

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN ESTRATÉGICO  
NÍVEL MESTRADO**

**PATRÍCIA GOMES DE FREITAS SILVA**

**DESIGN ESTRATÉGICO E DESIGN AUTORAL: UMA ASSINATURA PLURAL**

**PORTO ALEGRE**

**2016**

**PATRÍCIA GOMES DE FREITAS SILVA**

**DESIGN ESTRATÉGICO E DESIGN AUTORAL: UMA ASSINATURA PLURAL**

Projeto de Pesquisa apresentado como requisito para obtenção do título de Mestre em Design Estratégico, pelo Programa de Pós-Graduação em Design Estratégico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Fábio Parode

Porto Alegre

2016

(Dados Internacionais de Catalogação na Fonte-CIP)

S586d	<p>Silva, Patrícia Gomes de Freitas</p> <p>O Design e o Processo Criativo no Design Autoral : uma assinatura plural / Patrícia Gomes de Freitas Silva</p> <p>– Porto Alegre, 2016.</p> <p>167 f. : il. color ; 30 cm</p> <p>Dissertação (Mestre em Design Estratégico) – Programa de Pós-Graduação em Design Estratégico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, 2016.</p> <p>Orientação: Fábio Parode.</p> <p>1. Design Autoral. 2. Design Estratégico. 3. Cultura. 4. Miscigenação. 5. Artesanato. 6. Mercado. 7. Inovação. 8. Trabalho Colaborativo. 9. Sustentabilidade. I. Parode, Fábio (Orient.). II. Título.</p> <p>CDU 749:658.512.2</p>
-------	--

Bibliotecária Responsável: Débora Dornsbach Soares CRB-10/1700  
Classificação CDU – edição-padrão internacional em língua portuguesa

Patrícia Gomes de Freitas Silva

**DESIGN ESTRATÉGICO E DESIGN AUTORAL: UMA ASSINATURA PLURAL**

Projeto de Pesquisa apresentado como requisito para obtenção do título de Mestre em Design Estratégico, pelo Programa de Pós-Graduação em Design Estratégico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Aprovado em

BANCA EXAMINADORA

---

---

---

*A todas as mãos que tecem a cultura brasileira e dão o que criar.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos que colaboraram para tecer este trabalho de conclusão. Antes de mais nada, ao apoio, compreensão, generosidade e amizade das designers Tina e Lui que me ensinaram muito pelas conversas e histórias que corroboraram para a concretização de um sonho antigo, pela contribuição e abnegação de Rodrigo Almeida, assim como aos professores do Mestrado Acadêmico de Design Estratégico da Unisinos, pelos ensinamentos e aprendizados, assim como ao orientador pelas conversas e apoio. Aos colegas da turma de 2014 pelos ensinamentos de coletividade e pela colaboração do pessoal da secretaria da Unisinos. Gratidão às artesãs, designers autorais e artistas que inspiraram este projeto e em especial a minha família, mãe amada, amigas queridas pela paciência e disponibilidade para dar apoio nos momentos em que mais precisei e aos meus amados companheiros de jornada que participam da minha história de vida. Gratidão ao universo pelas sincronicidades felizes e pelas pessoas que sempre estiveram comigo e outras que surgiram para iluminar ainda mais este processo. Gratidão à criatividade por me fazer voar!

*“Este carinhoso amor pelos objetos de todos os dias não se deve confundir com o esteticismo decadente, é uma necessidade vital que se acha nos primórdios da vida humana. ”*

*(Lina Bo Bardi, 1959)*

## RESUMO

Este trabalho investiga o design de autor enquanto um ato coletivo e uma oportunidade para ações criativas em colaboratividade. O foco está na relação entre design, arte e artesanato conjugados à perspectiva do design estratégico, visto que visualizamos características condizentes aos construtos teóricos vigentes neste campo acadêmico. A questão problema desta pesquisa delimita-se no processo criativo, particularmente expresso na obra de Tina e Lui, assim como no trabalho de Rodrigo Almeida. Questionamos se os referidos processos criativos podem promover práticas projetuais em colaboração de designers e artesãos? Buscamos delinear como ocorre esta processualidade criativa através dos aspectos de sua brasilidade. Foi conduzida uma pesquisa exploratória com designers autorais reconhecidos no mercado e no mundo. Para análise do caso individual, foi consultada a base de dados deste estudo. Os dados foram analisados e confrontados (triangulação). Para os casos estudados foi elaborado um relatório com a estrutura definida previamente e a elaboração de um quadro de resultados, assim como uma proposta de conceituação do design autoral, visto que há uma lacuna teórica sobre este domínio. Como resultados pontuamos a base antagônica do design que pela ótica mercadológica impõe os certames da estética fundamentada pela funcionalidade e os padrões lineares de produção e a multicultural e miscigenada vertente autoral que indica uma abertura maior à interpretação de sua temporalidade e localidade, que na proximidade da arte viabiliza inovações tanto sociais e culturais, dado que o meio mais convincente de transformar algo é conhecê-lo em profundidade. Houve a comprovação que a abstenção da formalidade rígida dos projetos e desenvolvimento de produtos possibilita o “lúdico” que é um importante gerador de novos sentidos e valores. Consequentemente, acreditamos que esta pesquisa contribuiu para ilustrar alguns aspectos da relação entre design de autor e design estratégico que abarca mesmo que despropositadamente, a cultura brasileira, o território e a mestiçagem, contudo cientes de que há muito a explorar nestes campos profissionais de modo a enriquecer ainda mais estes cenários de pesquisa.

Palavras-Chave: Design estratégico. Design de autor. Cultura. Miscigenação

## ABSTRACT

This paper investigates the possibility of the author design is a collective act and an opportunity for creative actions in colaborativity. There is interest in the relationship between design, art and crafts combined with the strategic design perspective, since we visualize characteristics consistent with theoretical constructs force in this academic field.

Furthermore, we are interested in, as indicated in the question problem of this work: the creative process, as shown in the work of Tina and Lui and Rodrigo Almeida, may indicate methodological ways to promote projective practices in collaboration between designers and craftsmen? Outlining how is this creative process well demarcated by the Brazilian culture. An exploratory survey was conducted among copyright designers recognized in the market and the academic world. For individual case analysis, it was consulted database study. Data were analyzed and compared (triangulation). For the case studies was prepared a report on the structure defined previously and the development of a results framework, as well as a proposed concept of authorial design, since there is a theoretical gap on this domain. As a result we point the antagonistic basis of design for optical marketing imposes contests aesthetics founded by functionality and linear patterns of production and the multicultural and multiracial authorial aspect that indicates a breather, greater openness to interpretation of its temporality and locality, close to the art enables both social and cultural innovation, as the most convincing way to turn something is to know it in depth. There was evidence that the abstention of the rigid formality of the projects and product development enables the "playful" which is an important generator of new meanings and values.

Consequently, we believe that this research has helped to illustrate some aspects of the relationship between copyright and design strategic design that even covers that pointlessly, Brazilian culture, territory and miscegenation, however aware that there is much to explore in these professional fields in order to further enrich these search scenarios.

**Keywords:** Strategic Design, Author Design, Culture, Miscegenation

## LISTA DE FIGURAS

Fig. 1 Co-design: os papéis dos atores no processo de design.....	24
Fig. 2 O processo de design.....	28
Fig. 3: Influências do design.....	29
Fig. 4 As dimensões do produto pela semiótica.....	37
Fig. 5 A influência dos intérpretes-chave na inovação radical.....	44
Fig. 6 Processo de planejamento de coleta de dados em estudos de caso.....	83
Fig. 7 Etapas da pesquisa.....	84
Fig. 8 Técnicas de coleta de dados.....	86
Fig. 9 Fases da análise de dados.....	87
Fig. 10 Síntese: processo criativo ecossistêmico.....	124
Fig. 11 Síntese: processo criativo ecossistêmico.....	138

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 Práticas autorais Tina e Lui.....	148
Quadro 2 Práticas colaborativas Tina e Lui.....	148
Quadro 3 Práticas autorais Rodrigo Almeida.....	149
Quadro 4 Práticas colaborativas Rodrigo Almeida.....	149
Quadro 5 Resumo das análises.....	150

## LISTA DE FOTOGRAFIAS

Foto 1 Cadeira vermelha, Campana – Edra (1998).....	40
Foto 2 A Fonte - Marcel Duchamp (1917).....	49
Foto 3 Cadeira Mezzadro - Achille Castiglioni (1960).....	50
Foto 4 Anticorpos – Fernando e Humberto Campana (2009).....	52
Foto 5 Cocar Lamp – Rodrigo Almeida (2011).....	54
Foto 6: Robbots installation, Anthony Dunne e Fiona Raby.....	59
Foto 7 Samba – DiCavalcanti (1925).....	67
Foto 8 Parangolé – Hélio Oiticica (1964)).....	69
Foto 9 Cadeira África, Rodrigo Almeida.....	70
Foto 10 Cadeiras produzidas por artesão e designer – Projeto Afluentes.....	71
Foto 11 Luminárias broto amarelo, broto vermelho e pendentos cipós, Rodrigo Almeida.....	76
Foto 12 Tina Azevedo e Lui Lo Pumo, Projeto Casulo.....	79
Foto 13 As designers Lui Lo Pumo e Tina Moura.....	93
Foto 14 Logomarca Cooperativa Casulo.....	108
Foto 15 Oficina de elaboração coletiva de luminárias – Cooperativa Casulo.....	109
Foto 16 Luminárias – Cooperativa Casulo.....	109
Foto 17 Rodrigo Almeida.....	125
Foto 18 Gorilla, Rabitt and Sneaker lamps – Rodrigo Almeida (2010).....	126
Foto 19 Barraco Chair– Rodrigo Almeida (2015).....	127
Foto 20 Rodrigo Almeida pintando a luminária Ilha do ferro.....	134
Foto 21 Cadeira Catingueira - Rodrigo Almeida e Zé Crente.....	135
Foto 22 A artista e artesã Ivone Bins.....	141
Foto 23 Placa da Loja Pra Presente.....	143
Foto 24 Artefato Tina e Lui e Ladrilã.....	145
Foto 25: Artefato Tina e Lui e Ladrilã.....	146
Foto 26 Luminárias Anêmonas – Tina e Lui e Ladrilã.....	154
Foto 27 Catálogos desenvolvidos para os projetos coletivos/Tina e Lui.....	163
Foto 28 Cesta e artefato (Cantina Benta) desenvolvidos em trançagem.....	163
Foto 29 Artefatos desenvolvidos em material reciclado/ pet e papel de bala.....	164
Foto 30 Porta-prato elaborado em técnica de trançagem dressa.....	164

Foto 31 Artefato galinha – Cantina Benta.....	165
Foto 32 Cavalos Fazendinha.....	165
Foto 33 Ovelhas de lã natural.....	165
Foto 34 Cartaz evento Domingo no Jardim .....	166
Foto 35 Cartaz Loja Histórias na Garagem.....	166

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	15
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	19
1.2 OBJETIVOS.....	23
1.3 JUSTIFICATIVA.....	23
<b>2 EMBASAMENTO TEÓRICO</b> .....	26
2.1 PRÁTICAS AUTORAIS.....	26
2.1.1 O design.....	26
2.1.2 O consumo como desígnio.....	31
2.1.3 O autor como designer estratégico.....	34
2.1.4 O metaprojeto.....	41
2.1.5 O design autoral.....	46
2.1.6 Cultura de projeto.....	54
2.1.7 Os processos criativos no design.....	57
2.1.8 Ecossistemas criativos.....	60
2.2 QUESTÕES CULTURAIS .....	64
2.2.1 Identidades mestiças.....	64
2.2.2 A mestiçagem no design brasileiro.....	67
2.2.3 O design e o artesanato.....	71
2.2.4 Práticas ecossistêmicas.....	75
<b>3 METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS</b> .....	80
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	80
3.1.1 Desenho da pesquisa.....	81
3.1.2 Preparação da coleta dos dados.....	82
3.2 ETAPAS DA PESQUISA.....	83
3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	85
3.3.1 Estudo de caso.....	85
3.3.2 Coleta de dados.....	85
3.3.3 Piloto.....	86
<b>4 ANÁLISE DOS DADOS</b> .....	87

4.1 Relatório e quadro de resultados.....	87
4.2 Justificativa da seleção dos designers autorais.....	88
4.3 Técnica de coleta de dados.....	88
4.4 Categorias de análise.....	89
4.4.1 Práticas autorais.....	91
4.4.2 Cultura de projeto e processos criativos.....	91
4.4.3 Práticas ecossistêmicas.....	91
4.4.4 Culturas mestiças.....	92
4.4.5 Redes de valor.....	92
4.5 Estudos de caso.....	92
4.5.1 Estudo de caso - processos criativos de Tina e Lui.....	93
4.5.2 Práticas autorais.....	96
4.5.3 Cultura de projeto e processos criativos.....	101
4.5.4 Práticas ecossistêmicas.....	105
4.5.5 Culturas mestiças.....	113
4.5.6 Redes de valor.....	116
4.5.7 Síntese das análises do processo criativo de Tina e Lui.....	123
4.6 Estudo de Caso - processos criativos de Rodrigo Almeida.....	125
4.6.1 Práticas autorais.....	128
4.6.2 Cultura de projeto e processos criativos.....	130
4.6.3 Práticas ecossistêmicas.....	132
4.6.4 Culturas mestiças.....	135
4.6.5 Redes de valor.....	136
4.6.6 Síntese das análises: o processo criativo de Rodrigo Almeida.....	137
4.7 Discussão das análises e proposições projetuais.....	138
4.7.1 Discussão das análises dos estudos de Caso.....	139
4.7.2 Proposta conceitual de design de autor.....	152
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>154</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>158</b>
<b>ANEXO A.....</b>	<b>163</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nosso presente momento de história é mestiço, um indicativo do hibridismo da própria pós-modernidade, em que linguagens e signos fundem-se num amálgama cultural múltiplo. O Brasil é um cenário pós-moderno por excelência, conforme supõe o designer de autor italiano Branzi (2005) na afirmação, pelo olhar estrangeiro verifica-se tratar esta pátria de um território de diversidade, na qual diferentes raízes culturais dialogam e tentam conviver em harmonia, e transparecem a fusão em peças de design autorais *tupiniquins*. Isto decorreu em inquietações pertinentes ao nosso objeto de investigação.

