração e o êxodo para as cidades. Como esta área é sedentária, ou seja as pessoas só compram quando o dinheiro sobra o que nem sempre acontece. Isto fez com que os ourives ficassem muito mais atentos à situação no sentido de estarem abertos a novas sugestões o que facilitou a introdução de inovações porque quando o que fazem tem saída e não sentem a necessidade de inovar nem de repensar a actividade.

Aqui só uma oficina é que tem um carácter mais industrial onde já utiliza a microfusão mas de resto é tudo muito artesanal e de carácter familiar onde trabalham essencialmente os pais e dois ou três filhos, claro que neste processo essencialmente artesanal há coisa que antigamente eram feitas de uma forma física e agora são substituídas por algumas inovações que no entanto não será por isso que perdem o carácter artesanal, por exemplo dantes soldava-se à bomba e agora solda-se a gás mas o fogo está lá na mesma.



Houve uma mudança no sentido positivo, há ourives aqui que trabalham quase exclusivamente com designers e nota-se o aparecimento de um novo mercado. Antes deste projecto havia ourives que estavam parados. O projecto “Leveza” teve sucesso porque é um meio muito pequeno e as pessoas conhecem-se muito bem e no início do projecto eu obriguei as pessoas a assumirem um compromisso de honra e aqui a honra vale muito, em como não faziam replicas, comparando com Gondomar que é um meio maior e onde os ourives estão habituados a ir a Itália e copiam tudo com a confiança de que ninguém dá por isso, aqui como viram que as coisas resultaram não querem quebrar a confiança porque esta aliança é boa para eles.

Neste tipo de projectos de intervenção em meios artesanais tem de haver um líder uma pessoa que fomenta e ande à frente com as coisas porque as pessoas também por falta de formação tem uma atitude pacifista em relação às situações, á vezes faço aqui reuniões para por as coisas em cima da mesa para serem discutidas e até tenho unanimidade em demasia o que não é bom porque se vê que as pessoas não tem sentido critico mas o engraçado é que as pessoas confiam muito nisto tudo porque quando marco uma reunião às nove elas às nove estão cá.

MF – A continuidade temporal das actividades de carácter artesanal relacionadas com a filigrana estará em causa tendo em consideração não só o panorama social e económico actual mas também as tendências de moda e mercado?

MS – Não me parece, por exemplo quanto ao escoamento de produtos, há uma designer Joana Caldeira, por exemplo que abriu uma ourivesaria “Olho-de-perdiz” (verdadeiro nome das ditas contas de Viana) em Matosinhos só com peças dela feitas aqui na aldeia. Além da loja ela distribui para o país todo e alguns ourives trabalham em continuo para ela, nós aqui no Museu também vendemos peças dela e só de anéis de malha vendemos cerca de 40 a 50 anéis por mês por isso já não se fala aqui de séries muito pequenas, claro que as peças pequenas se vendem muito bem por uma questão de preço. No entanto há alguns distribuidores nacionais que tem problemas de escoamento ao nível do produto tradicional, a empresa Euronor, que tem uma dimensão



muito maior do que as restantes oficinas tem lá a trabalhar uma designer que participou neste projecto e neste momento exporta para Espanha e tem uma grande expansão porque inova.

MF – Como vê as técnicas de revitalização de saberes artesanais como é o caso dos trabalhos que têm vindo a ser feitos com as rendas de bilros, e as técnicas de adaptação de identidades/códigos ou linguagens artesanais como é o caso da adaptação dos desenhos dos bordados dos Lenços de namorados às chávenas da Vista Alegre?

MS – No caso da ourivesaria e na medida em que o museu se assume com uma atitude interventiva, se o ouro dito tradicional se deixa de vender porque hoje há uma alteração do gosto e as pessoas querem peças mais baratas e mais efémeras e a mistura do ouro e da prata por exemplo pode ser uma forma de responder a essas características do mercado. Assim surge a necessidade de se introduzirem novos desenhos mas também esta mistura de materiais o que não foi fácil de fazer entender aos ourives porque esta apenas era usada pelos ourives de segunda categoria, contudo a prata paga-se menos em termos de feitiço e as perdas são muito menores, com um kilo de ouro não se consegue fazer um kilo de obra pois há várias perdas, conseguirei 950gr de obra, recuperarei mais 40gr no lixo, no chão, na água de lavar as mãos mas no entanto há 10gr que desaparecem mesmo mas, 10gr de ouro equivale a perder 150€ e perder 10gr de prata equivale a perca de alguns cêntimos, então começam a perder esse estigma em relação à prata. E assim se pode dizer que o grande valor do museu tem sido as mudanças de mentalidades. O museu organiza várias exposições cujo denominador comum é sempre o ouro mas fazendo entender que o museu é um espaço de vivo de ajuda à comunidade.

MF – Considera viável o revitalizar de velhas técnicas e saberes, e que forma lhe parece ser a mais apropriada para essa revitalização ter sucesso?

MS – Sem dúvida nenhuma a aposta no design enquanto factor de intervenção. Aqui os designers foram convidados a trabalhar com os ourives locais e na altura a interacção teve as dificuldades inerentes da mudança, isto é, alguns



designers tiveram dificuldade em se adaptar aos ourives que eram um pouco conservadores, tive mesmo situações em que servi de mediador em situações que o ourives se sentia ofendido pelo designer por em causa a qualidade do seu trabalho de anos de experiência, tive de lhes fazer ver que tinham de ter abertura para os entender assim como os designers tinham de ter cuidado pois não podiam por em causa de animo o trabalho dos artesãos, dificuldades normais tendo em consideração que nunca os designers tinham trabalhado com artesãos nem vice-versa. Deste projecto resultou a parceria activa de alguns designers e artesãos porque houve um melhor posicionamento com maior disponibilidade de tempo para de experimentação, há designers que cá vêm todas as semanas encomendar peças, não foi uma experiência efémera ficou um relacionamento de trabalho continuo, houve mesmo designers que ficaram cá a trabalhar com alguns ourives. Este projecto além da revelação que trouxe da terra e do reconhecimento trouxe também o design.

Na altura do 'Leveza' o Museu Nacional de Etnologia mantinha contactos com o Museu de Turnov, da Republica Checa com os quais se combinou um simposium itinerante. Estiveram aqui joelheiros de várias nacionalidades, Austrália Polónia, Republica Checa, Escócia, Holanda e o museu nessa semana funcionou como museu vivo, os ourives locais vinham partilhar e comungar conhecimentos e experiências foi um projecto que teve a ultima exposição em Dezembro mas não acabou. No próximo ano vamos fazer um congresso em Maio de joalharia, um workshop de designers para que apresentem novos desenhos e ourives para que mostrem as suas técnicas criando uma interacção entre ambos, uma feira do ouro, um desfile de moda 'Ouro sobre azul' inserido no projecto 'Rota do Linho e do Ouro' gerido pela ATACA, e um concurso de joalharia, portanto o projecto vai tendo novas vertentes mas a parceria com a ESAD continua activa.



MF – Existem actualmente várias vertentes de produtos/trabalho como é o caso do design de autor, do design de pequenas séries, e do artesanato. Como entende a relação designer - artesão?

MS – Contudo isto é um processo lento na mudança de mentalidades e como estou numa posição privilegiada percebo isso muito bem porque os artesãos também às vezes tem uma certa dificuldade em entender os ganhos do designer neste processo, fazendo-lhes alguma confusão a questão da margens de lucro, tento fazer-lhes entender que a margem dos designers pouco importa se as peças tiverem saída e que tem de compreender que se a peça se vende bem é porque está bem desenhada e bem pensada e caso contrário hoje poderia estar a plantar couves. O mesmo se passa com a questão dos direitos de autor e os pagamentos de royalties, as peças que antes faziam não eram de ninguém eram da tradição, eram réplicas.

Contudo também há casos de ourives que tiveram uma má experiência com os designers porque serem demasiado excêntricos para o mercado, a excentricidade pode ser vista como uma estratégia de marketing, como na moda, mas estas oficinas não tem dimensão para suportar isso.

MF – Como vê a interface design artesanato?

MS – Neste caso, é importante na medida em que se aposta em designers que não tem um percurso mas aos quais se dá a oportunidade de serem notícia, foi importante para o projecto pelo frutos que dá e para a aldeia que sai do anonimato.

Tudo isto teve como consequência o sentimento de necessidade de criação de uma associação porque hoje está tudo muito concentrado no museu, todas estas actividades e iniciativas de forma a poder redistribuí-las, e também porque os custos já começam a ser muitos e assim a Câmara poderá ajudar no financiamento dos projectos, o que agora não acontece porque o Museu é privado. Sente-se uma grande adesão por parte de todos os ourives porque mesmo os que não quiseram aderir ao projecto “Leveza” verificam agora que os outros estão a ganhar com isso e a escoar produto então verifica-se realmente uma mudança de mentalidade e atitude e percebem que o design



lhes é importante, hoje preocupam-se também com a apresentação, com a embalagem, com a etiqueta com a imagem coisa que há uns anos lhes passava ao lado. Como estão muito descapitalizados preocupam-se como arranjar dinheiro para as coisas.

Os objectivos da associação tem a ver com o melhorar da economia local, valorizar a introdução do design, dinamizar o turismo e a certificação da qualidade. Todas as pessoas que vão pertencer à associação ao assinar a ficha de inscrição comprometem-se com a preservação dos direitos de autor, não estar envolvido em processos-crime relacionados com a ourivesaria e que cada um exerça a actividade para a qual está autorizado pela contrastaria (fabricante, armazenista ou retalhista) de forma a regular o mercado.

MF – Como vê os processos de formação, certificação ou de gestão e promoção, quando utilizados para a revitalização de técnicas e saberes antigos?

MS – A preservação da técnica depende apenas da economia, aqui os não adultos não vão para a ourivesaria porque nenhum pai quer meter um filho numa área que não é rentável, quando o for querem pois é uma arte que dá dinheiro e um bom nível de vida. Isto é um bocado como as matas de Mértola, dantes não valiam nada estava uma mulher durante um mês a fazer uma manta para ganhar duzentos euros, desde que o Carlos Torres levou as mantas para o Casino Estoril onde as expõe na parede para as vender a dois mil euros, agora as mantas custam cerca de setecentos ou oitocentos euros e já é com certeza mais motivador. Assim começa a haver mercado porque se desenvolve uma imagem de marca, uma etiqueta, toda uma envolvente propícia, agora as peças tradicionais passam também a ter o nome do fabricante e a denominação de origem.

O nosso objectivo com a certificação é garantir que determinada peça foi produzida mediante ancestrais técnicas de fabrico e ponto final, porque uma coisa é a certificação de uma peça que tem uma memória histórica, por exemplo um trancelim de lantejoulas é um modelo romano do qual existe um exemplar no Museu Nacional de Arqueologia e que ainda hoje é fabricado segundo os mesmo métodos falamos quase de replicas arqueológicas e outra



coisa é uma peça que tem uma técnica tradicional, são coisas distintas. Por exemplo pendurar um coração de filigrana num fio de veludo não desvirtua a peça, o uso é que deixa de ser convencional mas a peça não é desvalorizada, aqui há uns anos é que se introduziram umas pedrinhas nos corações e isso é que nem é carne nem é peixe é um absurdo. Aqui na loja do museu as pessoas compram réplicas do que está exposto porque fazem gosto em ter uma réplica igual à peça exposta no museu.