Nada mais profícuo do que constatar que a contemporaneidade é o estágio adequado para diversos questionamentos oportunos às mudanças sociais, políticas, econômicas, inclusive para o design e a sua relação com a cultura. Segundo afirma Lipovetsky (1983), se a pós-modernidade é um indício de uma diretriz “surperestrutural” na qual o grupo social se afasta da homogeneidade de opiniões, e deste modo, parte para a mistura de elementos ao abolir a tradição e o passado, os princípios modernos, focaliza para o local e a simplicidade. Por meio da difusão de critérios da arte e da verdade, há a ratificação da afirmação de identidade pessoal onde é primordial que o indivíduo seja ele próprio. Esta necessidade de apropriação do indivíduo por si mesmo, numa redescoberta da autoria em sua vida, inspirou-nos a buscar respostas sobre o design autoral e a sua relação com o design estratégico.

Tendo como ponto de partida um estudo sobre a autoria no design e sua concepção como uma possibilidade colaborativa de projeção criativa, é imprescindível indicar que nos arriscamos num terreno íngreme, de modo que há um aspecto cultural que demanda revisão: a singularidade do autor. Dada a indefinição do conceito de “design de autor”, um dos meios mais evidentes para iniciar a compreensão de sua relevância e aplicabilidade, visto que há uma limitação na produção de textos relativos à autoria dentro do design de produtos, seria consultá-lo em textos considerados influentes sobre o tema ou aproximá-los por relevância, além do meio mais evidente de pesquisa que seria procurá-lo no trabalho de designers que se ocupam com aspectos autorais de variados métodos processuais criativos, quase antagônicos como a dupla Tina e Lui e Rodrigo Almeida pela sua originalidade experimental. A partir desta seleção, procurou-se entender o modo como a autoria

pode ser evidenciada, para quem se destinam os projetos e, de que forma estes autores transpõem os limites dos programas econômicos e industriais, resultando em novos valores e discursos do design. Todavia uma pergunta se faz substancial, como definir o design autoral, a fim de fundamentarmos as razões da seleção destes designers como objeto de pesquisa. Para tanto, partimos da declaração de dois designers brasileiros que são referência neste campo, os irmãos Campana (2009), e de acordo com a dupla o ato de projetar acontece por olhos curiosos que habilitam o profissional pela capacidade de visualizar o que realmente ocorre no entorno, é a partir desta visão apurada que analisa o cotidiano, os locais e as pessoas e porque não a própria cultura, de onde surgem ideias inusitadas, numa originalidade manifesta.

Assim esta pesquisa parte de uma observação de processos criativos que convocam a participação em grupo, destarte entendeu-se que a realização de estudos de caso sobre a processualidade criativa das irmãs Tina e Lui e Rodrigo Almeida proporcionaria o enquadramento e as condições necessárias para este trabalho acadêmico.

A autoria no design é um tema controverso, principalmente se visualizarmos pelo enfoque da utilidade dos artefatos que produz, considerados como fruto da vaidade, para fins supérfluos ou elitistas. De acordo com Forty (2007), há a premissa de que o designer deveria projetar para os fins industriais e não para si mesmo ou para um grupo específico. Conforme esta abordagem, o designer não deveria seguir as suas ideias, mas as do cliente, do que fosse “vendável”, limitado aos padrões industriais. Assim se faz conveniente, de acordo com a atual fase de mudanças de paradigmas sociais e culturais que vivemos, que o design autoral possa se tornar uma ferramenta de indagação dos valores e conteúdos simbólicos como propulsor de ações criativas ecossistêmicas. Além da tentativa de refutação da conotação de singularidade que remete a uma espécie de arquétipo que denota uma correlação intrínseca da área autoral com o isolamento. Trata-se de um conceito atávico, que gera uma espécie de engessamento que impede a osmose necessária para uma espécie de “design de autor colaborativo”. Tina e Lui, designers gaúchas que valorizam o artesanato, a produção pelas mãos e o que elas evocam, desenvolvem projetos de duas vias, uma troca de valores, técnicas e experiências que enriquecem culturalmente tanto os artesãos, como a área do design. A dupla, por sua vez, apresenta ao Brasil e ao mundo que o design de autor possui uma assinatura plural

em contrapartida da acepção cultural vigente de isolacionismo e exclusividade. Rodrigo Almeida, outro expoente do design autoral brasileiro, por sua vez segue as asserções processuais dos irmãos Campana ao expor peças autorais elaboradas por uma equipe de artesãos e colaboradores de diferentes áreas profissionais para materializar as suas inspirações mestiças e nesta singularidade dos artefatos referir a coletividade. Há toda uma costura de elementos culturais pela representação das raízes e mestiçagem, numa mescla de valores simbólicos.

Assim, somos instigados a encontrar pontos de convergência no desenvolvimento de suas criações que convoquem a interatividade, nas quais seja possível delinear processos de criação, referenciais criativos, técnicas de manufatura e artesanais que possam ser replicados no meio profissional tanto de designers, como de artesãos, a fim de gerar dinâmicas de interação que aproximem e dialoguem entre si, como um modo de apropriação cultural.

É pela investigação desta processualidade criativa nos estudos de caso, o design autoral de Tina e Lui e Rodrigo Almeida, que este trabalho enseja encontrar proposições que possam contribuir com o desenvolvimento do design estratégico, assim como do design autoral, propondo identificar práticas que possam engajar a participação criativa e gerar possibilidades ecossistêmicas junto a outros designers e artesãos. Buscamos responder, mas também provocar novas questões pertinentes ao enriquecimento destas áreas.

Por conseguinte, é na análise do papel do designer autoral no contexto de sua cultura e de sua atuação na prática, do seu modo operativo na busca de ideias, que ensejamos questionar o processo de criatividade autoral. Ao investigarmos como se dá esta ação projetual, na “gestação” de seus acervos, percebemos que tanto a dupla de designers e Almeida utilizam nas peças que produzem, referenciais e tendências que habitam a sua cultura, mas que poderiam referir, por conseguinte, às narrativas sociais de espaços urbanos, modestos, elitistas, rurais e rústicos para situá-las como instauradoras de novos sentidos e valores que remetam à cultura popular e as suas técnicas artesanais, em prol da construção de uma plataforma de integração entre designers e artesãos. Percebemos que há neste espaço de criação um elo de integração.

Por ser design de autor um estado híbrido, um espaço considerado entre a arte e o design, acaba por comunicar o contexto sociocultural no qual se insere, o entorno

a que deu vazão de maneira intrínseca. Porém como a identidade cultural é um campo fluido e dinâmico em permanente transformação, não pretendemos aqui dirimir questões de identidade cultural, mas encontrar também características projetuais de como a cultura popular influencia os designers nas suas criações e como esta os influenciam.

Escolhemos estudar os processos criativos de Tina e Lui e Rodrigo Almeida entre tantos outros autores por observarmos a ressignificação que seus trabalhos instauram ao subverter a máxima da Bauhaus: a forma segue a função, para a forma segue a fusão de técnicas, ideias e mãos na elaboração coletiva.

Há, portanto, na atualidade um momento propício para o questionamento de valores artísticos, socioculturais e do próprio campo do design, posto que a industrialização passe por um momento de saturação, se tornou imprescindível para o designer buscar novos caminhos e se supõe que para encontrá-los, o trabalho autoral como apresentado nos projetos das irmãs designers e de Rodrigo possa ensejar uma trilha capaz de promover novos sentidos e possibilidades projetuais colaborativas ao âmbito autoral rotulado pela individualidade.

Para melhor entendimento da apresentação, este texto foi dividido em cinco capítulos, no qual este primeiro tem por fim introduzir, produzir e oferecer uma percepção geral do assunto a ser abordado. O segundo capítulo dispõe-se a proporcionar o embasamento teórico no qual a presente pesquisa se fundamenta, e será subdividido conforme os temas que conduzem esta investigação, os conceitos de design, design estratégico e design autoral, assim como embasar o contexto em que este design se insere. Para tanto, foram discutidos e analisados os trabalhos de diversos autores e pesquisadores para a construção de um diálogo com o objetivo de ponderar conceitos que justifiquem a temática que conduziu ao objeto de pesquisa, de forma teórica. O terceiro capítulo apresenta o método escolhido para desenvolver a investigação. Por fim, no quarto capítulo estão apresentados os estudos de caso sobre o design de autor de Tina e Lui e Rodrigo Almeida, os quais servirão de base para a pesquisa e à análise do processo criativo destes designers autorais, além de estarem neste capítulo, apresentados os dados coletados e a sua devida análise, o quadro de resultados e a proposta conceitual da autoria no design. Por fim no quinto capítulo apresentamos as considerações finais desta investigação em que sintetizamos a utilização de recursos de co-design no campo do design autoral como

promotores de espaços de interação, de maneira que todos participem na contribuição criativa, pelas habilidades técnicas, como um meio de promover novos sentidos aos artefatos produzidos, assim como gerar novos valores, a fim de incitar um movimento de propagação das técnicas de design, assim como o resgate do artesanato brasileiro.

Verificou-se uma relação com o design estratégico, principalmente através das práticas metaprojetuais, as quais constatamos no processo criativo de designers autorais, pela habilidade de interpretar o seu entorno, pela maior abertura, pelas possíveis experimentações e deslocamentos que geram indagações e projetos de inovação possibilitando transformações sociais e culturais.

Deste modo, verificou-se a possibilidade de gerar uma aproximação, através de sintonias entre as disciplinas de design, arte, artesanato e comunicação caracterizando estas disciplinas projetuais criativas, que se inter-relacionam e evoluem na experimentação mútua.

Assim guiados por estas inquietações, formulamos o tema deste trabalho **o processo criativo de Tina e Lui e Rodrigo Almeida, na perspectiva do design estratégico, como indicativo metodológico de práticas processuais a projetos colaborativos**. Ao propormos uma aproximação entre o design de autor e o design estratégico, pela averiguação da participação de redes de atores nas práticas que convocam a coletividade e conduzem às peças exclusivas, estabelecemos uma exploração para localizarmos onde se encontram os pontos de intersecção que possam ensejar um compêndio das contingências processuais de um designer autoral e que deste modo, possam promover um referencial estratégico às práticas colaborativas de outros designers e artesãos.

## **1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA**

Para se adentrar num campo híbrido como o design autoral é preciso aproximar diferentes áreas, tais como o design, a arte e a comunicação. Em especial, através do design, se dá o reconhecimento da cultura material manifesta nos artefatos, e este como fruto do desenho industrial afeta os processos das economias modernas e é afetado por eles. Percebemos uma relação de osmose, de troca cultural intrínseca no fazer design, pois de acordo com Forty (2007) possui a

capacidade de moldar os mitos numa forma sólida, tangível e duradoura, de tal modo que parecem ser a própria realidade (Forty, p. 15, 2007).

De acordo com esta aceção uma cultura pode ser traduzida pelos objetos tangíveis que produz, sendo seus criadores e projetistas elos de disseminação de técnicas e de convergências inclusivas de diferentes aspectos sociais. Sobre projeção Flusser (2007) indica que o processo de criação e configuração de objetos envolve a questão da responsabilidade (e em consequência da liberdade), o projetista de objetos de uso, aquele que faz cultura lança obstáculos no caminho dos demais. Deve-se refletir, no entanto, sobre o fato de que no processo de criação dos objetos se faz presente a questão da responsabilidade e é exatamente por isso que é possível falar em liberdade no âmbito da cultura. A responsabilidade é a decisão de responder por outros seres humanos. É uma abertura perante os outros. Um designer quando cria, deve responder pelo projeto que produz, enfatizando o aspecto intersubjetivo, e não o objetivo no projeto que desenha. Flusser (2007) convoca a visão integral quando afirma que um simples olhar para a cultura atual revela que ela está caracterizada por objetos de uso cujos designs foram criados irresponsavelmente com a atenção voltada para o objeto somente.

Se o design de autor possui o estigma de ser direcionado à exclusividade, verificamos aqui um ponto de exclusão como assinala o designer, que pode indicar a associação a um aspecto elitista. É preciso desconstruir esta imagem sugerida por Almeida, para tanto é fundamental caracterizar como ocorre esta percepção. Dormer (1995) classifica este viés exclusivista como uma espécie de "design de luxo" qual uma categoria do design e da produção de objetos domésticos ou de lazer que se divide nos denominados objetos paradisíacos e de figuração, os quais por paradisíacos podemos entender por artefatos intencionalmente projetados à elite consumidora, enquanto objetos de figuração são direcionados ao público que admira e aprecia a riqueza. Podemos depreender que o design autoral possa se encaixar nesta denominação, porém o autor indica aqui um contraponto, enquanto a entrega final é dirigida a poucos a elaboração destas peças passa por muitos, todavia esta abordagem parece ficar oculta diante de conceitos fadados ao estereótipo vigente.