5.4 Conclusões

Após a transcrição dos resultados das entrevistas torna-se necessária a análise de cada uma delas e do trabalho de cada designer, artesão e director de museu.

Da análise do trabalho e da entrevista à designer Helena Cardoso pode-se concluir que, no seu percurso de vida e de trabalho, nada acontece por acaso. Helena Cardoso comprova um profundo conhecimento das técnicas, das texturas, dos motivos e dos padrões que caracterizam cada uma das regiões onde trabalhou, acompanhou e produziu os seus produtos. A consciência plena da importância das características de cada região levam a designer a adoptar um método de trabalho no qual valoriza sobretudo o imprevisto, a oralidade e a espontaneidade das artesãs locais. É precisamente o espontâneo e a pureza associada a este conceito que atribuem aos produtos um carácter genuíno. O seu método de trabalho é muito influenciado pelo facto de a designer não ter formação específica na área têxtil, o que contribui para a valorização da descoberta e da ousadia na procura de soluções.

O respeito pelo outro, pela vida e situação social e cultural das artesãs com quem trabalha, levam a designer a perceber que o mais importante não é impor as suas ideias mas explicá-las para que sejam entendidas. Considera importante que as artesãs sintam que o que fazem também é delas, porque também para elas tem algum significado. Considera também importante a valorização da natureza e do meio envolvente no processo de trabalho para que a identificação com os produtos desse mesmo meio seja plena, neste sentido o trabalho e ajuda dos designers poder ser fundamental. Um trabalho



que se quer sério, respeitador, constante, paciente e contínuo porque o trabalho manual requer tempo e dedicação.

Helena Cardoso reconhece a importância das acções de formação na medida em que ajudam as artesãs a rentabilizarem e valorizarem o seu trabalho, ensinando por exemplo a calcular um preço justo para as peças produzidas. A formação assume um carácter importante na gestão financeira da profissão e da própria oficina dos artesãos enquanto empresa de dimensão familiar. A formação deve ser também um veículo de transmissão e partilha de conhecimento para que este não se perca no tempo, proporcionando novas perspectivas aos saberes antigos.

A designer classifica os seus produtos como peças de design que, pelas suas particularidades, sente não serem bem recebidas em qualquer espaço comercial. Torna-se necessário e importante rever o posicionamento no mercado deste tipo de produtos normalmente de pequenas séries. São produtos específicos, com características particulares, procurados e apreciados por nichos de mercado, com interesse especial por produtos diferentes e genuínos que com eles se identificam.

Na exploração de um conceito de design aliado às artes e ofícios tradicionais, pela sua coerência, pela consistência do seu trabalho e pelo respeito pelas gentes e tradições Helena Cardoso é uma referência incontornável.

Da entrevista à designer Ana Margarida Fernandes conclui-se que a partilha de experiências entre designers também é extremamente produtiva. Esta designer reconhece que aprendeu e reaprendeu muito durante o período no qual teve o prazer de trabalhar com a Helena Cardoso na Serra de Montemuro numa acção de formação para grupos de artesãs.

Esta experiência influenciou as suas opções e métodos de trabalho. Percebeu a importância da interacção, do diálogo e da linguagem no processo de comunicação durante a realização dos seus projectos. A designer sente que é preciso incutir aos educandos noções de respeito e humildade perante as coisas e as pessoas para que haja uma abertura aos outros e às suas ideias e aos seus saberes. Caso contrário, não se vislumbra interacção possível entre estas duas áreas.



Considera as suas peças de autor mas, produzidas por uma equipa de trabalho. Sente ser cada vez mais importante adicionar aos produtos texto informativo sobre as suas origens, história e métodos de fabrico assim como adicionar e referir nessa informação, não só o nome do designer, mas também dos artesãos, dignificando e valorizando um trabalho que também lhes pertence.

A designer defende que a preservação não passa necessariamente pela certificação de produtos e que esta muitas vezes pode levar à banalização dos mesmos. Alerta para a necessidade da resolução do problema relacionado com as dificuldades de comercialização do produto. Grande parte dos artesãos sente dificuldades no escoamento dos seus produtos por falta de formação relativa à entrega, distribuição e posicionamento dos mesmos. A dificuldade de escoamento de produtos também se relaciona com a falta de adequação dos mesmos ao mercado. A questão da análise das tendências de moda e de mercado, enquanto elemento regulador, tem importância pois permite prever alguns comportamentos dos consumidores, contudo, é necessário que o uso das tendências não desvirtue a essência e a base cultural de determinado produto.

Feita a análise à entrevista realizada ao designer Bernardo Providência, percebe-se um grande respeito pela cultura, pela tradição. Os seus projectos são antecedidos por uma intensa reflexão sobre os usos e costumes de determinada actividade artesanal e regional com a qual aceita desenvolver um projecto em conjunto. Conclui-se que um produto se impõe melhor, quanto mais forte for o conceito que o sustenta. Quando questionado sobre as tendências enquanto elemento regulador do mercado, o designer alerta sobretudo para o perigo da descontextualização dos conceitos culturais. Não o incomoda, no entanto, a procura de produtos característicos e artesanais de determinada região, que pela sua estética, em determinado momento, coincide com as tendências de moda ou de mercado.

Estas entrevistas levam a concluir que os designers pela sua formação intelectual e académica têm, necessariamente uma postura diferente perante a vida e na forma como encaram os projectos e desafios profissionais. Diferente



da dos profissionais de outras áreas mas sobretudo, e no que a este trabalho de investigação diz respeito, diferente dos artesãos com quem colaboram ou colaboraram. As entrevistas a estas duas artesãs surgem precisamente para evidenciar essas diferenças de comportamento e raciocínio, que se querem e se acredita serem extremamente benéficas num trabalho de interacção. Da análise destas entrevistas verificam-se diferenças entre o trabalho das próprias artesãs e evidenciam-se as diferenças metodológicas entre o trabalho destas e o dos designers.

Procurou-se uma artesã que já tivesse trabalhado com uma designer, aceitando a sugestão da Helena Cardoso, optou-se pela entrevista à D. Amância. A artesã, detentora da técnica e do saber fazer, tem consciência que também contribui para o sucesso da obra da designer. Afirma que demorou algum tempo para o perceber mas, agora reconhece o valor do seu trabalho. Sente algum pesar pelo facto de já não ter a mesma saúde para trabalhar como gostaria e alguma preocupação com a continuidade da sua obra.

Conheceu a Helena Cardoso num curso de formação e fascinou-se pelas suas ideias alternativas ao bordado tradicional aceitando a oportunidade de com ela trabalhar. Com o passar do tempo a designer já quase não precisa dizer nada, apenas dá uma ideia de orientação porque a artesã já sabe como pegar no trabalho. É precisamente essa liberdade, essa margem de manobra que a designer lhe proporciona, que a D. Amância mais gosta no seu trabalho.

A oportunidade de trabalhar com a designer surgiu depois de outras experiências profissionais como o trabalho desenvolvido nas então denominadas cooperativas. Esta ideia de trabalho comunitário surge após a Revolução do 25 de Abril. A artesã encabeçou a formação da Cooperativa dos Bordados com muitas dificuldades só sobrevivendo com a solidariedade da comunidade. Inicialmente o sucesso não foi muito porque se limitavam a bordar artigos semelhantes aos que faziam anteriormente para as entidades patronais, os donos das lojas de artigos regionais. Os seus produtos eram sobretudo escoados em encontros nacionais ou internacionais de movimentos de jovens cristãos. Posteriormente com o aparecimento do Movimento da Condição Feminina, surge um movimento de solidariedade não cristã, oriundo da Suécia,



que impulsionou a cooperativa através da atribuição de subsídios e formação. Apesar dos pontos positivos desta intervenção sueca, como a exportação durante dez anos para este país, a cooperativa falhou noutros aspectos. O individualismo, a falta de sentido comunitário e da partilha de objectivos comuns, conduziram este tipo de trabalho comunitário ao insucesso. Por exemplo, o facto de as pessoas serem pagas à hora e não à peça, levou algumas delas a desleixarem-se, pensando que bordassem muito ou pouco, mal ou bem, seriam pagas da mesma forma.

A D. Maria José, ao contrário da D. Amância, nunca trabalhou em cooperativas nem com designers. O seu trabalho é tecer aventais para os trajes tradicionais de Viana do Castelo, procurando manter as suas características. Não procura a inovação, nem a promoção dos seus trabalhos em feiras, porque os seus produtos têm sempre muita procura. Actualmente, só não tece o dia todo por motivos pessoais. Ao contrário da D. Amância não se cobra à hora pelo seu trabalho mas, à peça, evidenciando o facto de um avental demorar aproximadamente cinco dias a tecer. Admite que só com muito gosto, dedicação, concentração e tempo é que alguém se pode dedicar a uma arte como a tecelagem, o que hoje em dia se torna muito difícil pois há outras alternativas de emprego mais bem pagas e menos exigentes em dedicação.

A Dr.^a Salomé Abreu, directora do Museu do Traje de Viana do Castelo, em resposta a uma das questões colocadas sobre a situação actual de actividades como as das tecedeiras e bordadeiras refere que, estas quase não existem devido à falta de mercado para escoamento deste tipo de produtos que começam inclusive a ser substituídos por produtos industriais mais baratos. Opinião diferente, como se viu, tem a D. Maria José que só não trabalha mais porque neste momento não tem disponibilidade pessoal, as encomendas são muitas e escoam com facilidade os seus produtos. As suas opiniões coincidem quanto à escassez de artesãs, que desenvolvam actividades relacionadas com o traje de Viana, precisamente pelo facto de a realidade social actual ser muito diferente daquela vivida há algumas décadas atrás. Numa época caracterizada por famílias numerosas onde todos os recursos económicos eram necessários,



as actividades de carácter artesanal eram uma das principais fontes de rendimento.

Esta directora considera que a revitalização e a intervenção de designers nestas actividades podem ser uma forma de manter viva uma técnica, contudo a tecedeira entrevistada não sente disso necessidade pois continua a vender as suas peças tal como há vinte anos atrás.

O problema que aqui se coloca não é tanto a questão da inovação para escoar produtos, mas sim a questão da preservação de técnicas antigas. Quem detém o conhecimento actualmente são muito poucas artesãs que se dedicam a estes trabalhos, como a D. Maria José, que não tem problemas em vender o seu trabalho nem sente necessidade de inovar. O importante é que estas pessoas continuem a fazer o seu trabalho, porque tem procura e este é vendido. Mas, também é importante que estas pessoas transmitam os seus conhecimentos e que os museus e entidades responsáveis como os Centros de Emprego e Formação Profissional tomem medidas no sentido de rentabilizar este tipo de actividades, tornando-as atractivas para quem procura uma alternativa profissional. Assim, com a garantia de que os saberes estão a ser transmitidos para gerações futuras, cabe a essas mesmas gerações inovar no sentido de adaptar esses saberes às novas perspectivas e necessidades de mercado.

Quando questionada sobre a relação das tendências de mercado com a continuidade temporal das actividades de carácter artesanal, como a tecelagem e o bordado, a directora deste museu responde, restringindo-se à tendência de mercado da região de Viana, que ainda hoje a tradição familiar minhota se mantém quanto à questão da compra de pelo menos um traje por família. Situação confirmada pela D. Maria José ao referir como seus principais clientes, os grupos folclóricos e particulares. O uso durante as festas da cidade de uma ou duas peças dos trajes é, segundo a Dr.^a Salomé Abreu, uma tendência que se verifica cada vez mais nos grupos etários mais jovens.

A certificação dos Bordados de Viana do Castelo é um processo que a directora tem acompanhado de perto e salienta-lhe as vantagens relacionadas com a preservação do património e a tentativa de evitar a sua apropriação por outras regiões ou países. A certificação regista a patente e valoriza o produto, é-lhe atribuído um selo confirmando que todas as normas foram respeitadas. A



contradição torna-se evidente na associação que a directora faz deste processo ao conceito de inovação. Como será possível inovar quando há um conjunto de normas e orientações rígidas a respeitar? Será possível criar coisas novas sem extravasar as regras e as normas, sem explorar ao máximo todas as potencialidades das técnicas e das matérias-primas?

Pela comparação das entrevistas dos dois directores de museus é possível verificar que as posturas dos mesmos enquanto organismos de preservação são distintas. O Museu do Ouro de Travassos tem uma atitude muito mais dinâmica e interventiva virada para a sua comunidade de ourives, os portadores do saber da técnica da filigrana. O museu apercebeu-se que a comunidade de ourives estava em extinção pela crise que também abalou este sector, porque é o primeiro a ressentir-se em períodos económicos difíceis e mobilizou-se para reanimar a actividade. Com a crise as pessoas não compram o que consideram um luxo pois há outras necessidades a satisfazer mas, o facto de as peças também não terem características que as tornem mais atractivas como uma estética mais actual e um preço mais acessível são outros factores que levaram os ourives a sentirem necessidade de repensar a sua actividade.

O Museu do Ouro sugeriu o design como factor de inovação que poderia introduzir alterações estéticas, sociais e económicas pela sua capacidade, enquanto metodologia, de pensar o produto tendo em vista não só o consumidor final mas também equacionando todas as possibilidades de melhorar a relação qualidade/custo, benéfica para produtores e consumidores. A comunidade aceitou o desafio assim como os estudantes de design da ESAD. Houve um posicionamento com disponibilidade de tempo para a experimentação. Apesar do confronto de mentalidades e das dificuldades inerentes ao projecto, o sucesso desta parceria tornou-se visível pela sua continuidade temporal. Foi também uma forma de apostar em novos valores do design, dando-lhes a oportunidade de se lançarem num mercado de trabalho no qual tiveram de perceber a ausência de capacidade deste para resistir a excentricidades como estratégia de marketing. A mudança de mentalidades dos ourives verifica-se até ao nível da preocupação com a imagem, a apresentação, a embalagem e a etiqueta.



Quanto à preservação da técnica o Arquitecto Manuel Sousa não tem dúvidas, depende apenas de factores económicos. Nenhum pai quer introduzir um filho numa área que está condenada à partida, que não é rentável ou para a qual não se vislumbra grande futuro. A certificação não é um factor determinante na preservação, defende a certificação de uma peça porque ela tem uma memória histórica e foi produzida com técnicas ancestrais de fabrico. Outra coisa são as peças que foram desenvolvidas com uma técnica tradicional e que não precisam de certificado para que a técnica seja preservada.

Continua a existir um público que procura determinada peça, réplica de determinada relíquia exposta num qualquer museu e há o público que procura coisas novas, diferentes, inovadoras mas genuínas e originais. Genuinidade que só poderá encontrar em peças nas quais haja algo de um povo, de uma cultura, uma identidade que a diferencia e a torna original.



CAPÍTULO 6

PROPOSTA DE UMA INTERFACE DESIGN_ARTESANATO



Procura-se neste capítulo analisar a possibilidade de utilização de um conjunto de ferramentas e métodos do design aplicadas às artes e ofícios tradicionais com o intuito de propor uma interface.

Pretende-se que a interacção entre o design e o artesanato ou as artes e ofícios tradicionais tenha um carácter bidireccional e interactivo pois, essa é natureza do conceito de interactividade no sentido em que desencadeia reacções. A proposta da criação de uma interface enquanto área situada entre dois conceitos que funcione como um tradutor fazendo com que estes se entendam com a finalidade de conseguirem comunicar, surge como uma metodologia de trabalho que se quer comum a designers e artesãos. A intervenção dos designers nas artes e ofícios tradicionais pode ser uma forma de manter viva técnicas antigas, não se resumindo somente à promoção e divulgação (por exemplo, o desenvolvimento de imagem corporativa) dos produtos. Pretende-se apostar na inovação para criar novos produtos utilizando antigas técnicas de produção, adaptadas a uma nova realidade. Tendo em consideração que existem artesãos sem dificuldades no escoamento dos seus produtos a questão centra-se na transmissão de saberes e conhecimentos às gerações futuras.

Actualmente estão em curso uma série de processos de certificação de produtos tradicionais. No entanto, a preservação não passa somente pelos processos de certificação porque a estes não se podem associar conceitos de inovação (pelas regras e normas a cumprir) e assim sendo, torna-se mais complicado fazer prevalecer no mercado produtos que apesar de autenticados não são inovadores e conquistadores de novos consumidores. Deduz-se assim que a preservação passa pela inovação, ou seja, ao criar novos produtos com técnicas antigas, estamos a preservar algo que é nosso e autêntico mas, pensando nas necessidades dos consumidores actuais. Assim, o designer pela sua formação, pela sua maior abertura ao mundo que o rodeia e à menor resistência à mudança poderá contribuir para a revitalização destas técnicas contribuindo para a criação de novos produtos em parceria com os artesãos.



Na criação de uma interface que permita o trabalho conjunto destas duas áreas existem uma série de factores a ter em consideração. A metodologia a seguir não poderá resultar somente da junção de dois diferentes sistemas de comunicação, terá de ter em consideração as diferentes características de cada um deles.

A consciência plena de associações correntes como a do artesanato aos modos de produção pré-industriais e a do design aos industriais; a ideia do artesão como o homem que preserva, com fidelidade cega às formas tradicionais, somente a técnica e o saber fazer e a do designer como o criador de ideias e produtos constantemente renovados, porque a indústria e o mercado assim o exigem, esta consciência permite não cair na tentação de esquematizar, ignorando as complexidades e mutações de ambas as áreas.

Porque o que se procura são novos produtos ou produtos reinventados, é necessário perceber que as mudanças adicionam à cultura uma dimensão comercial na qual os produtos de uma região ou país, enquanto imagem de marca têm um valor estratégico na diferenciação competitiva. Encontrar os objectos banais e percebe-lhes o valor enquanto recuperadores de uma memória colectiva poderá torná-los em elementos orientadores de uma nova e genuína estética.

6.1 Proposta para Mecanismos de Apoio à Produção Artesanal

A definição e criação de uma interface só faz sentido quando direccionada, pelo que se julga importante a criação de unidades ou núcleos de apoio às produções artesanais que poderiam ser criadas e geridas, pela sua dimensão e importância cultural, por entidades públicas como os museus, tendo em consideração as suas funções de preservação cultural que não se deveriam resumir somente à conservação da integridade física de objectos expostos mas, também ao incentivo e constante apoio de actividades artesanais que ainda hoje se mantêm, adquirindo um estilo de preservação dinâmico e activo, explorando ao máximo a ideia de 'museu vivo'.



Pela sua dimensão social e económica, estes núcleos de apoio deveriam também estar em contacto directo com outras instituições, como por exemplo os Centros de Emprego e Formação Profissional, associações nacionais de defesa do artesanato, assim como com entidades de apoio às PME's, nas quais se podem encontrar profissionais qualificados e disponíveis para integrar estas equipas multidisciplinares, preferencialmente, constituídas por artesãos, designers, profissionais de marketing e de gestão, que constituiriam os núcleos de apoio às produções artesanais.

Estes núcleos, funcionando como um sistema, deveriam ter por principal objectivo, a definição de estratégias e mecanismos de geração de respostas rápidas e eficazes, assentes numa abordagem criativa e inovadora face às contrariedades inerentes aos diferentes e possíveis projectos geridos por estes núcleos que poderiam ser designados de UAPA's (Unidades de Apoio à Produção Artesanal). O desenvolvimento destes projectos teria como lema o investimento nos valores culturais, recuperando a auto-estima e reforçando a identidade da comunidade na qual o projecto se desenvolveria. Uma abordagem multidisciplinar de intervenção centrada nas necessidades dos artesãos e nas suas técnicas de trabalho, pois são estas que se pretendem preservadas.

Num processo de trabalho que se quer de grupo, onde se evidenciam as relações humanas, a importância de um bom líder é fundamental, assim como a dimensão do próprio grupo de trabalho. Se um projecto se foca em determinada área, por exemplo a tecelagem tradicional de uma região, é importante definir um grupo de trabalho, não em função da actividade ou ofício em questão mas sim, em função do artesão ou unidade produtiva artesanal. Surgindo assim um projecto constituído por vários grupos de trabalho mas com uma liderança, objectivos, interesses, estratégias e características de gestão comuns. Digamos que, do projecto na sua globalidade fariam parte os artesãos, designers, profissionais de marketing e os de gestão, dos grupos apenas fariam parte artesãos e designers ainda que, de forma indirecta, no trabalho destes interferisse o dos outros e vice-versa.