Porquanto a criação de um artefato autoral requer um trabalho em equipe, de mãos e cabeças com qualificação técnica, por conseguinte trata-se de uma tarefa

complexa que envolve não somente pessoas, mas principalmente valores. (DORMER, 1995)

Considera-se que o design de autor, por sua singularidade expressiva e tratamento dos materiais, propõe uma alternativa aos princípios e valores culturais do modelo industrial e da própria sociedade de consumo, podendo servir como referencial crítico por suas qualidades formais e condições de produção. É preciso, portanto, para uma análise, situar o design autoral em seu tempo. Se a replicagem é uma das regras consumistas em vigor, é na pausa, no movimento contrário, na quebra de padrões que são lançados questionamentos sobre o próprio ato de consumir.

A partir desta ótica podemos relacionar o *Critical Design* de Antony Dunne e Fiona Raby (2005) como fundamento para indagações, pois neste campo há uma abordagem caracterizada por “perguntar questões habilidosamente criadas e por nos fazer pensar”, algo tão difícil e tão importante quanto o design que resolve problemas ou encontra respostas

Os autores sugerem essa abordagem crítica ao que eles denominam design afirmativo, ou seja, aquele que responde às demandas da sociedade apenas reafirmando as coisas como elas são.

E nada mais pertinente ao momento atual do que estas indagações, pois mais do que respostas, precisamos de questões, afinal indagar é quebrar modelos e um modo de lançar novos movimentos. Precisamos quebrar um círculo vicioso de respostas prontas-pré-fabricadas para ousar novas dinâmicas criativas. Não obstante averiguamos que esta não é meramente uma proposição relacionada ao fazer design, mas uma máxima pós-moderna que Baudrillard (1991) ratifica ao preconizar o esgotamento criativo contemporâneo ao reconhecer que todas as faculdades do humano já foram esgotadas, e já nada há a conhecer, uma vez que tudo se contaminou no niilismo e assim nada de novo pode surgir, pois a reprodutibilidade é a ordem geral da época atual.

No campo da arte fica muito explícito este conceito, uma vez que todas as obras podem ser replicadas e difundidas com extrema facilidade, roubando um pouco da aura artística, senão toda a que estava ali originalmente, mais do que nunca é fundamental buscar a definição de autor, pois tudo se diluiu e fragmentou na massa

coletiva de uma sociedade de consumo e para o consumo. Passamos por uma crise de identidade generalizada?

Outrossim percebemos no design autoral, como apresentado na obra de Tina e Lui e Almeida, uma possível reação ao consumismo e à réplica. Se o próprio termo consumir indica o esgotamento de recursos, ao deslocarmos este conceito para uma percepção consumista de ação social dotada de significados que remetam a própria identidade, encontramos novas possibilidades projetuais de artefatos dialógicos e interativos que reiteram e transparecem a sua proveniência e localidade.

Mauri (1996) justifica o consumo como um importante vínculo capaz de gerar novos sentidos.

Na tentativa de fugirmos de concepções reducionistas, o consumo ao qual nos referimos é o agir social dotado de sentido, de um sujeito percebido e pensado em termos de unidade e contemporaneamente de pertencimento. Cada indivíduo na sua potencialidade de comprador/consumidor traz o seu mundo pessoal tecido de experiências relacionais, de afetos, de concepções, de motivações e ao mesmo tempo conectado a multiplicidade de valores e significados da cultura a qual sente pertencer (MAURI, 1996, p.5).

Mais do que entender o consumo, é preciso saber aplicar a adequada leitura de um contexto sociocultural para transformá-lo. Se na abordagem de temáticas culturais é indicada uma rede de atores que atuam tanto na participação, como na validação do design autoral, o autor Verganti (2008) apropria-se da capacidade dos intérpretes-chave, que por fornecerem uma apurada percepção de seu contexto, acabam por se tornarem os geradores de novos sentidos e propulsores da inovação, deste modo propõe-se que o design autoral possa, pela investigação de um processo criativo, ser um promotor de práticas ecossistêmicas e assim ser mais do que aparentemente demonstra, um meio de interatividade e não de isolamento.

A partir destas proposições postulamos a questão-problema deste trabalho:

**Processos criativos na perspectiva do design de autor, como apresentados nas obras de Tina e Lui e Rodrigo Almeida, podem indicar caminhos metodológicos a fim de promover práticas projetuais em colaboração entre designers e artesãos?**

## 1.2 OBJETIVOS

Este trabalho tem como objetivo geral **propor indicativos metodológicos para a promoção de práticas projetuais autorais em colaboração.**

Com base nessas premissas os objetivos específicos são:

- (1) Revisar os conceitos sobre o design estratégico, metaprojeto, design de autor;**
- (2) Compreender as relações entre design, arte e artesanato;**
- (3) Identificar o processo criativo de Tina e Lui e Rodrigo Almeida;**
- (4) Descrever o processo criativo de Tina e Lui e Rodrigo Almeida;**
- (5) Verificar a presença do artesanato nas práticas criativas de Tina e Lui e Rodrigo Almeida;**
- (6) Indicar traços de brasilidade na cultura brasileira que estejam manifestados nas peças dos designers.**

## 1.3 JUSTIFICATIVA

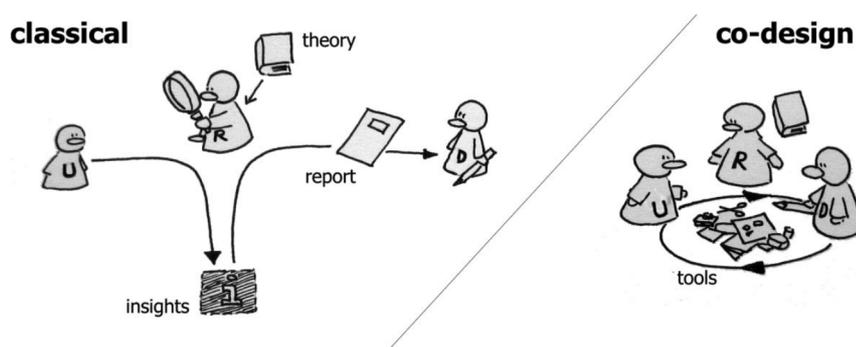
A construção cultural do isolamento no design autoral é o ponto de partida que justifica o interesse desta pesquisa, na necessidade de reflexão sobre o papel do designer como um agente de interatividade entre a sua cultura e meio social. Conforme Manzini (2008) sugere, o designer deve se libertar das cadeias industriais e ser o elo condutor, pelo conhecimento técnico, a uma cultura de sustentabilidade.

Acreditamos que as práticas colaborativas possam ser aplicadas para a difusão de *know-how* de técnicas antes enclausuradas nos ateliers de criação autoral. Encontramos na obra de Almeida referências que convocam a coletividade pelo referencial mestiço e múltiplo que conjuga o plural e aparenta o singular, porém a tessitura coletiva pelas mãos de artesãos se torna invisível no resultado enquanto na processualidade da dupla de irmãos o resultado e o processo são coletivos.

Ao aprofundarmos a pesquisa dentre os diferentes processos de criação, encontramos o coletivo implícito como na obra de Almeida e explícito como na obra de Tina e Lui, pois como indicam os irmãos Campana sobre a sua processualidade e

a construção do ideário conceitual de peças de autor, nas quais é perceptível uma possível co-criação autoral, por meio de uma rede tanto de atores que participam na construção das peças como artesãos, metalúrgicos, fotógrafos, assessores de imprensa e curadores de galerias de arte entre outros. Assim detectamos em meios criativos *sui generis* e ao mesmo tempo diversos, similaridades, como a execução de artefatos por vias criativas em coletividade, convém destacar que o termo co-criação indica qualquer ação coletiva, enquanto co-design aponta para uma instância mais específica, uma convergência criativa de colaboratividade por designers, que pode englobar pessoas sem as aptidões formais do design que possam atuar juntos em projetos da área.

Fig. 1: Co-design: os papéis dos atores no processo de design



Fonte: Classical roles of users, researchers, and designers in the design process (on the left) and how they are merging in the co-designing process (on the right). E.B.-N. Sanders and P.J.Stappers p.11

O design de autor pela experimentação, pode ensejar técnicas e dinâmicas que contribuam ao integrar e promover práticas de co-design que transpareçam nas escolhas de referenciais de criação, materiais, desenhos e técnicas qual um elo comunicativo com a temporalidade de sua cultura.

Partimos da proposição de que no processo criativo de Tina e Lui e Almeida, possam ser encontrados indicativos metodológicos para práticas colaborativas dentre designers e também artesãos.

Acreditamos que designers como os acima referidos trabalhem com a valorização de aspectos simbólicos e de comunicação nos artefatos como alegorias, metáforas, hibridismo e deslocamentos os quais contribuem para a percepção da multiplicidade manifesta nas peças. Assim sendo, as peças de autor são o resultado

de uma atuação em rede de atores que podem conduzir a novos sentidos e transformações culturais e porque não, à inovação sociocultural.

Segundo Verganti (2008) o valor simbólico e emocional é aspecto relevante somado ao interesse pela funcionalidade. O significado de um artefato, que abrange características afetivas e necessidades socioculturais, tem por finalidade a proposição de um sistema de valores, identidade e personalidade, que ultrapassam a dimensão estilística. Uma linguagem de design, que vem a ser um conjunto de símbolos, signos e ícones, é utilizada pelos designers como um meio de gerar sentidos aos objetos, nesta perspectiva o estilo torna-se apenas uma instância na entrega de uma mensagem.

Esta dimensão semântica do design é o que nos instiga à investigação de um processo criativo que pela riqueza de construções elaboradas no tecido coletivo tanto de intérpretes como destinatários, acaba por comunicar uma cultura e ensinar que nesta processualidade criativa, de um designer que desponta rompendo fronteiras mundiais para traduzir o local e as designers que traduzem o local e transgridem as fronteiras dentre as comunidades e as suas percepções da localidade em que habitam, se possam eliminar barreiras de uma área destinada ao isolamento.

Se a função já não se encontra mais nas vertentes diretivas de projetos e os aspectos mercadológicos ainda são o foco direcional de projetos de design, Celaschi (2007) afirma que as demandas funcionais dos artefatos já se encontram resolvidos, pois se uma cadeira indica o ato de sentar, como maneira de acomodar o corpo humano, este já não é o foco principal de um projeto, pois o corpo não passou por transformações radicais em ergonomia que pudessem ensinar novas soluções para o ato de sentar. O que se modifica com frequência é o modo do humano pensar sobre si mesmo e a respeito do meio social em que está inserido e o seu papel diante destes. Mudam os símbolos, os valores e as relações por meio de mercadorias, transpondo a existência a uma outra dimensão, como um meio de concretização desta, na escolha da compra e do consumo.

O design, de acordo com esses termos, torna-se agora “cultura de projeto” e não apenas mero articulador de ações programadas para obter a solução técnica de um problema produtivo do tipo industrial (CELASCHI, 2007).

Diante da complexidade, o design pode vir a ser uma maneira do homem se relacionar com a sua temporalidade, a sua história, como um meio transformador do futuro em que ideias se tangibilizam em artefatos.

Celaschi (2007) ainda assevera que paralelamente e além da dimensão do design, que mantém o foco na modificação formal ou na geração de novas configurações, há um discurso que possibilita a utilização de conhecimentos e especialmente no problema da mudança da forma ou da geração de novas formas, e supõe que exista um discurso que pode empregar as práticas de uma disciplina científica e o conhecimento para entender melhor os bens, qualificar e quantificar e se possível, aprofundar as dimensões de valor desses bens, um indício da mercadologia contemporânea. Assim postulamos que na busca do entendimento de uma processualidade do design autoral, se faz possível entender as relações dos homens com os artefatos, consigo mesmos e uns com os outros.

## **2 EMBASAMENTO TEÓRICO**

A seguir é apresentado o referencial teórico deste trabalho, organizado em três partes, de acordo com os temas tratados. A primeira é dedicada à reflexão teórica sobre o design enquanto a segunda trata do tema questões culturais e a terceira sobre práticas ecossistêmicas.

### **2.1 PRÁTICAS AUTORAIS**

#### **2.1.1 O design**

Para uma melhor assimilação sobre este tema, é fundamental a apreensão da perspectiva histórica do design, uma vez que este é um campo múltiplo, pois vincula-se por diversas acepções com a arte, o artesanato, a arquitetura, a industrialização e a economia.

O design evoca a fusão, inclusive podemos verificar esta premissa em Burdek (1994) que ao traçar uma linha histórica das origens do design pelos aspectos formais da funcionalidade, estabelece que se deu na Roma antiga, quando pelos escritos do engenheiro e arquiteto Vitruvius (80 AC – 10 DC) ao discorrer sobre planejamento e

projetualidade, consolidou uma forte relação entre teoria e prática, ao indicar que um arquiteto deveria ter interesse em artes e ciências, assim como em retórica e ter grande conhecimento das áreas da filosofia e história.

O olhar universal evocado por Tina Moura está aparente nas origens do design, como averiguamos, porquanto esta área transparece desde os primórdios uma forte intertextualidade intrínseca, já que influencia e é influenciado pelo meio que o cerca. Destarte o design pode ser um meio e não um fim.

Observarmos que este âmbito está mais inserido na compreensão histórica das sociedades do que podemos supor a um primeiro contato. De acordo com este aspecto Forty (2007) revela a profunda relação entre os processos econômicos das sociedades modernas que recebe influências do campo do design e como este as afeta.

Uma participação abrangente na tessitura social e econômica que diversos autores apontam, como por exemplo de acordo com Flusser (2007), objetos de uso não são meros objetos, são mediações (*media*) entre o próprio indivíduo e seus semelhantes. Não sendo apenas objetivos, mas também intersubjetivos, não apenas problemáticos, mas dialógicos. O design por esta perspectiva indica a construção de meios integradores para os indivíduos, uma referência que denota a interatividade como uma característica natural do fazer design. Todavia esta acepção nem sempre se torna visível, pois há um aspecto indicativo da artificialidade, como tudo o que é constituído e elaborado pelo humano.