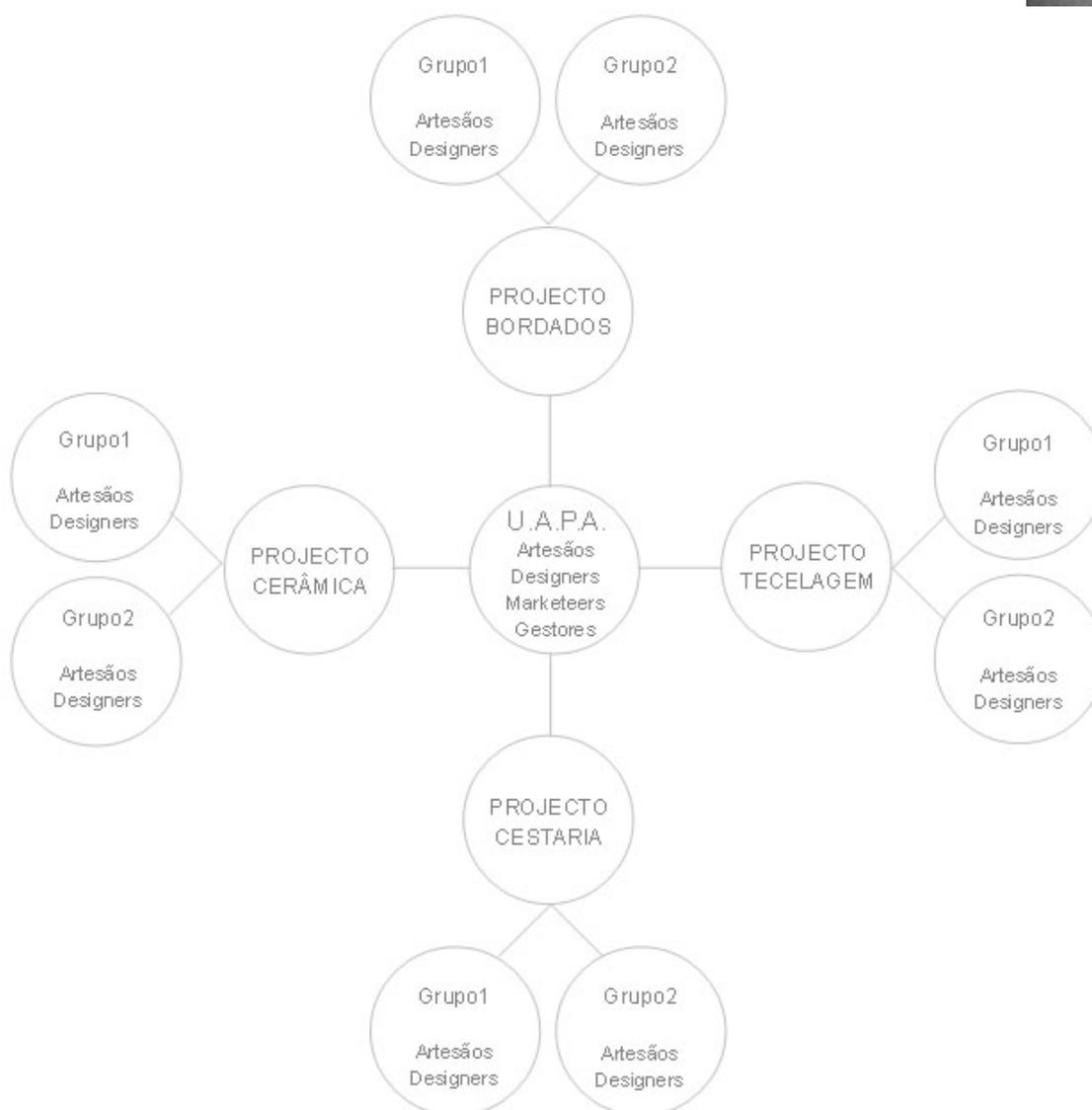


Figura 18: Estrutura possível para as U.A.P.A.'s
Fonte: Autora 2006

6.2 Proposta de uma metodologia para as UAPA's

Procura-se neste sub capítulo apresentar um conjunto de operações dispostas, por uma determinada ordem lógica, cujo objectivo é rentabilizar o trabalho multidisciplinar das U.A.P.A.'s de forma a otimizar resultados.

A interface que a seguir se apresenta baseia-se na mesma atitude metodológica aplicada ao design para orientar os seus próprios processos de criação. A sua metodologia resume-se à resolução de problemas passando por fases como as do reconhecimento, identificação, enunciado, investigação,



hipótese, teste e resolução. Desde a formulação do problema até à elaboração de um protótipo e respectivo produto, a metodologia projectual no design atravessa etapas relacionadas com: o programa das necessidades, na qual ocorre a formulação do problema; a análise prévia, com a reflexão sobre o problema e por fim o projecto em si. Nesta última etapa, procede-se à elaboração de informação; desenvolvimento, avaliação e selecção de alternativas; estudo de pormenores; criação de protótipo, correcções e modificações do mesmo.

As metodologias têm a vantagem de proporcionarem uma visão unitária do projecto, contudo, não devem ter uma estrutura rígida mas sim flexível e adaptável às características de diferentes projectos tendo em consideração critérios como: a disponibilidade de recursos tecnológicos, os custos de produção, a mão-de-obra, determinadas características e complexidades locais e até objectivos político-económicos que podem influenciar o projecto.

«Mais uma vez, a tónica coloca-se no alto grau de profissionalismo dos criadores e na sua capacidade crítica e inventiva, que devem equilibrar justamente métodos e objectivos, salvaguardando a produtividade, mas também os valores menos imediatos, incluindo valores estéticos e éticos.»
(Pinto, J.F., 2004)⁶⁵

Apresentam-se as seguintes operações metodológicas:

1º Definição do problema:

- Identificação da arte ou ofício tradicional em extinção associado à cultura de determinada região
- Identificação de necessidades e carências socio-económicas em determinada região ou sector de produção
- Previsão do capital necessário para atrair recursos humanos qualificados com conhecimentos adequados ao projecto
- Selecção de profissionais das diferentes áreas para a criação de equipas e grupos de trabalho

⁶⁵ Pinto, J. F., 2004. Acedido a 22-10-2006 em http://designio.com.sapo.pt/Metodo/Met_01_MIndustrial.htm



2º Diagnóstico da situação:

- Identificação da oferta (produtores, bens produzidos – origem, matéria-prima, peso, tamanho, dimensões, custos e volume de produção)
- Identificação da procura (perfil socio-económico dos consumidores, actuais e potenciais)
- Cruzamento de informações
- Análise das potencialidades, necessidades, ameaças e oportunidades da região analisando: as técnicas artesanais actuais e extintas, as matérias-primas, os recursos ambientais, as capacidades da mão-de-obra e as infra-estruturas disponíveis

3º Definição de um plano de acção:

- Definição de uma estratégia, por todos os elementos intervenientes no projecto, em função da qual se estipulam prioridades numa das seguintes áreas: de gestão, de produção (tendo em consideração os custos), de design, de componente tecnológica ou de comercialização e promoção
- Definição de objectivos
- Orientação e sincronização das acções de todos os profissionais intervenientes

4º Desenvolvimento do projecto:

- Registo de histórias contadas pelos artesãos e habitantes locais
- Levantamento das manifestações culturais e da história local
- Recuperação da cultura material e iconográfica (materiais, técnicas e elementos simbólicos)
- Criação de um *briefing*, constituído pelos atributos que o produto deve ter
- Design ou *re-design* de produtos tendo em consideração as tendências de mercado e o seu valor estratégico na diferenciação competitiva, sem desvirtuar a técnica artesanal e a sua identidade cultural
- Desenvolvimento de várias alternativas, enfatizando a experimentação e exploração de todas as potencialidades da técnica artesanal



- Construção de uma matriz de critérios (funcionais, formais, estéticos, conceptuais e simbólicos) para comparar as vantagens das várias alternativas
- Seleccionar a melhor alternativa para desenvolvimento de protótipo tendo em consideração as matérias-primas, os métodos e processos de produção, cálculo de custos directos e indirectos e estratégias de colocação no mercado.

5º Promoção e comercialização

- Criação de um identidade visual que transmita a essência do projecto e que em conjunto com o produto tenha a capacidade de conquistar o consumidor
- Estruturação e definição de informação útil à compreensão do produto
- Definição de estratégias de apresentação, divulgação e distribuição do produto

6º Avaliação do impacto e dos resultados do projecto

Este tipo de projectos serão desenvolvidos em torno de três eixos principais cujo bom desempenho será fundamental para o seu sucesso:

- a) Produto: ao nível da preservação da sua técnica de produção; análise das características e potencialidades da matéria-prima; questionar a preservação ou não da forma do produto; definição de linhas de produtos e organização da produção; desenvolvimento de conhecimentos tecnológicos, de gestão, produção e mercado; criação de uma forte identidade visual para potenciar a visibilidade dos produtos e do projecto
- b) Autonomia dos grupos
- c) Capacidade de organização e liderança das UAPA's



Toda a acção do projecto seria centrada na técnica a preservar e no seu detentor, o artesão ou Unidade Produtiva Artesanal. O projecto deverá ser motivado pela consciência e necessidade concreta de preservação de determinada tradição assim como pelas necessidades económicas e sociais dos artesãos que pretendam revitalizar a sua produção ou outros cidadãos que procuram uma nova oportunidade profissional. É na definição do problema que entidades como os museus, os institutos de emprego e associações deverão ter um papel activo, assim como na selecção dos profissionais que constituirão as equipas de trabalho. As acções inerentes ao projecto deverão ocorrer de forma integrada e simultaneamente, apesar de uma continuidade apoiada na gestão, no design, na produção artesanal, na comercialização e promoção.

A qualidade do produto torna-se essencial para a sua permanência no mercado, este deve ser constantemente analisado durante o desenvolvimento de novos produtos. Um ponto importante prende-se com a verificação da compatibilidade da procura com as potencialidades produtivas do grupo para que o projecto se mantenha sustentável. A qualidade, a comunicação e as parcerias deverão estar presentes em todas as áreas intervenientes no projecto para apoiar e garantir a sua sustentabilidade.

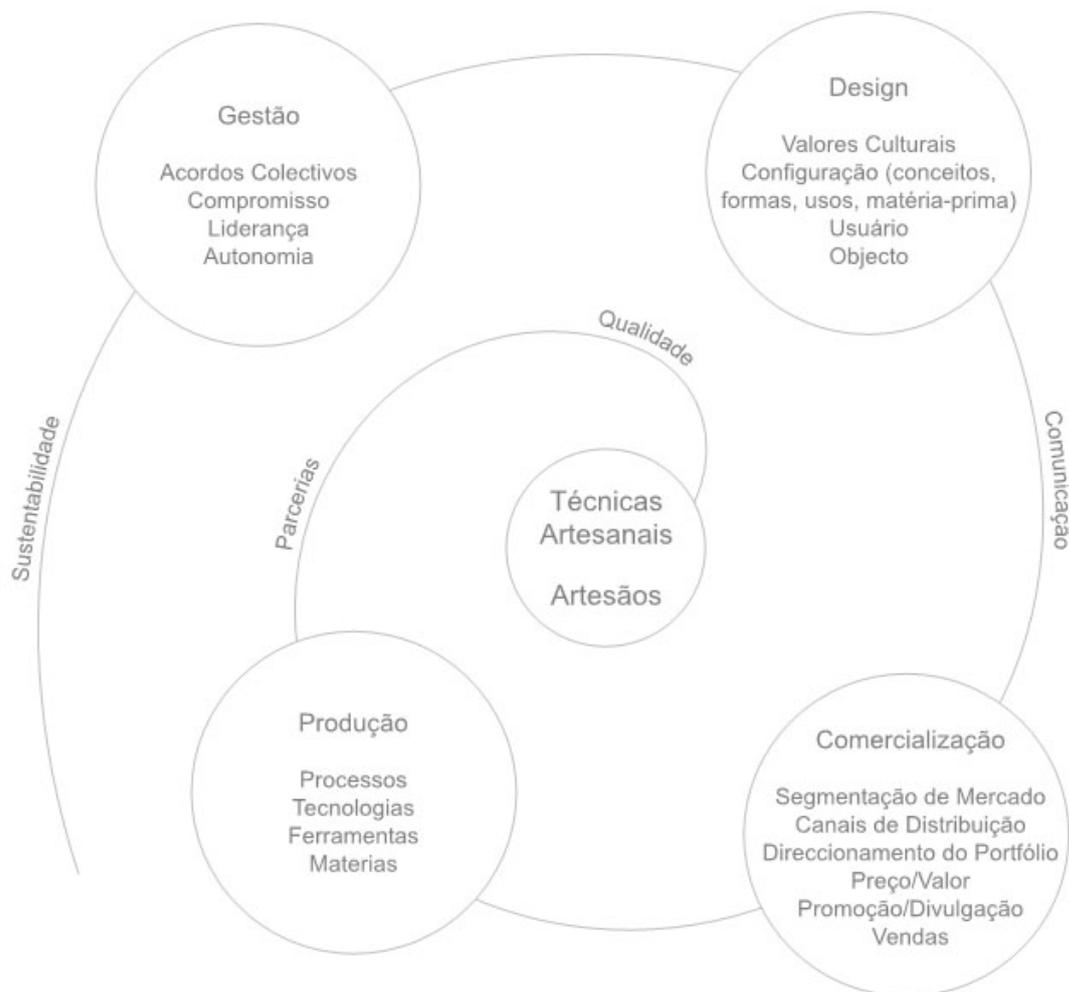


Figura 19: Áreas nos projectos de apoio às produções artesanais

Fonte: Autora, 2006

6.3 Definição e distribuição de funções nas U.A.P.A.'s

Um projecto desenvolvido por uma equipa multidisciplinar permite uma abordagem de intervenção onde a integração de conhecimento é rica em soluções pela diversidade das perspectivas. Esta integração gera estratégias e mobiliza esforços promovendo a mudança.

As operações metodológicas anteriormente apresentadas procuram a racionalização e sistematização de um processo de trabalho de forma a otimizar um produto. O método visa proporcionar aos intervenientes no processo de trabalho conhecimentos e uma terminologia comum, que lhes permita perceber e estruturar as suas acções, visa também facilitar a



comunicação e a consequente transmissão de informações entre os profissionais das diferentes áreas envolvidas. São de extrema importância as dinâmicas de relacionamento humano em projectos deste tipo pela necessidade que se cria de perceber a importância da perspectiva do outro para o desenvolvimento, sustentabilidade e sucesso do projecto.

O objectivo deste estudo está relacionado com o desenvolvimento de novos produtos utilizando técnicas antigas de produção mas, nunca é de mais referir, independentemente da técnica de produção utilizada, industrial ou artesanal, que existem três factores a ter em consideração:

1º Organização do processo:

- Liderança e gerência de carácter uniforme proporcionando uma integração organizacional, incentivadora da comunicação
- A estratégia do projecto/produto é do conhecimento e acesso geral
- Design como uma estratégia que centra os seus esforços no conceito da marca, desempenhado as suas funções em colaboração directa com outras áreas, principalmente com a da comercialização/promoção e a da produção se estivermos a falar do desenvolvimento de novos produtos com técnicas artesanais.
- Não existência de concentração de esforços somente no processo produtivo

2º Função do Designer:

- Desenvolvimento da capacidade de inovar
- Possuir conhecimentos não só ergonómicos e cromáticos mas também de gestão, de mercado e de produção
- Possuir uma visão global com conhecimento regional com sensibilidade às transformações sociais
- Não ter uma postura operacional mas dinâmica
- Trabalhar de forma multidisciplinar e ter um bom relacionamento interpessoal



3º Métodos e técnicas:

- Participação activa do designer nas etapas metodológicas simultâneas (idealização, concepção, conversão e execução) inerentes ao processo de desenvolvimento.

No diagnóstico da situação os profissionais do marketing desempenham um papel determinante (não solitário pois, necessitam das outras áreas, como o design, para desenvolver o seu trabalho com eficácia) para que seja possível a definição de um plano de acção bem orientado, com a definição de estratégias e objectivos.

Salienta-se a importante função do designer na etapa de desenvolvimento de projectos que visem a criação de novas perspectivas e produtos. O designer deverá ter consciência das suas responsabilidades jurídicas e morais assim como uma ética profissional na qual revele consciência do equilíbrio precário do planeta, da relação do homem com o meio, da relação entre o presente e o passado, da relação entre a tradição e a inovação e da relação entre identidade cultural e perspectiva global. O designer não pode ser um simples criador de produtos mas um decodificador de necessidades sociais e culturais, propondo novos estilos de vida e compromissos sociais respeitadores da cultura e do meio ambiente, proporcionando um desenvolvimento sustentado por oposição ao desperdício e consumo excessivo de produtos descaracterizados e massificados.

Na etapa do desenvolvimento do projecto intervêm de forma directa os designers e os artesãos. O desenvolvimento de uma relação saudável, de companheirismo, profissionalismo e confiança mútua é essencial para o sucesso do trabalho em equipa. Ambos têm de proceder à abertura das vias de comunicação, partilhando histórias, imaginários e conhecimentos. O designer tem de se envolver no contexto histórico e natural da região e muitas vezes ajudar o artesão a perceber realidades que da convivência se tornam invisíveis aos olhos dos locais. A partilha é essencial e decisiva na definição das características do produto. No seu desenvolvimento devem ser



privilegiados a experimentação, o acaso, o imprevisto e a criatividade porque da diferença de um gesto ou movimento surge a exclusividade e originalidade de um produto.

A relação do designer com os profissionais do marketing não se resume à etapa projectual do diagnóstico da situação mas também à da promoção e divulgação do produto. É necessária uma grande sintonia entre estes profissionais pois o sucesso do seu trabalho depende da eficaz transmissão de conhecimentos entre ambos. É também útil e produtivo que os designers e artesãos e todos os restantes intervenientes acompanhem de perto o processo de avaliação e impacto dos resultados do projecto para que tenham consciência dos seus pontos positivos e negativos.

6.4 Conclusão

A proposta de uma interface surge na sequência da análise feita a alguns projectos já desenvolvidos no país e analisados no capítulo 4 assim como da análise às entrevistas realizadas e apresentadas no capítulo anterior. O estudo da situação nacional actual das artes e ofícios tradicionais, efectuado no capítulo 3, também contribuiu para a constatação da necessidade de criação de mecanismos de apoio e revitalização de uma área adormecida mas cheia de potencialidades.

Verifica-se que, actualmente, existem artesãos com dificuldades de escoamento de produto. Surge a necessidade de os ajudar a revitalizar a actividade para que o seu produto volte a ter a procura desejada. Considerando que os actuais processos de certificação de produtos tradicionais, que se encontram em curso em determinadas regiões do país, não resolvem o problema dos artesãos, nem funcionam como uma estratégia eficaz de preservação de técnicas tradicionais, propõem-se para isso a criação de mecanismos de apoio às produções artesanais. A certificação aposta na preservação através do cumprimento de normas rígidas na produção e no produto. O objectivo dos mecanismos de apoio aqui propostos centra-se na preservação pela inovação e transmissão de conhecimentos, ou seja, na



criação de novos produtos mantendo as técnicas e tudo a que elas agregam ao produto de genuíno, de original e de autêntico.

Convém salientar que existem artesãos sem dificuldades de escoamento de produto porque são dos poucos a dominar uma determinada técnica e não sentem portanto necessidade de inovar ou procurar soluções alternativas que facilitem a aceitação do seu produto no mercado. A questão centra-se assim na transmissão de conhecimentos, sendo também aqui importante o papel das entidades públicas, como por exemplo os museus, na responsabilidade que devem ter na procura, preservação e transmissão às gerações futuras destes saberes antigos com os quais foram produzidos muitos dos objectos que expõe.

Em conjunto com outras áreas, o design surge como aquela que poderá permitir estabelecer elos de ligação com a tradição, redesenhando-a, surgindo assim a metodologia acima apresentada como forma de proporcionar esse desenvolvimento.



CAPÍTULO 7

CONSIDERAÇÕES FINAIS



7.1 Considerações Finais

Na análise e reflexão sobre os produtos é visível a relação dos métodos criativos e produtivos com as questões de mercado. Nas últimas décadas assistiu-se a um enquadramento estratégico dos produtos numa espécie de normas dirigidas a um mercado sem identidade cultural, provocando um acto de compra sem esforço mental, orientado unicamente na direcção do baixo preço. Do ponto de vista do produto, a sua utilização e preço passaram a ser mais importantes do que a tradição cultural, o que facilitou o seu consumo em massa. Num processo produtivo capitalista, o trabalhador mantém uma relação de alienação total relativamente ao que produz, efectuando mecanicamente determinada operação não tem noção do processo nem do produto. De igual modo, o consumidor não tem noção do processo produtivo por isso os produtos artesanais poderão ter tendência a desaparecer pelas dificuldades que o artesão actualmente encontra na reorganização e recriação da função dos seus produtos.

Considerando que a cultura de um povo «(...) não conhece fronteiras nacionais e pode deslocar-se, transformando-se em correntes de contactos inter culturais aos quais é exposta (...)» (Lask, T., 2000)⁶⁶ porque «Trata-se pois de um processo simbólico, colectivo e complexo. A questão das identidades culturais tem mais a ver com os processos de reconhecimento do que conhecimento» (Menezes, U.T.B. de, 1993)⁶⁷ Os objectos ou as artes e ofícios tradicionais caracterizam a identidade de uma comunidade ou de um povo porque são sempre fruto de quem os criou e de quem lhe atribui determinada função social. Pela forma, textura, cor, aspectos decorativos e função, podemos de facto identificar a sociedade de onde um artefacto é originário. O facto de o homem pertencer a um determinado lugar expressa uma rede de relações nas quais se podem discutir questões como a cultura,

⁶⁶ Lask, T., 2000. Apresentação. In: BARTH, F. *O Guru, o Iniciador e Outras Variações Antropológicas*. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, pág. 18

⁶⁷ Menezes, U. T. B. de, 1993. *A Problemática da Identidade Cultural nos Museus: de objecto (de acção) a objecto (de conhecimento)*. In: *Anais do Museu Paulista: história e cultura material*. Noca série/ n.1. São Paulo: USP. Pág. 208



dita do povo, e o artesanato, o “fazer manual” e original característico de determinadas actividades tradicionais.

Este processo de identificação é um processo de construção de imagens e de um imaginário colectivo, no qual os objectos representam o baú das memórias. Os objectos e os produtos são muito mais importantes do que aquilo em que o sistema nos possa ter feito acreditar e acredita-se cada vez mais nisso. Prova disso é o trabalho desenvolvido pelas designers Helena Cardoso e Ana Margarida Fernandes, assim como pelas marcas Mafyl (alimentação) e Claus Porto / Ach Brito (cosmética) e pelo espaço “Work&Shop” no qual as tendências urbanas convivem com as artes tradicionais. Estes, entre outros continuam a apostar naquilo que realmente é a alma dos produtos, nestes casos: a tecelagem, o bordado, a confecção, alimentação tradicional e o embrulho artesanal. «Uma Casa Portuguesa» é um outro projecto que apresenta uma abordagem similar:

«Nasceu com a vontade de inventariar as marcas sobreviventes ao tempo, a intenção de revalorizar a qualidade da produção portuguesa manufacturada e o desejo de revelar Portugal de forma surpreendente (...) são produtos que atravessaram gerações e nos tocam o coração (...) são marcas registadas na memória e comercializam saudades. Relembrem o quotidiano de uma época e revelam a alma de um país.» (Apresentação, n.d.)⁶⁸

Estes são projectos em diferentes escalas de produção e comercialização que apostam na diferenciação e em nichos de mercado específicos, nacionais e internacionais, porque no acto de compra, reflectido e consciente, de qualquer um destes produtos, está uma identificação com o espírito, a forma e a função dos mesmos independentemente da sua proveniência espacial e até temporal.