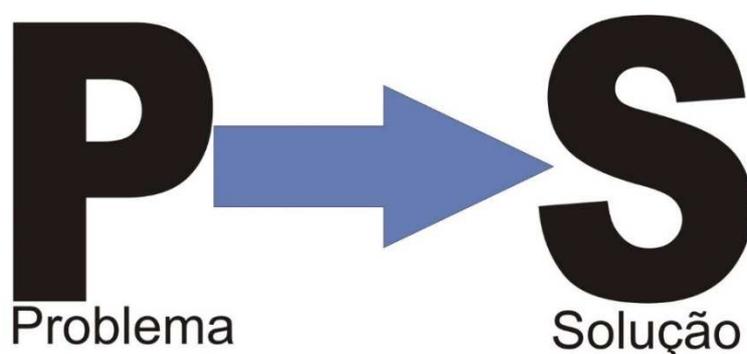
Esta concepção revela-se aparente, ao investigarmos o contexto etimológico da palavra, no qual encontramos relações com os termos fraudar e artificialidade. Sobre este referencial etimológico Flusser considera que:

Em inglês, a palavra design funciona como substantivo e também como verbo (circunstância que caracteriza muito bem o espírito da língua inglesa). Como substantivo significa entre outras coisas, "propósito", "plano", "intenção", "meta", "esquema maligno", "conspiração", "forma", "estrutura básica", e todos esses e outros significados estão relacionados a "astúcia" e a "fraude". Na situação de verbo - to design - significa entre outras coisas, "tramar algo", "simular", "projetar", "esquematizar", "configurar", "proceder de um modo estratégico" (FLUSSER, 2007. p. 181).

Se referirmos o indício da relação problema e solução como um aspecto vinculado à produção de artefatos e serviços e, diga-se de passagem, que este é um princípio básico da estrutura do fazer design, há uma perspectiva natural que

estabelece algo de estratégico na peculiaridade de se moldar por diferentes construções teóricas e deste modo ser um elo de fusão, quase comparado a um amálgama conceitual.

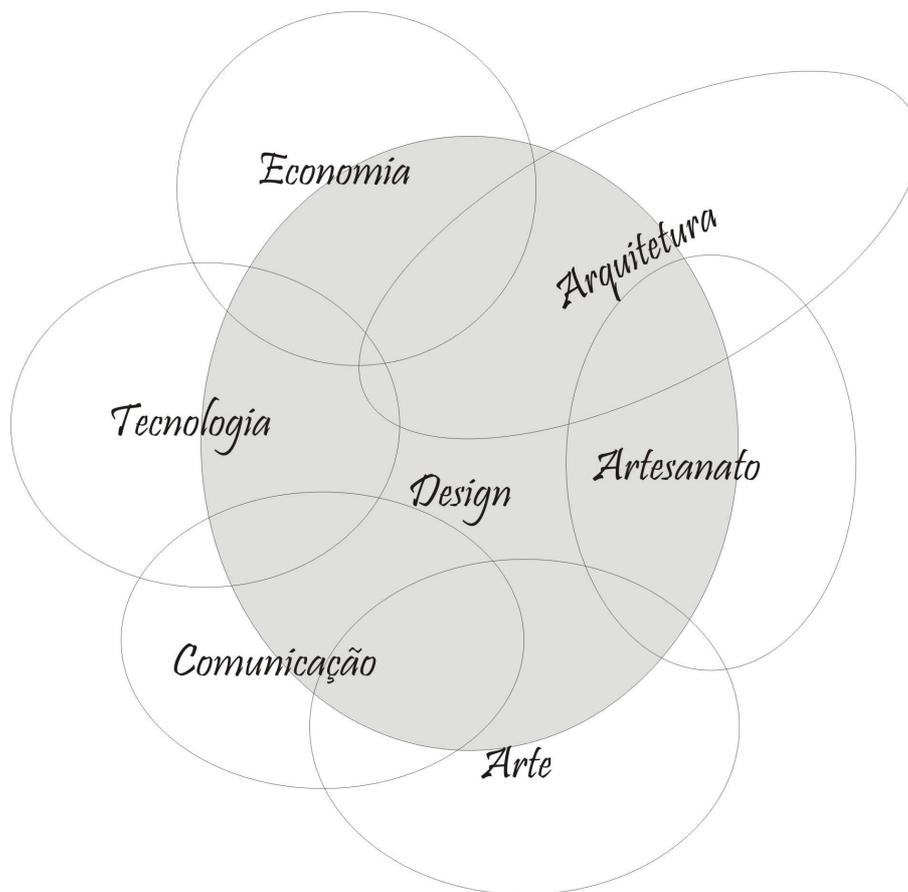
Fig.2: O processo de design



Fonte: elaborado pela autora

Sobre esta contingência, Forty (2007) afirma que o design pode ser traduzido como uma alquimia a qual une ideias díspares de origens distintas para que o produto final transpareça uma única ideia, que remeta à familiaridade, identificação e apropriação para os usuários. A relação entre design e sociedade é o ponto principal do pensamento deste autor. Para ele o design é fruto da coletividade, no qual a combinação de diversos fatores, tais como os tecnológicos, produtivos, habilidade artística do designer bem como as condições ambientais e socioeconômicas em que as empresas operam, são levados em consideração. As narrativas do design se baseiam na interpretação histórica e do contexto sociocultural, uma vez que se trata de um processo social.

Fig.3: Influências do design



Fonte: elaborado pela autora

Por design não estar enclausurado em uma teoria própria, sempre foi confundido com desenho industrial e desenho de produto. Dormer (1995) afirma que o que motiva os praticantes e estudantes que se familiarizam com o design e o consideram relevante são os aspectos formais que caracterizam um artefato, desmistificando aos funcionais. A compreensão da qualidade, para este autor, é indicada pelos olhos. E em tratando-se de uma investigação que pretende delinear aspectos processuais de uma espécie de design mais “livre das exigências mercadológicas” os olhos e todos os sentidos devem ser aguçados para a recepção de uma obra autoral.

O mesmo autor postula que o design se confunde com outras áreas, ao averiguar que a tradução na língua italiana do termo design para “desenho industrial” tem tornado fácil esta confusão, aproximando perigosamente o design a dois mundos

relacionados com a cultura de projeto: a arte (de uma parte) e a técnica de engenharia produtiva (de outra) (DORMER, 1995).

Podemos assim compreender que arte e técnica de produção são conhecimentos fronteiriços ao design, que o alimentam e constituem a sua própria finalidade.

A cultura e o meio no qual está inserido refere uma simbiose ao escopo do design e ainda mais aparente na autoria, pois percebe-se uma aproximação ainda mais necessária e fundamental a validação desta área no meio profissional e cultural ao qual está vinculado, pois há como afirma Almeida sobre o seu processo criativo, um ponto de convergência de projetos autorais que vem a ser a cultura brasileira, o jeito do brasileiro viver e se relacionar com o objeto.

Se nos aprofundarmos ainda mais como nos propusemos nesta pesquisa podemos verificar que o aspecto cultural mestiço e o artesanato são requisitos intrínsecos ao fazer autoral brasileiro, não que não ocorram estas aproximações e referências em acervos autorais estrangeiros, porém podemos indicar uma peculiaridade, que o nascimento oficial tardio do design brasileiro vinculado à assepsia europeia da Bauhaus e da Escola de Ulm, provocaram um distanciamento de partes quase orgânicas, o design e o artesanato, neste caso o acervo artesanal relata as tradições e histórias locais, e este resgate pela reconexão destas duas fontes criativas seria a apropriação, uma redescoberta do fazer brasileiro e sua arte, mas do que isso uma reintegração cultural pelo encontro que abarca esta fatia cultural que foi renegada pelo design formal instituído no Brasil na década de sessenta. Houve vozes dentro do design brasileiro que clamaram esse reencontro, principalmente de Lina Bo Bardi e Aloísio Magalhães que ensejavam os novos rumos do que estava por vir, o retorno ao que havia sido esquecido e abandonado, a própria história brasileira contada pelas mãos e técnicas ancestrais. Podemos constatar que o design autoral e seus processos criativos prescrevem mais do que podemos deduzir a princípio: tornam-se a reconexão entre as raízes cortadas e preteridas da arte artesanal brasileira disfarçadas sob o verniz industrial, as quais as escolas de design promoviam. E para quê? Para moldar o público consumidor adequado aos padrões europeus numa reedição da relação colonialista donde renegar o seu território era um modo de cultivar paraísos artificiais dos campos elísios da dominação cultural vigente na década de sessenta e que ainda encontra ecos no presente, devemos nos reformar não somente

como consumidores, porém como brasileiros, conscientes de sua riqueza: a criatividade mestiça.

### 2.1.2 O consumo como desígnio

Acreditamos ser fundamental para melhor entendimento sobre o fazer design e autoria, situar a sociedade e a temporalidade em que estão inseridos para melhor compreendê-los. Afinal, mais do que habitar em uma sociedade de consumo, estamos vivendo tempos complexos. O momento é propício para um profundo exame de nossa maneira de viver, como Morin (1991) propõe, ao salientar que a complexidade nos convoca para uma verdadeira reforma do pensamento, pois se o cartesianismo foi categórico em postular a separatividade, a qual pressupõe que para conhecer era essencial separar. Numa analogia da contaminação destes conceitos a todas as áreas sociais e culturais esta fragmentação do todo em partes, talvez seja um dos cerne do consumo conspícuo, onde o ter é ser e ser é fazer parte do todo social. Por conseguinte, numa sociedade de consumidores, todos precisam ser, devem ser e têm que ser um consumidor por vocação, isto é, ver e tratar o consumo como vocação. Numa sociedade consumista, os sentimentos de pertencimento e de ajuste são a força motriz da adequação às massas, dos seres que nelas habitam, onde tudo é regido pelas leis de mercado. A igualdade e a desigualdade são geradas pelo valor intrínseco do ser que segue as normas dos valores regendo as necessidades entre todos (BAUMAN, 2008).

Consumimos muito mais pelos aspectos que habitam o ideário do que por efetivos, o design engloba estas características pelo prisma simbólico, pois projetar peças é induzir a sensações, ideias e representações e o design de autor seria um design potencializado nesta dimensão. Buscamos satisfazer necessidades tanto materiais e principalmente psicológicas quando adquirimos um artefato.

Baudrillard (2007) argumenta que a noção de necessidade é solidária a de bem-estar, na mística da igualdade, posto que a necessidade se cataloga pelo valor de uso, obtendo-se uma relação de utilidade objetiva ou de finalidade natural, a qual deixa de haver desigualdade social ou histórica.

A tese implícita é a seguinte: perante as necessidades e o princípio de satisfação, todos os homens são iguais, porque todos eles são iguais diante

do valor de uso dos objetos e dos bens (se bem que sejam desiguais e se encontrem divididos em relação ao valor de troca) (BAUDRILLARD, J., 2007, p. 48).

Por esta ótica percebe-se uma questão primordial: será possível a mercantilização de peças que sejam significativas e não descartáveis como o mercado estimula? Lipovetsky (2004) afirma que a mitologia da ruptura radical foi substituída pela cultura do mais rápido e do sempre mais: mais rentabilidade, mais desempenho, mais flexibilidade e mais inovação.

O consumo garante aos indivíduos status, respeitabilidade e aceitação social, ao mesmo tempo que exclui aqueles que não se enquadram às regras do mercado. Consumir é ser apto socialmente, como declara Bauman, “em consequência, o mercado é, por assim dizer, mais soberano do que os soberanos políticos, muito mais motivados e ávidos por autopromoção, já que, além de apresentar as sentenças de exclusão, não permite apelação” (BAUMAN, 2008, p. 81). As empresas para atender às demandas dos consumidores, buscam cada vez mais inovações e táticas para atrair e manter clientes isso empreende um viés de concorrência acirrada para vencer e existir num mundo de consumo.

Numa sociedade competitiva, Bourdieu (1979) considera a existência de sistemas de exclusão em que o *habitus* é a marca pessoal de cada estrato social que se dá pelo conjunto cultural e econômico de cada indivíduo. O *habitus* traduz, no plano do consumo, as diferenças de classe geradas na produção. Nessa "passagem", as relações de sentido se traduzem em hierarquia social, que se expressa nos estilos de vida e no plano de consumo, como aquilo que se adquiriu e se encarnou no corpo de forma durável.

As condições culturais determinam o modo de apropriação considerado legítimo. As práticas culturais e preferências estão estreitamente relacionadas ao nível de instrução (medidos pelos títulos escolares e números de anos de estudo) e à origem social. Há uma hierarquia de classes sociais na qual a elite utiliza a alimentação, a cultura e os gastos em sua apresentação (e representação) como principais formas de se distinguir, podemos enquadrar aqui a diferenciação que Almeida propõe da obra autoral e a exclusividade, como dois aspectos que devem ser dissociados para uma melhor apropriação cultural entre os participantes de um contexto social.

Se para Bourdieu o elenco de conhecimentos e hábitos adquiridos na construção individual traduzem a uma condição social e cultural é preciso ir mais a fundo nos aspectos culturais para situarmos a contemporaneidade. Segundo De Moraes (2005) a cultura pós-moderna possui a multiplicidade como base, o que corroborou que ela se afastasse de um modelo narrativo linear, lógico e racional, que por sua vez era a referência da modernidade. O pós-moderno apropriou-se da diversidade inerente como símbolo de sua evolução e modo de pensar.