Perante isto é urgente repensar o fazer artesanal, não só o português mas o mundial. O consumidor em geral, o consumidor do mundo, é capaz de se identificar com qualquer produto de outro país desde que esse mesmo produto lhe transmita e lhe prove autenticidade, valor e qualidade e que vá de encontro ao seu próprio imaginário. Os novos produtos, os produtos com qualidade e de

⁶⁸ Apresentação, n.d. Acedido a 22-10-2006 em <http://www.umacasaportuguesa.com>



futuro são aqueles que juntam à sua função uma outra de cariz ideológico com a qual o consumidor se identifica porque o mesmo objecto pode adquirir diversos significados em diferentes contextos espaciais.

Os «artefactos podem ter um papel utilitário, mas têm também uma função ideológica relacionada com a organização social da sociedade, e podem possuir ainda uma função ideológica relacionada com a ideologia da própria sociedade.» (Lubar, S.; Kingery, W. D., 1993)⁶⁹

Novos consumidores já existem (porque a estandardização implicou uma ruptura no sistema de forma que há quem procure o exótico, o estranho, o diferente, o autêntico, algo que traduza uma procedência e até conte uma história) e por isso são necessários novos criadores. O “novo criador” terá de fazer o que todos os seus antecessores fizeram: adaptar-se à realidade e sobretudo perceber que o que há de emoção no seu trabalho pertence a uma continuidade que se inicia em si e se prolonga até à realidade do consumidor. O aspecto emocional dos produtos é importante porque:

« (...) comprometemo-nos com a outra cultura, em primeira instância, não através das nossas mentes (...), mas através dos nossos sentidos. Figurativamente falando, nós colocamo-nos dentro dos corpos dos indivíduos que criaram ou usaram esses objectos; nós olhamos com os seus olhos e tocamos com as suas mãos.» (Prown, J. D., 1993)⁷⁰

A emoção da criação é novamente sentida na aquisição ou simplesmente na fruição de um objecto porque este apela para todos os sentidos e mais do que nunca, ao contrário do que é ensinado, sente-se vontade de ver com as mãos porque com as mãos ele foi criado.

Actualmente, assiste-se a uma proliferação de sítios na Internet onde criadores expõem os seus produtos. São produtos feitos manualmente por estes novos artesãos que usam técnicas e saberes já esquecidos para criar novos

⁶⁹Lubar, S.; Kingery, W. D., 1993. *HISTORY from THINGS: Essays on Material Culture*, Washington, Smithsonian Institution Press. pág.16

⁷⁰Prown, J. D., 1993. *The Truth of Material Culture: History or Fiction?* in *HISTORY from THINGS: Essays on Material Culture*, Washington, Smithsonian Institution Press, pág.17.



objectos. Recentemente, o *tricot*, por exemplo, foi tema de reportagem nos meios de comunicação social, este saber esquecido e estigmatizado durante as últimas décadas, pela sociedade em geral, como coisa fora de moda e bafienta é hoje alvo da atenção de vários grupos de criativos que se dedicam a revitalizar a técnica salientando-lhe não só os aspectos terapêuticos mas, também as potencialidades estéticas e formais na criação de novos e carismáticos produtos. A criação de Knitting Meeting Groups também passou a fazer parte do quotidiano de alguns criadores portugueses como a Rosa Pomar e a Hilda Portela, que ajudaram a sistematizar a prática. Têm consciência que esta revitalização do *tricot* acaba por ser uma espécie de moda mas, pelo menos o saber fica e pode de tempos a tempos ser reanimado.

«É, antes de mais, um saber. Uma técnica que nos permite, com agulhas e lã construir peças de roupa (e outras coisas). Numa sociedade do descartável como aquela em que vivemos, ser capaz de fazer uma peça de roupa a partir apenas da matéria-prima e de um saber transmitido de geração em geração parece-me ser algo de quase mágico (e muito educativo, em termos de consumo).» in Elle (Fev 2005) «O Regresso do Tricot. O Poder das Agulhas», Edição Portuguesa.

A Rosa Pomar é *bonequeira*, faz bonecas à mão e dedica-se a mostrá-las e a vendê-las on-line, numa loja própria ou em lojas da especialidade, como por exemplo, as “Águas Furtadas”, no Porto, lojas que apostam na venda de produtos de design artesanal contemporâneo. Esta criativa é o exemplo daquilo que poderão ser hoje os novos criadores, homens ou mulheres que possuem para além de conhecimentos estéticos, formais, conceptuais, metodológicos e até formação académica nas áreas das artes e do design, possuem também uma consciência de que é possível criar novos produtos com técnicas onde predomina o fazer manual, sem complexos.



Figura 20: Bonecas da Rosa Pomar
Acedido a 22-10-2006 em <http://rosapomar.blogspot.com/>

Torna-se imperativo dar asas à criatividade e pensar em soluções alternativas à apatia e alienação geral que caracteriza a produção e o consumo de produtos nacionais porque a socialização age no sentido da formatação, da homogeneidade e da criação de estereótipos. A criatividade origina coisas novas e diferentes que primeiro se estranham mas que depois se entranham, já dizia o poeta.

«(...) a criatividade é uma mistura, sem receita exacta, de curiosidade, interesse, capacidade transformadora e prazer disso tudo que existe potencialmente em nós, desde sempre, à espera de ter espaço de expressão. (...) A criatividade seja o que resiste em nós de prazer de brincar da nossa infância perdida. A isso juntam-se habilidades específicas e o domínio de técnicas aprendidas. (..) A cereja em cima do bolo é a circunstância de o mundo á nossa volta se dispor a valorizar o que fazemos como criativo» (Leal, I., 2006)⁷¹

⁷¹ Leal, I., 'Da Criatividade', Isabel Leal, *Noticias Magazine*, 15-Out-2006, p. 120



7.2 Conclusões

Toda esta reflexão pode levar a pensar que os “novos criadores ou criativos” serão os executantes dos objectos e podem sê-lo, contudo, esta não será a única solução, podem ser criadas alianças com os que dominam o saber fazer. Fazendo ou orientando, o importante é a criação de novos produtos, a redescoberta de novas funções e aplicações para “velhos produtos” e “velhas técnicas” tradicionais, porque é em tudo isto que se encontra a autenticidade, a identidade e por consequência a diferença. Torna-se necessário desenvolver a capacidade de auto-afirmação, acreditando nas nossas capacidades e nos nossos recursos, ou seja é preciso acreditar nos produtos portugueses.

Este trabalho de investigação teve como principais objectivos a procura das relações existentes entre o design e as artes e ofícios tradicionais e a apresentação de uma proposta de interface que lhes permitisse enquanto sistemas de comunicação criar em conjunto novos produtos. Produtos diferenciados que preservem em si mesmos a essência de um povo, da sua cultura. Evidenciando os factores de preservação/revitalização de técnicas antigas e os de transmissão de conhecimentos, para que estes não se percam no tempo, sendo constantemente renovados pelas gerações futuras.

Procuraram-se atingir estes objectivos através da análise histórica da relação entre os métodos de concepção e produção e através do estudo da situação do estado do design e do artesanato em Portugal. Analisaram-se também alguns projectos desenvolvidos no país, que tinham por objectivo a recuperação e inovação das artes e ofícios tradicionais em diferentes áreas de intervenção.

Concluindo-se com esta análise que a intervenção do design no artesanato não se deve restringir à promoção e divulgação dos produtos/marcas, artesão ou Unidade Produtiva Artesanal, mas estender-se ao acompanhamento do planeamento, concepção e produção desses mesmo produtos. Surgindo assim a necessidade de apresentação de uma proposta de interface/metodologia de trabalho que permitisse aos artesãos e designers trabalharem em conjunto num processo de aquisição recíproca de conhecimentos e linguagens,



desenvolvendo novas formas de comunicação valorizando, com uma atitude mais conceptual, a cultura e a tradição através da preservação de técnicas antigas. Acredita-se que a reanimação de actividades, quase adormecidas, torna-se essencial e possível com a introdução de inovação através do design. Os designers pela sua formação intelectual e académica têm, necessariamente uma postura diferente perante a vida e na forma como encaram os projectos e desafios profissionais. Diferente da dos profissionais de outras áreas mas sobretudo, e no que a este trabalho de investigação diz respeito, diferente dos artesãos com quem colaboram ou colaboraram. Evidenciaram-se essas diferenças de comportamento e raciocínio, que se querem e se acredita serem extremamente benéficas num trabalho de interacção. Verifica-se que a mudança de mentalidades é possível quando os artesãos começam a confirmar na prática a rentabilidade do processo e são eles próprios a exporem preocupações com questões de imagem, promoção e divulgação.

Com esta análise chega-se à conclusão que a criação de novos produtos com “velhas técnicas” deverá ser um processo pensado, com uma estratégia muito bem definida, para que a sua sustentabilidade e objectivos sejam assegurados. Assim, surge a proposta de criação de mecanismos de apoio à produção artesanal, as U.A.P.A.'s, que terão por principal objectivo gerir projectos, definindo estratégias e mecanismos de respostas rápidas e eficazes, assentes numa abordagem criativa e inovadora contribuindo, entre outros aspectos, para o rentabilizar da produção e escoamento dos produtos. Verifica-se que a liderança, pela orientação e sustentabilidade incutida aos designers e artesãos, durante todo o processo de desenvolvimento destes mecanismos de apoio, é também de extrema importância.

Com a realização de entrevistas a designers, artesãos e entidades com responsabilidades na área da preservação, evidenciam-se também as diferenças nas atitudes e métodos, o que contribui para o desenvolvimento da metodologia de trabalho que permitisse aos profissionais das áreas envolvidas trabalharem em conjunto obtendo os melhores resultados na criação de



produtos diferenciados e portadores de cultura pela preservação e revitalização de antigas técnicas de produção.

Verifica-se que, actualmente, existem artesãos com dificuldades de escoamento de produto. Surge a necessidade de os ajudar a revitalizar a actividade para que o seu produto volte a ter a procura desejada. A certificação aposta na preservação através do cumprimento de normas rígidas na produção e no produto. O objectivo dos mecanismos de apoio aqui propostos centra-se na preservação pela inovação e transmissão de conhecimentos, ou seja, na criação de novos produtos mantendo as técnicas e tudo o que elas agregam ao produto de genuíno, de original e de autêntico.

Convém salientar que existem artesãos sem dificuldades de escoamento de produto porque são dos poucos a dominar uma determinada técnica e não sentem portanto necessidade de inovar ou procurar soluções alternativas que facilitem a aceitação do seu produto no mercado. A questão centra-se assim na transmissão de conhecimentos, sendo também aqui importante o papel das entidades públicas, como por exemplo os museus, na responsabilidade que devem ter na procura, preservação e transmissão às gerações futuras destes saberes antigos com os quais foram produzidos muitos dos objectos que expõem. Torna-se necessária que uma postura interventiva e mais dinâmica.

Em conjunto com outras áreas, o design surge como aquela que poderá permitir estabelecer elos de ligação com a tradição, redesenhando-a, surgindo assim a metodologia apresentada como forma de proporcionar esse desenvolvimento.