Este mesmo autor considera que para validar estes conceitos, a pós-modernidade utiliza estruturas referenciais múltiplas e plurais, a fim de oferecer coerência, para tanto o pós-moderno apropria-se de signos e ícones de passado para que interajam com os do presente, apresentando novas propostas para possibilidades estéticas, novas maneiras expressivas e comportamentais, constituindo-se como um verdadeiro laboratório de novas linguagens e de novos comportamentos.

Morin (2005) propõe caminhos para a sociedade complexa, se conhecer é também uma estratégia, que pode se modificar em relação ao programa inicial, que é flexível e leva em conta o que ele denomina de ecologia da ação. Sabe-se hoje que uma ação, lançada ao mundo, entra num turbilhão de interações e retroações, que podem se voltar contra a intenção inicial.

Por fim, uma última ideia que vale ressaltar, o retorno ao sentimento de uma comunidade de destino profundo, que liga as ideias de solidariedade e fraternidade. O laço entre complexidade e solidariedade não é mecânico. Uma sociedade muito complexa proporciona muitas liberdades de jogo a seus indivíduos e grupos. Permite-lhes ser criativos, algumas vezes delinquentes. A complexidade tem, assim, seus riscos. Ao atingir o extremo da complexidade a sociedade se desintegra. Para impedi-lo, pode-se recorrer a medidas autoritárias; entretanto, supondo que desejemos o mínimo possível de coerção, o único recurso que nos resta é a solidariedade vivida. Para corroborar com este tópico, Morin ainda reitera que não podemos lançar a compreensão do ser humano apenas através dos elementos que o constituem. Se observarmos uma sociedade, verificaremos que nela há interações entre os indivíduos, mas essas interações formam um conjunto e a sociedade, como tal, é possuidora de uma língua e de uma cultura que transmite aos indivíduos; essas "emergências sociais" permitindo o desenvolvimento destes. É necessário um modo

de conhecimento que permita compreender como as organizações e os sistemas, produzem as qualidades fundamentais do nosso mundo.

### 2.1.3 O autor como designer estratégico

Ao propormos uma aproximação do design autoral com o design estratégico, supomos o rompimento com a ideia de criação individual, suscitamos ultrapassar as fronteiras da arte, em que a singularidade se faz possível pois a arte pode até ousar independe do coletivo, porém o design demanda o contexto social e cultural em que se insere para seja validado e interpretado. Além do mais acreditamos tratar-se o design autoral muito mais como uma chave de leitura de onde partem referências e representações de um contexto sócio cultural para que sejam catalisadas pelo olhar apurado (de um autor ou intérprete-chave) e destinadas aos leitores finais, os usuários e próprios atores. Não obstante, depreendemos uma confluência, tanto a arte como o design autoral reclamam abertura para ocorrer. Partimos da complexidade suscitada por Morin, que é palavra-problema, frente a sistemas abertos que "organizam o próprio fechamento (ou seja, a própria autonomia) dentro e por meio de sua abertura" (MORIN, 2005, p.18).

O design estratégico é, como a complexidade, uma palavra-problema, um sistema aberto que inclui diversos pontos de vista, modelos interpretativos articulados e várias perspectivas disciplinares e podemos inferir tratar-se de um modo mais adequado para lidar com o mundo complexo, fluido da pós-modernidade como fica evidente na declaração de Bertola e Manzini.

No mundo sólido do passado, existiam containers disciplinares e seguros nos quais qualquer um poderia se posicionar. Agora não é mais assim: no 'mundo fluido contemporâneo' os containers foram abertos e as suas paredes não são mais protegidas". (Bertola e Manzini, 2004, p.10 in De Moraes 2010)

Falar em design estratégico é referir inovação, aprimorar, indagar o habitual para percorrer novas vias de acesso a lugares desconhecidos e como indica Zurlo (1999) o foco não deve estar direcionado a soluções, mas a questões, sua função primeira é abrir novas perspectivas antes de tentar entender como resolvê-las.

A condução à inovação social se dá pela indagação dos valores socioculturais, determinando mudanças tanto na maneira que as pessoas atuam para obterem resultados (para resolver problemas ou gerar novas oportunidades) assim como dentro de estruturas organizacionais. Porém indagar requer saber interpretar a diversidade e neste ponto é possível demarcar uma intersecção com o fazer autoral pois pode-se inferir tratar-se o designer de um intérprete do seu entorno, da sociedade, visto que encontramos uma similaridade com este fundamento teórico quando Lui Lo Pumo declara que para motivar e instigar a criatividade das artesãs envolvidas nos projetos que participam é primordial conhecer o meio em que estão inseridas e suas concepções culturais.

O objetivo que se coloca, portanto, não é aquele de procurar uma chave de leitura única, mas de acolher a riqueza de expressões. Estamos no terreno da identidade, de abertura e de interpretação. Identidade, não é somente um problema de conflito, mas um problema de interpretação. Definir a identidade é, muitas vezes, mais fácil para quem está de fora de um determinado contexto, como um agente externo que muitas vezes pode ser um designer estratégico (ZURLO, 1999).

O design que se coloca em continuidade (e familiaridade) com o contexto social pode receber (fora) e difundir (dentro) os sinais de modificação sociais, culturais, mercadológicos e tecnológicos. Além disso é capaz de comunicar de uma forma acessível estes sinais, persuadindo e convencendo, para permitir que as barreiras e os obstáculos sejam ultrapassados. Esta percepção requer uma visão apurada de um determinado contexto social, e para lidar com este, Zurlo (2010) elenca as capacidades fundamentais do design como diretrizes:

- Capacidade de ver, a observação dos fenômenos muito além da superfície visível, como um ato criativo;
- Capacidade de prever, aqui apreendida como a capacidade de antecipação crítica do futuro;
- Capacidade de fazer ver, a qual pode ser entendida como a capacidade de visualizar cenários futuros.

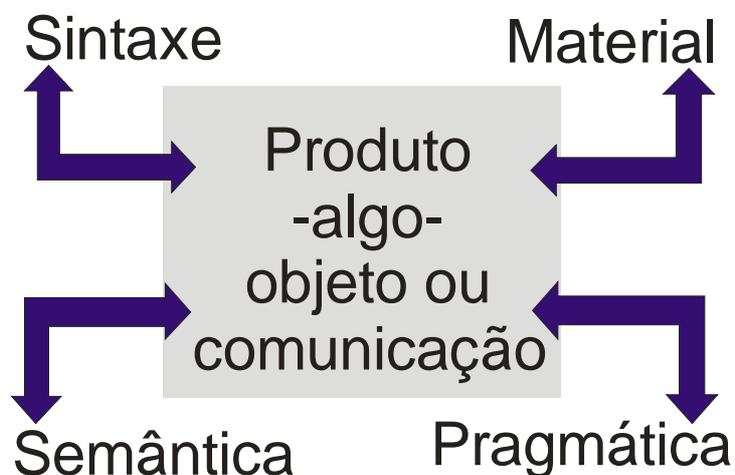
A interpretação do contexto social é fator primordial à inovação de sentidos, Verganti (2008) considera que quando o produto adota uma linguagem de design e entrega uma mensagem que está de acordo com a evolução corrente de modelos socioculturais, possibilita ao produto resultante ter uma linguagem e passar uma

mensagem que implique numa reinterpretação significativa de sentidos. Assim, o design dirigido pela inovação inicia pela compreensão de dinâmicas subentendidas nos modelos socioculturais que acabam por indicar novos sentidos radicais e linguagens que frequentemente implicam na transformação dos modelos socioculturais.

Para tanto, esta leitura do contexto sociocultural pressupõe uma avaliação apurada em relação ao ambiente externo, qual um enorme laboratório de pesquisas, em que designers, empresas, artistas e escolas fazem suas próprias investigações e intercâmbios. Podemos entender que estes intérpretes influenciam os significados, aspirações e desejos dos usuários através de suas interações com os modelos socioculturais. Este laboratório em rede é denominado de discurso do design.

Para melhor entendimento sugerimos a caracterização de Bense (in Niemeyer, 2016) das dimensões de um produto de acordo com a semiótica, as quais se apresentam da seguinte maneira: dimensão material (hílico), a dimensão técnica ou construtiva (sintaxe), a dimensão da forma (semântica) e de uso (pragmática). Quanto à dimensão material é importante salientar que por tratar-se das propriedades materiais do artefato, são consideradas de maneira breve e devem ser validadas somente quando conjugadas com as outras dimensões, pois a escolha dos materiais influencia as suas outras dimensões. Sobre a dimensão sintática podemos inferir tratar-se das características técnicas que dão a estrutura do artefato, aqui encontramos as questões relacionadas à produção que abrangem proposições de cor, textura, aberturas, orifícios que constituem o produto em si. Já na função pragmática percebemos o objeto pelo viés de seu uso, utilidade, quem o utiliza e como é manuseado, são aqui observados os aspectos de ergonomia e sociologia. No que se refere à função semântica e eis uma propriedade basilar no design autoral, pois indica os enfoques que podemos delinear como as representações e as características expressivas deste produto

Fig. 4: As dimensões do produto pela semiótica



Fonte: NIEMEYER, 2016, p. 20.

Sobre a projeção de design e sua aplicação semiótica, Niemeyer (2016) afirma que:

A ocorrência de produto é resultante e expressão de um cenário político, econômico, social e cultural, dentro das dimensões histórica e geográfica. Ao se realizar no mundo, o produto está sujeito a interferências várias, determinadas pelas contingências do sistema em que participa. (Niemeyer, p. 27, 2016)

Segundo esta autora durante a interação do produto com o indivíduo, são gerados filtros que se tornam agentes neste processo. A leitura de um artefato será dependente do julgamento a que for submetido conforme a acuidade perceptiva do receptor, seus acervos culturais e motivações emocionais. De acordo com a estrutura mental do usuário há a possível reação ou resposta deste em relação a um produto.

O design dirigido pela inovação, sugerido por Verganti (2008), é a inovação radical de significação de produtos e linguagens. Não é gerado pelas demandas dos usuários ou suas observações, aliás os usuários pouco auxiliam em entender mudanças radicais possíveis nas significações dos produtos, visto que estão imersos num contexto sociocultural que os conduz a interpretações que estão alinhadas com o que ocorre em seu cotidiano. O artefato se apresenta como uma entidade complexa em contínua evolução quando relacionado com a riqueza interpretativa e a

possibilidade de descobrir novas identidades, apenas pela mudança do ponto de observação.

Em conformidade com esta aceção, Meroni (2008) afirma que, basicamente, o design estratégico confere a grupos sociais e mercadológicos um sistema de regras, crenças, valores e ferramentas para lidar com o ambiente externo, para que encontrem as capacidades de envolvimento e possam manter e desenvolver suas próprias identidades, por conseguinte.

Aqui supomos encontrar sincronicidades entre os intuitos do design estratégico e o design autoral, dado que Almeida assinala em seu trabalho um elo condutivo de reconexão cultural, de apropriação de identidades locais e globais, porque como intérprete ele transpõe as diferentes influências culturais e étnicas que formam o tecido social brasileiro.

Digamos que a autoria por proporcionar uma maior liberdade como ponte criativa, numa abolição de experimentações e possibilidades projetuais, acaba por se tornar uma geradora de novos parâmetros e tendências no design de produtos. Há um cruzamento de linguagens, como referem os Campana (2009), como arte, artesanato, arquitetura, comunicação e diferentes abordagens estéticas, em que o criador não deve impor-se autolimites e não deve ter preconceitos, pois a curiosidade e a paixão por desafios é fundamental ao rompimento de padrões e conceitos estanques.

Os próprios irmãos designers apontam a colaboratividade como uma característica própria desta forma de fazer design, por principalmente compararem com os princípios do design italiano, em que é aparente uma cadeia de profissionais de diferentes capacidades técnicas, desde o dono da empresa que produz artefatos até a gráfica em que cada um executa sua tarefa com propriedades singulares aos seus afazeres e habilidades.

Há uma aproximação com o design estratégico como averiguamos na seguinte afirmação de Franzato:

“Dimensão processual, processo criativo e intenção transformadora são termos definidores também das atividades do design. Nessa perspectiva, o design estratégico é uma abordagem que dá um passo na direção do estudo das estratégias elaboradas pelo design para orientar a ação projetual e, sobretudo, a ação organizacional, em direção à inovação e à sustentabilidade. Essas estratégias envolvem a totalidade de seu

ecossistema de atuação, e de sua relação com os outros ecossistemas, as quais estimularão as ações projetuais.” (FRANZATO et al, 2015)

Supomos aqui que o percurso projetual do design autoral seja muito mais vinculado a uma rede de valor, em que se faz imprescindível a construção de uma plataforma de integração de um tecido coletivo, em que seja pelos referenciais criativos, pelo olhar de esmero (interpretação), pela troca, pela estratégia de comunicar algo a alguém, o designer autoral possa ser nesta perspectiva muito mais um catalisador cultural e um transformador do que qualquer outra coisa. Supomos que talvez a construção das associações de isolamento e o indicativo elitista vinculados ao design autoral ocorram pela proximidade da autoria com arte, conforme esta assimilação a autoria aparenta ser muito mais correlata ao campo artístico do que com o design, em nossa opinião um engano, visto que, a autoria em design segue os preceitos e se baseia nos modelos processuais do design, pois serve-se deste e por este se efetiva. Assemelha-se a um trabalho de arte, é claro, mas com as fronteiras entre os dois campos bem delimitados, pode-se ensejar que seja um design mais livre das regras formais da engenharia e da ciência, sendo um escopo do design que se permite a experimentação.

Porquanto o design seja um campo híbrido e habite em dois polos antagônicos, a arte e a ciência nas suas origens, vide suas raízes arquitetônicas, permeia ambos os meios para se qualificar e ratificar.