7.3 Perspectivas Futuras

Com a consciência das diferenças entre os ofícios tradicionais e o design e a certeza de que os seus saberes se complementam, as possibilidades tornam-se imensas e ambiciosas. A implementação de um sistema a nível nacional de mecanismos de apoio às produções artesanais que fizesse parte de uma estratégia de promoção e divulgação das marcas/produtos portugueses, seria



uma forma de pesquisar, documentar e revitalizar a nossa memória colectiva enquanto povo portador de uma cultura extremamente variada e rica, que tanto teimamos em desvalorizar e esquecer.



CAPÍTULO 8

BIBLIOGRAFIA



- A Alma do Design, 2003, 'Das Relações entre o Design e o Artesanato'.
Entrevista a Francisco Providência, Centro Português de Design
- BAXTER, M. Projecto do Produto – Guia prático para o desenvolvimento de novos produtos. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.
- BONSIEPE, G., 1972. Artefacto y Projeto. Buenos Aires
- BONSIEPE, G. (1978) Teoria e Prática del Diseño Industrial. Barcelona: Gustavo Gilli Edic.
- BONSIEPE, G. (1985). El Diseño de la Periferia. Madrid: Gustavo Gilli Edic.
- BOSI, A. (2002). Dialéctica da Colonização. 5ª Ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- BURBEK, B. E., 1994, Diseño - Historia, teoría y práctica del diseño industrial. Barcelona: Gustavo Gilli
- CANCLINI, N. G. (1983). As Culturas Populares no Capitalismo. São Paulo: Editora Brasiliense.
- CANCLINI, N. G. (2000) Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. 3ª. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- CONNOR, S. (1993) Cultura Pós-Moderna: Introdução às Teorias do Contemporâneo. São Paulo: Edições Loyola
- CRUZ, L. M. G., 2006, Revista ODNI, nº zero
- DICIOPÉDIA 2003, Porto Editora
- DORMER, P., 1995, Os Significados do Design Moderno. A caminho do século XXI, Porto: Centro Português de Design, pág. 165
- ESCOREL, A. L., 2001, Design em Colete de Aço. Folha de São Paulo, n.08 Julho, Caderno Mais.



FILHO, A. de A. (1998) Globalização e Identidade Cultural. São Paulo: Editorial Cone Sul Ltd.

HALL, S. (2002). A Identidade Cultural na pós-modernidade. 7^a. ed. Rio de Janeiro: DP& A.

HESKETT, J., 1998. Desenho Industrial, 2^a. Ed. Rio de Janeiro: José Olímpio

HOBBSAWM, E. (1984). Introdução: A Invenção das Tradições. In:

HOBBSAWM, E.; RANGER, T. (orgs). A Invenção das Tradições. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

KOTLER, P. (1990). Administração de Marketing: análise, planeamento, implementação e controle. São Paulo, Atlas

LASK, T., 2000. Apresentação. In: BARTH, F. O Guru, o Iniciador e Outras Variações Antropológicas. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria.

LEAL, I., 'Da Criatividade', Isabel Leal, Noticias Magazine, 15-Out-2006.

LUBAR, S.; Kingery, W. D., 1993. HISTORY from THINGS: Essays on Material Culture, Washington, Smithsonian Institution Press. pág.16

MALDONADO, T., 1991, Design Industrial, Edições 70, pág.17

MENEZES, U. T. B. de, 1993. A Problemática da Identidade Cultural nos Museus: de objecto (de acção) a objecto (de conhecimento). In: Anais do Museu Paulista: história e cultura material. Noca série/ n.1. São Paulo: USP.

MENESES, U. T. B. De, (1992). Identidade Cultural e Arqueologia. In: BOZI, A. (org). Cultura Brasileira. Temas e situações. 2^a. ed. São Paulo: Ática.

NUNES, P. S., 2001. História da Arte 12^oano, Lisboa Editora

PEREIRA, C.J.C., 1979. Artesanato: definições, evolução e acção do Ministério do Trabalho; o programa nacional de desenvolvimento do artesanato, Brasília: MTB



PROWN, J. D., 1993. The Truth of Material Culture: History or Fiction? in HISTORY from THINGS: Essays on Material Culture, Washington, Smithsonian Institution Press.

SANTOS, J. L. (1996). O que é Cultura. 14^a. Ed. São Paulo: Brasiliense, Coleção Primeiros Passos.

TAMBINI, Michael (1997). O Design do Século. São Paulo: Ática.

Análises SWOT Sectoriais, 2001. Acedido a 29-04-2006 em <http://www.icep.pt/portugal/sectores/swot.pdf>

Apresentação, n.d. Acedido a 22-10-2006 em <http://www.umacasaportuguesa.com>

Apresentação, 2006. Acedido a 15-06-2006 em <http://www.artesanato.fil.pt/>

Artesãos 'redesenham' tradição em São Pedro de Corval, 2005. Acedido a 22-05-2006 em http://www.evoradistritodigital.pt/noticias/news_item.2005-12-27.1989689688

Associação de Artesãos da Região Norte, 2006. Acedido a 22-05-2006 em <http://www.aarn.pt/gca/index.php?id=14>

BARROSO, E., 1999. Design, Identidade Cultural e Artesanato. Acedido a 12-01-2006 em <http://www.eduardobarroso.com.br/artigos.htm>

Carta de Princípios, n.d.. Acedido a 22-10-2006 em <http://www.vtnc.net>

CORRÊA, R. O., 2003, Design e Artesanato: uma reflexão sobre as intervenções realizadas na Costa do Descobrimento – BA. Acedido a 09-08-2006 em <http://www.ppgte.cefetpr.br/dissertacoes/2003/ronaldo.pdf>

Eixos de Acção, n.d.. Acedido a 20-11-2005 em <http://www.ppart.gov.pt>

Estatuto do Artesão, n.d.. Acedido a 20-11-2005 em http://www.ppart.gov.pt/principal.aspx?pagina=mostra_noticias&tipo=1&cod=3



Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal – Guia do Utilizador, n.d.. Acedido a 20-11-2005 em

http://www.ppart.gov.pt/documentos_user/paginas/PPART_Guia.pdf

Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal, n.d.. Acedido a 05-08-2006 em

<http://www.aoficina.pt/html/modules.php?name=News&file=article&sid=22>

Estatuto do Artesão, n.d.. Acedido a 20-11-2005 em

http://www.ppart.gov.pt/principal.aspx?pagina=mostra_noticias&tipo=1&cod=4

Exposição 'ATÍPICO – Objectos Contemporâneos', 2003. Acedido a 18-08-2006, em

http://www.ppart.gov.pt/pagina.aspx?pagina=mostra_eventos&cod=1&tipo=1

MÃOS, Revista, n.º 24, 2004. Acedido a 20-11-2005 em

<http://www.ppart.gov.pt/principal.aspx?pagina=revistas.aspx>

MARINES R. dos Santos ,

http://www.geocities.com/a_fonte_2000/design2.htm, Design: Arte e

Tecnologia – A Fonte

PINTO, J. F., 2004. Acedido a 22-10-2006 em

http://designio.com.sapo.pt/Metodo/Met_01_MIndustrial.htm

Profissões – Guia de Caracterização Profissional, 2005. Acedido a 17-05-2006 em <http://www.dgct.msst.gov.pt/profissoes2005/designer.htm>

Projecto Experimental – Artesanato, n.d.. Acedido a 10-08-2005 em

<http://www.eba.ufmg.br/alunos/kurtnavigator/arteartesanato/artesanato.html>

SANTOS, M. R., n.d., Considerações sobre o Design Brasileiro, Acedido a 22-12-2005 em http://www.geocities.com/a_fonte_2000/design2.htm

Visão, Missão e Objectivos, n.d.. Acedido a 14-03-2005 em <http://www.cpd.pt>



ANEXOS



Anexo 1

- a) Contribuir para a defesa e promoção do Design, zelando pela função social, dignidade e prestígio da profissão do designer, promovendo a valorização profissional, científica e artística dos seus associados;
- b) Admitir e certificar a inscrição dos designers bem como conceder o respectivo título profissional;
- c) Regulamentar a respectiva actividade profissional, devendo ser ouvida sobre os projectos de diplomas legislativos que interessem ao exercício da profissão e ao Design em geral;
- d) Defender os interesses, direitos e prerrogativas dos designers, nomeadamente no exercício da profissão, criação, homologação e equiparação dos respectivos cursos;
- f) Fazer respeitar os princípios deontológicos e exercer competência disciplinar exclusiva sobre todos os designers nacionais ou estrangeiros que exerçam a profissão em território nacional;
- g) Representar os designers perante quaisquer entidades públicas ou privadas;
- h) Promover acções de coordenação interdisciplinar, quer ao nível da formação e investigação, quer ao nível da prática profissional, com organismos congéneres estrangeiros e internacionais;
- i) Colaborar com escolas, faculdades, institutos e outras instituições em iniciativas que visem a formação do designer;
- j) Colaborar na estruturação dos estágios de profissionalização organizados por organismos públicos ou privados;
- l) Estabelecer acordos ou protocolos com organizações nacionais, internacionais e estrangeiras com objectivos afins;
- m) Acompanhar a situação geral do ensino do design e dar parecer sobre todos os assuntos relacionados com esse ensino;
- n) Registrar a autoria dos trabalhos profissionais, nos termos da lei;
- o) Colaborar na organização e regulamentação de concursos que se enquadrem nos seus objectivos e participar nos seus júris. (Estatutos, n.d.)⁷²

⁷²Estatutos, n.d.. Acedido a 10-05-2006 em http://www.and.org.pt/portal/alias__AND/lang__pt-PT/tabID__90/FirstChild__-1/DesktopDefault.aspx



Anexo 2

A APD procurará:

- 1.º Defender e promover por todos os meios ao seu alcance as actividades e iniciativas que tenham como finalidade os interesses dos seus associados.
- 2.º Actuar junto das entidades administrativas, governamentais, empresariais e outras, no sentido de fomentar a intervenção do designer.
- 3.º Desenvolver as estruturas necessárias à formação profissional e cultural do designer através do intercâmbio com instituições congéneres estrangeiras e com escolas de design nacionais e estrangeiras, a fim de reforçar as trocas de conhecimentos e experiências entre os povos e de contribuir para o progresso do design e do seu ensino.
- 4.º Promover a adesão a organismos internacionais relacionados com a profissão.
- 5.º O reconhecimento do direito de autenticação pelo designer à sua intervenção efectiva e responsável, quando em exercício da profissão, individual, ou em equipas de trabalho.
- 6.º Definir uma deontologia profissional.
- 7.º Organizar e realizar cursos, conferências, exposições, congressos, visitas de estudo e outras actividades, bem como constituir bibliotecas, museus e editar publicações de interesse profissional.
- 8.º Favorecer, reforçar e desenvolver a cooperação e solidariedade entre os seus membros, de forma que as questões respeitantes aos aspectos sociais e profissionais do design sejam examinadas em comum.
- 9.º Institucionalizar a profissão do designer e classificar as suas zonas de actuação.
- 10.º A Associação colaborará com toda e qualquer entidade que tenha por fim a defesa e promoção dos direitos e interesses sócio-profissionais dos designers na celebração de convenções colectivas de trabalho e ou em qualquer trabalho de natureza sindical. (Estatutos, n.d.)⁷³