Foto 1: Cadeira vermelha, Campana – Edra (1998)



Fonte: [www.stageonews.com](http://www.stageonews.com)

Esta intertextualidade é natural no design e ainda mais aparente no design autoral, os Campana (2009) declaram que quando iniciaram projetos arquitetônicos houve o aprimoramento mental, da potencialização imaginativa. Outra importante característica de um designer autoral é transitar em diferentes campos, arriscar-se a aprender novas habilidades e ter o olho apurado para perceber os locais e as culturas diversas, que inclusive salientam ao referir às observações que adquirem nas viagens constantes que utilizam como auxiliares para encontrar soluções projetuais ainda mais ágeis.

Se a projeção formal e técnica é um precedente típico do design de produtos e serviços, encontramos nos irmãos Campana a informação de que não executam desenhos técnicos para a elaboração de suas peças. De acordo com Humberto, seus projetos antes de serem prototipados em escala real são anotados em cadernos ou até mesmo em guardanapos de restaurante, assim como as ideias podem tomar forma simplesmente pelas mãos durante o fazer. Um exemplo eloquente quanto ao processo criativo que prescindem de regras formais e técnicas rígidas se dá pela cultuada cadeira vermelha, um marco na história do design autoral brasileiro. A empresa Edra, que produziu o projeto, solicitou um memorial descritivo da peça e o projeto executivo. A dupla não detinha tais documentos e solucionou a questão por meio de um vídeo explicativo da montagem da cadeira, no qual combinaram as imagens com a trilha

sonora do grupo musical pernambucano Chico Science baseado na fusão do rock com o maracatu. O resultado foi surpreendente por parte da empresa que cogitou vender o vídeo com um *kit* contendo a estrutura metálica e a corda juntamente com um tutorial para o público poder montar a cadeira em seu lar. (Foto 1)

#### 2.1.4 O metaprojeto

Adentrar no campo do design estratégico é insinuar dinâmicas metaprojetuais, e como buscamos neste estudo elencar pontos de intersecção com os processos autorais, percebemos características metaprojetuais nos processos criativos deste modo de fazer design.

O design é um catalisador de influências sociais, artísticas, econômicas, científicas e culturais, e nesta complexidade, é primordial a habilidade do designer em gerir por meio da cultura projetual o conceito deste mundo fluido e complexo, assim acreditamos ser o metaprojeto uma possibilidade de atuação entre a complexidade com um olhar “aberto e dinâmico”.

Para De Moraes (2010) o metaprojeto vai além do projeto, por extrapolar o ato projetual, por tratar-se de uma reflexão crítica e reflexiva preliminar sobre o próprio projeto.

Pode ser explicado como um estado de “movimento brechado”, em que as linhas são interpretadas como pontos em movimento, diferenciando-se do design que se interessa mais pela estática (VAN ONCK *in* DE MORAES, 2010). A instauração do metaprojeto se dá pela necessidade de um *pack of tools*, uma “plataforma de conhecimentos” que possa sustentar e orientar a atividade projetual dentro de um cenário fluido e dinâmico, como uma verdadeira resposta à complexa atualidade por parte dos designers (DE MORAES, 2010).

Estamos na área da dubiedade, da complexidade e encontrar subterfúgios para lidar com este entendimento é o que propõe Vassão (2010) numa abordagem de abertura, acessibilidade e interatividade a todos, na qual o processo criativo, por ser complexo, impele que o designer projete, crie e implemente um novo produto ou serviço através de um esforço colaborativo baseado em objetos não formais, mal formalizados ou paraformais, por meio de um recorte de uma circunstância.

Se observarmos que o design autoral se utiliza de um modelo metaprojetual

“inconsciente” nos seus processos criativos, localizamos similaridades com este escopo teórico que se estabelece através da formatação e prospecção teórica que precede a fase do projeto. Para ser um autor é intrínseca a existência de um intérprete, um necessita e mantém o outro. As diferenças com um designer de produtos e serviços são tênues em razão de que um designer como indica De Moraes (2010) prepara um ou mais cenários por intermédio de novas orientações conceituais (*concept*), que irão gerar um novo produto ou serviço, ou à efetuação de análises corretivas (diagnose) em produtos e/ou serviços já existentes. A maior diferença, portanto, neste modelo, é que o design de autor transparece uma capacidade de visão do designer com ainda mais acuracidade, porquanto há uma abertura mais evidente para a experimentação, de modo a tangibilizar tendências, anseios e informações que se encontram latentes, porém não totalmente na superfície da sociedade. Podemos afirmar que questões funcionais, formais e mestiças tornam-se o princípio e não o fim do projeto. Os designers atualmente, e neste caso englobamos os de produtos e serviços, já não seguem uma diretriz linear de problema e solução como processo metodológico todavia atuam na concepção de cenários, nesse sentido, a ação de conhecimento e de análise prévia da realidade existente (cenário atual) ou prospectada (cenário futuro) fazem plenamente parte do processo de design: o profissional deve ser capaz de traçar os limites, analisar e, sobretudo, realizar uma síntese compreensível de cada etapa já superada. De acordo com De Moraes:

Pelo seu caráter abrangente e holístico, o metaprojeto explora toda a potencialidade do design, mas não produz output como modelo projetual único e soluções técnicas pré-estabelecidas, mas um articulado e complexo sistema de conhecimentos prévios que serve de guia durante o processo projetual. Nessa perspectiva, o metaprojeto pode ser considerado, como diriam os colegas italianos, como o “projeto do projeto”, o que, oportunamente, podemos ampliar para “o design do design”. Dessa maneira, o design vem aqui entendido, em sentido amplo, como disciplina projetual dos produtos industriais e serviços, bem como um agente transformador nos âmbitos tecnológico, social e humano. (De Moraes, 2010, p.66)

Para fundamentar ainda mais este assunto, que não se encerra, mas se mantém em movimento constante, deduzirmos que a noção adequada sobre a complexidade em que vivemos e habitamos fica muito clara na seguinte declaração de teóricos sobre o design estratégico:

...também se caracteriza pela interrelação recorrente entre a abundância das informações hoje facilmente disponíveis e desconectadas. Para melhor entendimento sobre o fenômeno de complexidade e a sua influência no design, é preciso, primeiro, entender a realidade do cenário (ou cenários) que hoje se posiciona] (m) como vetor(es) mutante(s) no modelo de globalização estabelecido. O cenário se caracteriza como o panorama e a paisagem em que se vive (o cenário existente) ou o em que se viverá (cenário futuro); é ele que determina as diretrizes para as novas realidades vindouras e as alternativas da nossa cena cotidiana (produtiva e mercadológica). Define, assim, os papéis das pessoas como agentes e atores sociais (Finizio, 2002; Manzini e Jégou in De Moraes, 2010)

Para melhor compreensão sobre a transposição de papéis de passivos receptores de informações e parâmetros lineares dentro do modernismo para agentes e participantes e ativos de seu meio ambiente e sociedade, com possibilidades e orientações diversas é preciso quebrar os conceitos de estabilidade, segurança, consistência e família como centro nuclear e basilar de toda uma estrutura de pensamento ocidental.

Deste modo pela ótica moderna bastava cumprir os certames impostos como mapas de vida, de acordo com um projeto linear e racional, haveria a garantia de segurança rumo à felicidade. É interessante notar que o conceito de segurança profetizado no modelo moderno referia-se, de forma acentuada, à estabilidade no emprego junto ao conceito de um núcleo familiar consistente. Tudo apontava que esse teorema, uma vez resolvido, teria na garantia do emprego, somada à coesão familiar, a chave de sucesso do projeto moderno. Os parâmetros de vida eram fechados e rígidos, centrados em núcleos estruturais de relações. Paralelamente existia o incentivo ao consumo dos bens materiais disponibilizados pela crescente indústria moderna mediante o seu avanço tecnológico e a sua expansão produtiva pelo mundo.

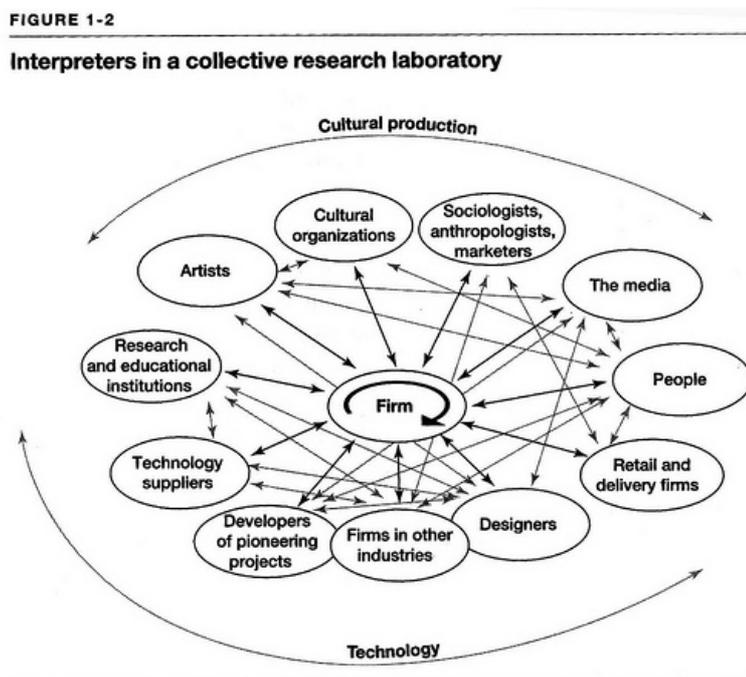
Para Branzi (2006, p. 106 in De Moraes, 2010), “o mundo material que nos circunda é muito diferente daquele que o Movimento moderno tinha imaginado; no lugar da ordem industrial e racional as metrópoles atuais apresentam um cenário altamente complexo e diversificado”

A passagem de uma construção intelectual para outra auxiliou para a implementação de possíveis processos criativos em colaboratividade no design. Pois se o núcleo individual pela complexidade que o próprio incentivo consumista provocou, ao gerar a diversidade de produtos e serviços destinados a cada vez mais segmentos sociais e culturais, houve ao mesmo tempo a fragmentação do pensamento unicista para .pensamentos setorizados, mas interessante notar que ao

passo que provocou a quebra das fronteiras do privado, numa alegoria à globalização, instituiu uma busca pelo grupal, pela associação, sem nunca esquecer da busca pela individualidade, a autoria esquecida pela complexidade.

O mundo complexo tornou crucial um trabalho em rede por atores diversos, assim encontramos em Verganti, (2008) uma verificação de que o metaprojeto é a força motriz de uma intrincada rede de intérpretes-chave que realizam uma apurada leitura dos desejos e necessidades latentes em um determinado grupo social para servirem de base a projetos de produtos e serviços que comuniquem novos sentidos e ressignificações provocando uma modificação e impacto nestes mercados, como indicado no diagrama abaixo, que demonstra a influência dos intérpretes-chave na inovação radical (figura 2).

Fig 5: A influência dos intérpretes-chave na inovação radical



Fonte: VERGANTI, 2008, p. 20.

Esta intrincada e interativa rede é essencial para o processo metaprojetual, como afirma Franzato:

Desta forma, os designers interpretam os especialistas, o seu trabalho e os seus resultados, como recursos disponíveis ao processo de inovação dirigida pelo design. Desde o começo do processo, o objetivo tácito dos designers é

aproveitar projetualmente a atividade dos especialistas, procurando direcionar as suas pesquisas para que não resultem em meros outputs finais das atividades deles, mas que possam se transformar em outputs intermediários do inteiro processo, aptos a tornarem inputs das seguintes (FRANZATO, 2011, p. 57).

Este processo é um campo holístico, que abrange o todo, o potencial máximo do design. Rompe com as formas e soluções pré-determinadas, para abrir novas possibilidades projetuais que transpareçam a complexidade e os conhecimentos prévios norteadores do projeto. Nessa perspectiva, o metaprojeto pode ser considerado, como o “projeto do projeto”, o que, oportunamente, podemos ampliar para “o design do design” (DE MORAES, 2010).

Como o design autoral caracteriza-se muito pelas práticas simbólicas, pois tem em si o questionamento e a abertura projetual para provocar mudanças e também reafirmar perspectivas projetuais e tendências, há uma forte necessidade de construção em redes de valor. As características metaprojetuais se destacam como um modelo de auxílio ao projeto também no âmbito dos conteúdos imateriais, tornando-se mediadoras na definição do significado do produto (conceito) e da sua significância (valor) como um meio de compreensão de realidades e contextos.

As mercadorias contemporâneas possuem usualmente uma forma “não-acidental” e a obtenção da forma adequada é fruto de um complexo processo coletivo e articulado de ações, similar àquela que a literatura econômica chama “cadeia de valor”, por isso a intensidade e a qualidade do valor são os elementos que melhor caracterizam esse processo.

A cadeia de valor é uma ação multidisciplinar que necessita de muitas contribuições de operadores pertencentes a disciplinas diversas e, usualmente, concorrentes profissionalmente entre si. Neste contexto desejamos focar a nossa atenção sobre a contribuição que a cultura de projeto (frequentemente representada apenas pelo termo “design”) propõe condições para oferecer a esta cadeia de valor, seja em termos de contribuição local e pontual dentro de processos governados por outros conhecimentos, seja em termos de comando do processo.

De acordo com Mauri (1996, p. 13 in De Moraes, 2010), “o marketing, a cultura empresarial, a indústria e o design ficam mobilizados na discussão, na busca de chaves interpretativas e nas proposições de modalidades resolutivas, para confrontar

com as problemáticas de mercados que se demonstram complexos, como a globalização”.