⁷³ Estatutos, n.d.. Acedido a 10-05-2006 em <http://www.apdesigners.org.pt/docs/estatutos.pdf>



Anexo 3

Organismos de Apoio:

Norte

Associações:

Associação de Artesãos da Região Norte - AARN

Associação de Artesãos de Barcelos

Associação de Artesãos do Mogadouro

Associação para o Estudo, Defesa e Promoção do Artesanato de Freixo de Espada à Cinta

ARTEBARCA

Associação de Artesãos do Alto Tâmega e Barroso

Associação dos Artesãos das Terras de Sta. Maria

Associação de Artesãos da Região do Minho

Associação de Artesãos do Vale do Minho

Centro

Associação de Artesãos da Serra da Estrela

Associação de Artesãos de Rocas do Vouga

Associação de Artesãos 'A BARRICA'

Associação de Artesãos das Serras D'Aire e Candeeiros

Associação de Artesãos de São Pedro do Sul

Associação de Artesãos de Sever do Vouga

Associação para o Património Industrial e Artístico da Marinha Grande

Lisboa e Vale do Tejo

Associação de Artesãos e Artistas Plásticos da Região dos Templários

Associação de Artesãos das Caldas da Rainha

Associação Artesanal e Artística Bordar Óbidos

Associação de Artesãos do Concelho de Alcobaça

Associação de Artesãos do Oeste

Artesãos de Portugal Reunidos – APR

Associação de Artesãos, Artes e Ofícios do Concelho de Almada

Associação de Artesãos D. Dinis

Associação de Artes e Ofícios – LOAR

Associação de Artes e Ofícios do Concelho do Seixal

Associação de Artesãos da Região de Lisboa

Associação de Artesãos de Santa Maria

Alentejo

Associação Regional de Artistas Plásticos e Artesãos – TEAR

Associação de Artesãos de Santiago do Cacém – ARTESAN

Associação Regional de Artesãos e Artistas de Beja – ARABE

ARTES E OFÍCIOS – Associação de Artesãos do Concelho de Sines

Associação Regional de Artesãos do Norte Alentejano – ARANA

PROTAR – Associação de Produtores de Tapetes de Arraiolos

Associação para o Desenvolvimento dos Artesãos do Concelho do Alandroal – ADACA

Associação de Artesãos do Concelho de Estremoz – ARTIMOZ

Associação de Artesãos e Artistas Plásticos de Vila Viçosa – VIÇOARTES



Associação de Artesãos de Montemor-o-Novo

Associação dos Oleiros do Redondo

A CIRANDA – Ass. de Artesãos e Artistas Plásticos da Região de Montemor-o-Novo

Algarve

Associação de Artesãos do Algarve

AP-ARTES – Associação Portuguesa de Artesãos

Açores

Associação de Artesãos Reunidos

Madeira

Núcleo de Artesãos da Casa do Povo da Camacha

Entidades

PPART – Programa para a Promoção dos Ofícios e Micro-empresas Artesanais.

CRAT – Centro Regional de Artes Tradicionais.

FPAO – Federação Portuguesa de Artes e Ofícios.

CEARTE – Centro de Formação Profissional do Artesanato.

ANIMAR – Associação Nacional de Agentes de Desenvolvimento Regional e Local

MÃOS – Revista de Artes e Ofícios.

IEFP - Instituto do Emprego e Formação Profissional

DGCC - Direcção-Geral da Empresa

ICEP Portugal

IDRHA - Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica

DGFV - Direcção-Geral de Formação Vocacional

CCRN – Comissão de Coordenação da Região Norte.

ICEP – Instituto de Comércio Externo de Portugal

Instituto Português de Museus

Direcção Geral de Comercio e Concorrência

Ministérios

Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social

Ministério da Economia e da Inovação

Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas

Ministério da Educação

Ministério da Cultura



Anexo 4

“No próximo dia 11 e até ao dia 14 de Maio realiza-se a XVIII edição da Feira de Artesanato de Guimarães. Este ano, a Feira conta com 149 stands, representativos de 64 localidades diferentes, um número que mostra a crescente expressão que a Feira de Artesanato de Guimarães adquire, actualmente, no panorama nacional de eventos similares. A edição deste ano apresenta ainda 2 stands de artesanato oriundos da América do Sul: Lima (Peru) e Porto Seguro-Bahia (Brasil). À semelhança dos últimos anos, a Feira irá procurar mostrar o que de mais genuíno se produz em Guimarães e no país, pretendendo ser um lugar de encontro com a renovação presente no artesanato contemporâneo e a tradição centenária.

Numa Feira que ultrapassa os 25.000 visitantes, serão criadas condições para que a visita possa ser feita com o tempo e a atenção necessária, garantindo, para isso, espaços que contribuam para a permanência na Feira durante mais tempo. Por um lado, será criado um espaço infantil que procurará manter ocupadas as crianças de uma forma lúdica, com actividades que proporcionarão o contacto com as artes tradicionais. Para além disso, serão ainda criadas zonas de descanso e uma zona de gastronomia, onde poderão ser apreciadas as mais diversas especialidades gastronómicas de inúmeras localidades do País. A par do Artesanato, a Feira irá apostar também na animação através de concertos de carácter tradicional protagonizados pelos “Lumen” (dia 11, às 21h30), “Os Alentejanos” (dia 12, às 21h30), os “Mu” (dia 13, às 21h30) e o “Grupo de Música Popular da Universidade do Minho” (dia 14, às 16h00).

Projecto Artesão – Serviço Educativo

Na edição deste ano, o Serviço Educativo da “Oficina” decidiu convidar as escolas do 1º ciclo a participarem de forma activa na Feira de Artesanato através do “Projecto Artesão”. Ser artesão por um tempo, experimentar técnicas que estão gravadas nas memórias e criar objectos a partir destes pressupostos foi a proposta lançada. Este projecto divide-se em dois momentos: a criação de objectos artesanais pelas escolas, e a sua exposição na XVIII Feira de Artesanato de Guimarães, acompanhada de uma visita explicativa das diferentes artes tradicionais. As visitas guiadas para as escolas do 1º ciclo terão lugar no dia 12 de Maio entre as 9h30 e as 12h30. As visitas são gratuitas mediante inscrição prévia até ao dia 5 de Maio.

Lançamento do livro – “Bordado de Guimarães: Renovar a Tradição” - No âmbito do projecto de Certificação do Bordado de Guimarães, será lançada na Feira de Artesanato a publicação “Bordado de Guimarães: Renovar a Tradição”. Da responsabilidade d’ “A Oficina”, esta edição tem como objectivo divulgar o Bordado de Guimarães para além da sua área de inserção, através de uma publicação, em português e em inglês, que permitirá promover o Bordado e as suas características em Portugal e no estrangeiro. O lançamento do livro terá lugar no dia 12 de Maio, às 18h30, durante uma Conferência que terá como oradoras Isabel Fernandes, Maria José Meireles e Patrícia Moscoso do Museu Alberto Sampaio.” (*Apresentação*, 2006)⁷⁴

⁷⁴ *Apresentação*, 2006. Acedido a 10-05-2006 em http://www.aoficina.pt/html/pagina_topicos.php?subtopic_id=26&topic_id=4



Anexo 5

Guião1

Designers: Helena Cardoso, Ana Margarida Fernandes

Como se iniciou o projecto profissional que hoje desenvolve?/ Como surgiu a oportunidade de participar no projecto “Desenhar a Tradição”?

Qual foi o percurso desse mesmo projecto?

Qual a metodologia de trabalho que utiliza/pratica/segue?

Como é que a metodologia que utiliza na sua prática se relaciona com a cadeia de distribuição, com a capacidade de resposta e a capacidade de produção, com pequenas e médias indústrias e finalmente com a internacionalização?

Como caracterizaria os seus produtos?

Uma vez que trabalha na área têxtil / vestuário e atendendo às tendências de moda como modelo regulador do mercado, de que forma entende que o seu trabalho se relaciona com este processo? / Atendendo às tendências como modelo regulador do mercado, de que forma entende que o seu trabalho se relaciona com este processo?

Existem actualmente várias vertentes de produtos/trabalho como é o caso do design de autor, do design de pequenas séries, e do artesanato. Entende que estas vertentes se relacionam entre si, ou se sobrepõem?

Como entende a relação designer – artesão?

Como vê a interface design_artesanato?

Na sua opinião de que forma é que o artesanato tem uma identidade própria e como a comunica?

Como vê as técnicas de revitalização de saberes artesanais como é o caso dos trabalhos que têm vindo a ser feitos com as rendas de bilros, e as técnicas de adaptação de identidades/códigos ou linguagens artesanais como é o caso da adaptação dos desenhos dos bordados dos Lenços de namorados às chávenas da Vista Alegre’

Considera viável o revitalizar de velhas técnicas e saberes, e que forma lhe parece ser a mais apropriada para essa revitalização ter sucesso?

Como vê os processos de formação, certificação ou de gestão e promoção, quando utilizados para a revitalização dessas técnicas e saberes?



Guião2

Artesãs: D. Amância e D. Maria José

Qual é actualmente a sua ocupação profissional?

Como aprendeu a bordar / tecer?

Já trabalhou em cooperativas? Como foi a experiência?

Qual o tempo diário que dispensa para bordar?

Quais são os seus clientes? Quais prefere?

Os preços que pratica são contabilizados à hora ou à peça?

Sente que há épocas mais altas do que outras ou o trabalho é regular ao longo do ano?

Já trabalhou com um designer? Como foi ou como é trabalhar com designers?

Acha que o saber bordar, tecer, costurar se vai perdendo no tempo?

O que acha que poderia se fazer para que o saber bordar/tecer não caísse no esquecimento?



Guião 3

Museu do Traje de Viana do Castelo – Dr^a Salomé Abreu

Museu do Ouro de Travassos – Arquitecto Manuel de Carvalho e Sousa

Como encara a questão da preservação do traje ou do trajar vianense/filigrana, tendo em consideração que ao trajar “à moda de Viana”/filigrana estão associadas uma série de tradições, que não se resumem unicamente ao traje/peças de filigrana em si, relacionadas com a sua criação e confecção?

Como caracteriza a situação actual dos artesãos?

A continuidade temporal das actividades de carácter artesanal relacionadas com traje de Viana/filigrana estará em causa tendo em consideração não só o panorama social e económico actual mas também as tendências de moda e mercado?

Como vê as técnicas de revitalização de saberes artesanais como é o caso dos trabalhos que têm vindo a ser feitos com as rendas de bilros, e as técnicas de adaptação de identidades/códigos ou linguagens artesanais como é o caso da adaptação dos desenhos dos bordados dos Lenços de namorados às chávenas da Vista Alegre?

Considera viável o revitalizar de velhas técnicas e saberes, e que forma lhe parece ser a mais apropriada para essa revitalização ter sucesso?

Existem actualmente várias vertentes de produtos/trabalho como é o caso do design de autor, do design de pequenas séries, e do artesanato. Como entende a relação designer - artesão?

Como vê a interface design artesanato?

Como vê os processos de formação, certificação ou de gestão e promoção, quando utilizados para a revitalização de técnicas e saberes antigos.