Mas é Canneri (in Mauri, 1996, p. 69) quem demonstra, de forma mais precisa, as nuances deste cenário fluido, dinâmico e cada vez mais complexo, ao expor que em um contexto turbulento e em rápida transformação, são premiadas aquelas empresas que são capazes de antecipar as necessidades que os consumidores ainda não se deram conta, e nem têm consciência”. O fato de desejarmos algo pode hoje estar relacionado à somatória das informações obtidas no cotidiano, muitas vezes de forma inconsciente e ainda não explícita em forma de bem material. Dessa maneira, disciplinas como o design, pelo seu caráter holístico, transversal e dinâmico, se posicionam como alternativa possível na aproximação de uma correta decodificação dessa realidade contemporânea. O design, portanto, se apresenta como uma disciplina transversal, ao aceitar e propor interações multidisciplinares.

#### 2.1.5 O design autoral

O que é autoria? É fundamental para responder tal questão investigar os atributos e qualidades da figura o autor, pois esta é uma indagação controversa e cheia de deslindes. As diferentes teorias sobre a autoria podem servir para legitimar atividades marginalizadas no design, assim como aspirações autorais podem de alguma maneira reforçar noções conservadoras da produção em design.

Mencionar a autoria, é indicar que o princípio do autor limita esta contingência com o jogo de uma identidade que tem a forma da individualidade e do eu. Foucault afirma que:

O que escreve e o que não escreve, o que desenha, mesmo a título de rascunho provisório, como esboço da obra, aquilo que ele deixa e que cai como as palavras do dia-a-dia, todo esse jogo de diferenças é prescrito pela função autor, tal como ele a recebe da sua época, ou tal como, por sua vez, a modifica. Pois ele pode muito bem perturbar a imagem tradicional que se tem do autor; é a partir de uma nova posição do autor que ele recortará, em tudo aquilo que ele teria podido dizer, em tudo aquilo que ele diz todos os dias, a todo o instante, o perfil ainda oscilante da sua obra (FOUCAULT, 1971, p.08).

Para defrontar este argumento, Benjamin (1955), em sua análise sobre autoria postula que vem a ser um questionamento da propriedade e da apropriação de uma

obra. A autenticidade de uma coisa é a soma de tudo o que desde a origem nela é transmissível, desde a sua duração material ao seu testemunho histórico.

Na busca por definições procuramos cotejar diferentes perspectivas teóricas para formar um *patchwork* conceitual no que se refere à autoria no design.

Constatamos que o aspecto do design que mais se aproxima destas conceituações se dá pelo design gráfico no ensaio de Rock (1996) o qual baseia-se na construção da figura do autor para indicar algumas características que iremos aproximar do construto teórico. Para ele o termo por si só indica a pessoa que origina ou dá existência a qualquer coisa. Assim como há as menções ao autoritarismo relacionadas ao patriarcado, como o “pai de toda a vida”. O construtor, inventor ou pioneiro de algo que pode se enquadrar nesta acepção. Este mesmo ensaísta refere a obra de Foucault (1969) e sua resposta a Barthes como um contraponto necessário a encontrarmos uma trilha na direção de um conceito mais apropriado. Barthes relaciona a premissa de que para nascer um leitor é preciso ocorrer a morte do autor, pois está implícito este fim para uma relação saudável entre emissor e receptor de uma mensagem. Por outro lado, Foucault evoca que a autoria era desaparecida nos antigos textos sacros, onde uma voz era suprimida, para que a voz de uma autoridade eloquente surgisse. Para este teórico o texto passou a ser uma espécie de propriedade privada. Esta confinidade com a literatura explicita a diferenciação entre quem escreve e empresta um pouco de seu caráter dos textos científicos. Um cientista alega ser o primeiro a encontrar um novo paradigma, mas nunca reclama a autoria. O foco muda pela intenção do autor para os processos internos da escrita, onde não importa o que significa, mas como significa.

Ainda Rock aproxima a autoria da concepção da direção cinematográfica, em que Sarris (in Rock, 1996) afirma que um diretor de destaque deveria ter uma assinatura estilística, ser um expert em técnicas, saber escolher os projetos e dar um tratamento cinematográfico para demonstrar consistência de visão e assim indicar um sentido intrínseco e único ao trabalho.

Até este ponto parece que encontramos desde já uma referência à fusão, pois percebemos que para se construir um autor é preciso misturar elementos da comunicação, estética e arte, o nosso almejado *patchwork* conceitual.

Nesta trilha de incertezas e antagonismos conceituais, encontramos a indicação de que para construir algo novo a priori é preciso destruir definições

ultrapassadas. Jameson (1993) indica a morte não só do autor, mas principalmente do individualismo na pós-modernidade. Se no modernismo havia uma reiteração dos estilos singulares e privados, qual as impressões digitais. O modernismo estava vinculado ao “eu” e à personalidade inconfundível de um artista. Esta estética talvez seja o difusor da ideia de isolamento e individualidade do autor no design, porquanto percebe-se que na contemporaneidade este conceito não condiz com a realidade. Este mesmo autor postula que o sujeito individual seja coisa do passado e esteja anexado a um ideário burguês, numa alusão pós-estruturalista, em que o sujeito individual é um mito, não há a ocorrência de autonomia, ao contrário, este constructo se deu pela mistificação da filosofia e da cultura que idealizaram convencer as pessoas de que estas detinham sujeitos individuais. Segundo esta enunciação os artistas, designers e escritores já não podem mais criar nada de novo, como também estilos inéditos, de modo que já foram todos realizados, nos resta somente a imitação.

Para seguirmos adiante nas sendas em busca de definições e características de um autor, é substancial verificar um movimento artístico que rompeu com as regras da arte e apresenta muitas similaridades com o processo de criação autoral, a arte dadaísta de Marcel Duchamp. O dadaísmo declarava a destituição de valores e contestava todos os princípios culturais, até mesmo da própria arte. Cardoso (2008) corrobora que Duchamp na dissociação do artista de sua obra, deslocou a ideia deste como um sujeito apto a conferir o status de obra de arte, de acordo com uma interpretação individual. Com este deslocamento ele vinculou o foco da obra para o artista, colocando em pauta a discussão sobre o tema da autoria e da construção do conceito de arte.

Duchamp desenvolveu várias obras traçando o estilo *ready made*, que consistia na escolha de um objeto comum ou sem valor, para que fosse utilizado em um novo contexto, conferindo-lhe o status de obra de arte. Seu primeiro *ready made*, intitulado “A Fonte” - 1917, consistia em um urinol apresentado invertido e com a inscrição *Mutt* (foto 2).

Foto 2: A Fonte - Marcel Duchamp (1917)



Fonte: <http://www.marceduchamp.com>

O artista deste modo realizou uma crítica radical ao sistema da arte, na qual eram contestados os critérios usados na classificação e valorização desta, assim como os espaços destinados às exposições de obras, como os museus e galerias. Os artistas dadaístas usavam materiais e técnicas industriais, empregados de um modo não habitual e renunciavam às técnicas artísticas de representação tradicionais.

A abertura para formas de expressão múltiplas e uma nova valorização de linguagens e mídias antes menosprezadas, como o desenho, a gravura e a fotografia, assim como a produção de artefatos utilitários e industriais, foram primordiais para uma nova aceção artística que influenciaria o fazer design (CRESTO, L., QUELUZ, M. 2009).

Podemos detectar que há uma mudança de paradigma projetual que recebeu fortes influências dadaístas, entre os protagonistas do design italiano que atuaram como precursores do design autoral, conforme De Moraes (2005), foi durante os anos cinquenta e sessenta, por não se enquadrarem de forma “canônica” no padrão moderno da cultura material do design, que se faz aparente uma nova forma de fazer design. Achille Castiglioni, denominado designer dadaísta, justamente pelo fato de ainda nos anos cinquenta ter inserido, na época de fortes referências de ideais modernistas, alguns elementos e materiais não convencionais dentro da produção industrial de então. O seu design se apresentava muito distante das regras projetuais

do modelo moderno. Tais produtos se destacaram pelo uso e aplicação de componentes e materiais, reconhecidamente, inusitados, como farol de automóvel, fibra sintética, assento de bicicleta e trator. Estes elementos conferiram por fim, um diferencial e uma poética própria aos objetos destinados à produção seriada (Foto 03).

Foto 3: Cadeira Mezzadro - Achille Castiglioni (1960)



Fonte: <http://disegnoamilanesa.blogspot.com.br>

Outro exemplo se dá pelos irmãos Castiglioni, pelo uso simultâneo de técnicas industriais e artesanais, que faziam parte da cultura material dos objetos, pela fusão de elementos pela qual produziam novas combinações que se encaixavam na produção em série, como De Moraes (2005) corrobora ser uma espécie de montagem dadaísta, de poética do *ready made*.

Seria impossível referir o design autoral e não traçar um paralelo com o Fenômeno *Memphis*, que nos anos sessenta e setenta promoveu uma grande transformação na maneira de fazer e pensar o design contemporâneo. Tendo por líder Ettore Sottsass influenciou tanto o âmbito do universo produtivo industrial, seja na esfera da linguagem de toda uma geração de jovens projetistas, como é possível identificar na seguinte declaração do próprio Sottsass:

Pensamos que já era tempo de discutirmos a relação entre a cultura industrial e o destino do design e nos pareceu útil experimentar o que teria acontecido com design, se tomássemos de qualquer modo uma certa distância da

supostamente inevitável com dição de ser ele uma cultura industrial (SOTTASS, E.1985 in DE MORAES, D. 2005 p. 159)

O destino do design é aquele de juntar, dentro de si mesmo, as transformações de finalidades e estruturas da dialética das forças sociais que estão tumultuosamente operando em meio aos grandes problemas da evolução da sociedade. Este é o tema, inventar os instrumentos justos para os homens que vivem hoje em outra realidade, objetos não somente adequados, necessários, austeros e autoritários, mas também e porque não objetos fantasiosos, alegres, criativos, interativos, divertidos para aqueles que vendem, os dão de presente e os consomem.

Os designers italianos foram os primeiros a colocar com mais clareza já na segunda metade dos anos setenta, a questão da renovação global da linguagem formal dos objetos. Através dos laboratórios autônomos e experimentais de *Alchymia* e *Memphis* (que operavam em uma mesma linha de pesquisa no design italiano) surge uma primeira amostra dos novos signos excêntricos em relação à maestria clássica, o que foi então chamado de novo design italiano.

Assim nos objetos de *Memphis*, era evidenciada a ideia de recuperação dos signos, formas e cores do cotidiano mais banal: das chapas de aço dos pisos de ônibus, dos laminados plásticos aplicados às cadeiras de bar, tornados, porém, nobres ao serem elevados à condição de produtos de elite. A ideia era claramente associar o design *Memphis* a uma experiência multicultural, fosse ela referente ao universo dos ricos ou não, que consistia no encontro, em qualquer ângulo do planeta.

No Brasil uma pluralidade pode ser observada na declaração dos irmãos Campana (2009), em que afirmam que o povo brasileiro tira um elenco de ideias e de formas da pobreza, com restos de vários materiais para por meio de uma *assemblage* construir a sua casa. Estes designers de autor, assim como Almeida, trabalham com linguagens e signos que se aproximam do *ready made*, os quais se utilizam de experimentações e banalidades para a produção de suas criações que valorizam materiais simples e aspectos da cultura brasileira. (Foto 4)

Foto 4: Anticorpos – Fernando e Humberto Campana (2009)



Fonte: <http://blogneobambu.com>

A utilização de artesanato como aliado do design autoral é consolidada como uma ferramenta da identidade cultural, pois é o estabelecimento de uma postura no design, sem a dependência industrial para a manufatura de artefatos, que ofereçam uma contribuição ao exercício da criatividade individual (foto 4).

Sinalizamos aqui uma importante acepção, o design autoral brasileiro está intimamente vinculado à artesanaria, e talvez este seja um modo de resgate da cisão profunda entre a identidade cultural mestiça, um pilar estrutural da autonomia e reconhecimento cultural, que o design formal renunciou. Trilhamos um caminho oposto às origens do design, posto que se na Europa o desenho industrial partiu de fontes artesanais para que fossem gerados projetos para o consumo em massa, no Brasil pela oficialização do design pela fundação da ESDI<sup>1</sup> (1964), foi moldado um design asséptico conectado à Bauhaus e à Escola de Ulm, no modo de fazer calcado na projeção focada na função e na ergonomia, com pouco ou nenhum sentido local, porém com os holofotes voltados para as expressões manufaturadas do “primeiro mundo”. Vale ressaltar aqui uma postura de rejeição do brasileiro pelo Brasil, e parece-

---

<sup>1</sup> A Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) é uma unidade de ensino da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, do fundada em 1962, como entidade autônoma.

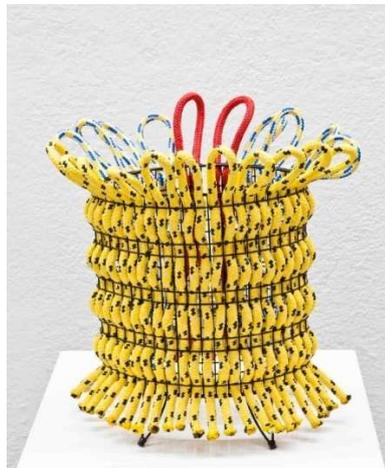
nos que o campo do design absorveu muito destas influências colonialistas, do olhar voltado ao norte. Pela validação de processos criativos dirigidos ao aval estrangeiro. Um bom exemplo desta apreensão se deu pela ótica da italiana Lina Bo Bardi, uma das grandes referências de Rodrigo Almeida, que ratificou a riqueza do artesanato e cultura brasileiros. Rosseti (2003) postula que Lina, por meio de seus trabalhos, parece impor questionamentos sobre o que seria a cultura popular e como esta poderia ser utilizada. A produção artesanal nordestina é a ponte de ligação para a abordagem que ela dá a cultura popular, associada com o debate intelectual sobre a função política do povo. Mais fundamental do que teorizar sobre a cultura popular, é a ação sobre esta cultura a fim de conquistar mudanças sociais significativas e coletivas para o país.

O artesanato seria uma manifestação autenticamente popular, mais do que o folclore, que estaria vinculado a condições específicas para ser produzido. A artista reconheceu a abundância cultural popular do Brasil, mas detectou ao mesmo tempo que o artesanato brasileiro era rudimentar e escasso. Bo Bardi (2003) declarava que o Brasil era mais africano do que europeu e o país onde a seiva da cultura popular não havia se esterilizado no pós-guerra. E consideramos neste ponto, um questionamento pertinente, seria o design autoral uma maneira de provocar a junção do artesanato e do design, numa fusão imprescindível e basilar ao resgate cultural e ocupação do designer por seu *ethos*<sup>2</sup> e território? (Foto 5)

---

<sup>2</sup> **Ethos** é uma palavra com origem grega, que significa "caráter moral". É usada para descrever o conjunto de hábitos ou crenças que definem uma comunidade ou nação. No âmbito da sociologia e antropologia, o **ethos** são os costumes e os traços comportamentais que distinguem um povo.

Foto 5: Cocar Lamp – Rodrigo Almeida (2011)



Fonte: <http://www.studiorodrigoalmeida.com>

### 2.1.6 Cultura de projeto

Ao adentrarmos na alçada da cultura de projeto para discorrermos sobre os estudos que indicam aplicações, técnicas e métodos projetuais que ocorrem durante um processo de geração de ideias e desenvolvimento de peças de design, acabamos inevitavelmente por prescrutar o território da criatividade.

Ostrower (1976) postula que criar é basicamente formar. De ir ao encontro do novo e este desencadeia coerências na mente humana. Esta mesma autora indica que o homem é um ser “fazedor” capaz de estabelecer relacionamentos entre os múltiplos eventos que ocorrem ao redor e dentro dele. A partir desta relação com os fatos a mente configura uma experiência e a ressignifica, na produção de novos sentidos.

Ao tratarmos de processos de criação de designers autorais, é mais do que imprescindível pesquisar o inaudito e por este viés encontramos em Schön (2000) as bases para traçar as linhas diretivas de uma observação aplicada à ação projetual.

Este autor a partir das bases teóricas da reflexão-na-ação aponta aspectos que nos servem de diretrizes investigativas, ao afirmar que em zonas indeterminadas da prática, a incerteza, a singularidade e os conflitos de valores, escapam aos cânones da racionalidade técnica.

Quando uma situação problemática é incerta, a solução técnica de problemas depende da construção anterior de um problema bem delineado, o que não é em si

uma tarefa técnica. No momento em que um profissional reconhece que não pode lidar com ela apenas aplicando técnicas derivadas de sua bagagem de conhecimento profissional. E, em situações de conflito de valores, não há fins claros que sejam consistentes em si e que possam guiar a seleção técnica dos meios. Este mesmo autor afirma que o talento artístico possa ser uma variante poderosa e abrangente do tipo mais familiar de competência que todos nós exibimos no dia-a-dia em um cem número de atos de reconhecimento, julgamento e performance habilidosa, uma definição que incide à percepção de Ostrower a qual afirma que todos os seres são criativos, na medida em que alguns desenvolvem estas habilidades e outros as inibem por questões sociais e educacionais.

Qualquer que seja a linguagem que venhamos a empregar, nossas descrições do ato de conhecer-na-ação são sempre construções. São sucessivamente tentativas de colocar de forma explícita e simbólica um tipo de inteligência.

Em um presente-na-ação, um período de tempo variável com o contexto durante o qual ainda se pode interferir na situação em desenvolvimento, nosso pensar serve para dar nova forma ao que estamos fazendo, enquanto ainda o fazemos.

Segundo Schön (2000) quando os os bons músicos de *jazz* improvisam juntos, eles demonstram de forma semelhante uma reflexão-na-ação fluente, integrada à execução em andamento. Escutando um ao outro, e escutando a eles próprios, sentem aonde a música está indo e ajustam seu desempenho de acordo com isso. Uma figura anunciada por um músico será assumida por outro, elaborada e transformada em uma nova melodia. Cada músico faz invenções sequenciais e responde a surpresas desencadeadas pelas invenções dos outros, mas o processo coletivo da invenção musical é organizado em torno de uma estrutura básica.

Para este autor, a improvisação consiste em variar, combinar e recombinar um conjunto de figuras, dentro de um esquema que dá coerência ao todo da peça. À medida que os músicos sentem as direções nas quais a música está desenvolvendo-se, eles produzem novas compreensões dela. Refletem-na-ação sobre a música que estão produzindo coletivamente.

O processo de conhecer-na-ação de um profissional tem suas raízes no contexto social e institucionalmente estruturado do qual compartilha com uma comunidade de profissionais.

Sobre o papel do designer e sua processualidade de criação, Findeli (2001) baseou-se na declaração de Moholy-Nagy em sua afirmativa sobre o processo e o projeto de design, para o qual em nossa era seria essencial ter a habilidade de enxergar tudo em relação. Enquanto o objeto tem uma presença material, as relações são em essência invisíveis.

Ainda Findeli (2001) relaciona a inteligência visual, quem vem a ser uma aptidão de enxergar além da cultura material, uma percepção das relações por trás desta, a visão do ser humano cercado por um cosmos complexo e multidimensional.

A antropologia subliminarmente aparece na ergonomia e nas áreas da psicologia e sociologia. Ao mesmo tempo que o designer é mais do que um computador racional fabricado pela psicologia cognitiva e produzido pela educação de design. Findeli (2001) sugere que a antropologia contemporânea deve levar em conta a interação e as relações das várias camadas e subsistemas que constroem o mundo interior do pensamento e da emoção que compõem os seres humanos.

Assim como o mundo exterior é muito mais do que mesmo ambientalistas e *ecodesigners* chamam de meio ambiente, usualmente reduzidos para aspectos biofísicos. Estamos lidando com vários subsistemas, nos quais as funções e envolvimento dependem de lógicas diferentes: a técnica ou o mundo criado pelo humano, o mundo biofísico, o mundo social e o aspecto simbólico. Estes mundos interiores e exteriores interagem entre si, em consequência, antes de qualquer projeto ser idealizado em uma situação de complexidade.

Podemos caracterizar pelos teóricos envolvidos da tessitura destas abordagens que o design autoral requer do designer muito mais do que somente o domínio de técnicas e linguagens, mas sim um apurado olhar sistêmico diante do meio em que se insere, uma enorme bagagem cultural que irá proporcionar as intuições criativas e ideias, além da percepção temporal presente na ação do ato de criar sempre aberto a improvisações e a habilidade de envolver e inspirar outras mentes para que desenvolvam e respirem a criatividade por todos os poros, a fim de que além do ato criativo em si, desperte em cada indivíduo envolvido no grupo, uma reconexão

com esta capacidade de formar, gerar ideias como refere Ostrower (1976) no seu resgate da alma criativa, tão negada pelo cientificismo.

### 2.1.7 Os processos criativos no design

Segundo Munari (1990), o trabalho do designer só acontece por meio de uma cultura interdisciplinar formada de conhecimentos tecnológicos atuais. Mais ainda, o trabalho em grupo, característico da área do design, desenvolve um emprego e coordenação de um “conjunto interdisciplinar de competências, na base das quais, com uma síntese de tipo criativo, o designer desenvolve seu projeto” (MUNARI, 1990, p. 31).

Mas o que nos vem à cabeça quando referimos criatividade senão expressão e significação. Ostrower (1976) afirma que a expressão do pensamento se dá pela fala, mas que esta só se torna possível pelos símbolos e palavras que servem de mediadores entre o nosso consciente e o mundo. Pensamos através da fala silenciosa. Relacionando com o design de autor esta perspectiva é cheia de nuances que validam esta abordagem do design, visto que a autoria trabalha diretamente com a significação e valores, num diálogo de sinais e formas que comunicam e questionam.

É indispensável assinalar a interação entre o designer e o usuário e como se dá o constructo de efeitos de sentido. Niemeyer (2016) aborda esta relação pela forma em como se dá esta interação, o olhar das pessoas sobre a obra. A autora afirma que as cores, texturas, materiais e organização se estruturam como linguagem e comunicam como deve ser manuseado. Cabe ao designer avaliar por quais caminhos se dará o intercâmbio entre interpretador e artefato, pois a função deste é comunicar algo a alguém. Esta é a abordagem de efeitos de sentido que resulta do processo de comunicação, aquilo que se dá no encontro do interpretador com a mensagem. O conhecimento do interpretador, de seus valores e de sua cultura possibilita a adequada articulação dos signos para que os objetivos comunicacionais sejam atingidos.

O designer deve ser visto como um articulador do setor produtivo e de serviços com o usuário. É do designer que parte o elemento comunicacional. Porém ao tratarmos do design autoral encontramos possibilidades estilísticas como Niemeyer (1996) sugere com a sua “cara”.

Todavia esta “cara” se torna um dos questionamentos mais pertinentes às peças autorais e suas peculiaridades estilísticas que ocorrem pelo próprio cerne da

sociedade pós-moderna e um dos seus principais representantes, o consumismo, eis aqui um dos pontos que mais distanciam um acervo de autor do campo da arte.

Contudo para Dormer (1995) este é um aspecto intrínseco ao design é indissociável do conceito de propriedade individual que caracteriza o consumismo. Se a propriedade se tornou o valor e a sua própria finalidade, pela ótica consumista, é fundamental o manuseio, o toque e a contemplação das coisas, para este autor esta é uma característica do design de consumo e não da arte legítima. A cultura é o ponto de convergência entre arte e design, assim como a comunicação e a visualidade. A estética seria a condutora das atividades de intelecto destes dois campos que se conectam pela esfera criativa.

Dormer (1995) ainda adverte que a atual aproximação da “arte que está nos museus” e da “arte que está em casa” é uma estratégia mercadológica para democratizar a arte e instaurar a comercialização do design como design de luxo. Assim ficamos cada vez mais cientes de tratar-se o design de autor muito mais um elemento próprio do design, com suas propriedades e características do que com a arte. Claro, há uma abertura e liberdade para quebrar padrões e regras formais neste escopo, mas a sua função primeira é de questionar e transgredir o próprio consumismo a que está vinculado e que é seu destino final.

Para Redig (1992 *in* DE MORAES, 2005) a ligação do design com a dimensão artística se dá nas técnicas que utilizam formas, cores, materiais, imagens e mensagens, porém é preciso distinguir as duas áreas, pois a atividade projetual é a essência do design que visa a criação de produtos seriados.

Como estamos no terreno do design autoral, há distinções necessárias a serem observadas, visto que o serial deixa de ser o centro projetual para novas proposições que questionem os padrões.

Há, como afirma De Moraes (2005), no trabalho dos designers ingleses Anthony Dunne e Fiona Raby uma aplicação do design de produto como fonte de debate para discussões sobre as influências da tecnologia e do próprio design em nosso cotidiano. Os designers atuam pela construção de protótipos de produtos conceituais, os quais não são destinados à produção de larga escala. São direcionados às exposições em galerias de arte e museus pelos aspectos estéticos, com o propósito de destacar e instaurar debates sobre os temas ali indicados. (Foto 6)

Se design de autor pode ser um modo de questionamento é na aproximação com a arte que encontra suporte para sua instauração. Burdek (1994) refere que esta aproximação efetivamente ocorreu na década de oitenta pelo design de móveis e objetos para casa, para deste modo instaurar indagações pertinentes à criação artística e reflexões sobre o ato projetual e de produção. Contudo as questões se fundamentam muito mais na indagação sobre o próprio ato de consumir e se relacionar com os artefatos, afinal se o consumismo é um dos cernes da contemporaneidade, acaba por colocar em xeque a temporalidade a qual o situa.

Foto 6: Robbots installation, Anthony Dunne e Fiona Raby



Fonte: [www.dunneandraby.co.uk](http://www.dunneandraby.co.uk)

Quanto ao processo criativo autoral, os Campanas (2009) referênciam neste escopo do design indicam que não é preciso dominar todas as técnicas, seja no AutoCAD, desenho à mão livre, é muito mais indispensável a competência em saber interpretar abstratamente suas ideias, captar uma outra realidade que ainda não existe fisicamente e ser capaz de transmiti-la a quem vai concretizar este plano mental. Conforme estes criadores, é essencial respeitar a individualidade, a singularidade na forma de manifestar ideias que podem ocorrer em qualquer local e situação, não dependendo de locais e ambientes fechados e destinados à projeção. Para eles é primordial para o autor, mais do que seguir à risca técnicas e preceitos formais, encontrar uma forma de se comunicar que esteja de acordo com a sua personalidade,

algo que se harmonize com a sua alma, porque desta maneira há a fluidez necessária para a criação ocorrer.

Outrossim segundo estes mesmos autores, mais do que ser exímio no manuseio de materiais e na aptidão técnica é relevante para o designer saber estabelecer um trabalho em equipe, pois serão estes os parceiros da concretização de suas ideias e concepções, por isto sugerem que um designer autoral deva ter como premissa básica em seu portfólio uma equipe, preferencialmente de diferentes formações e *backgrounds* para realizar uma *assemblage* ou uma mestiçagem cultural e profissional.

É primordial para o designer de autor a compreensão de como delegar funções neste grupo diversificado, pois os irmãos referem tratar-se de uma alquimia que envolve elementos que se misturam pelas singulares experiências e naturalidades para compor a liga criativa em que cada um desempenha um papel qual os atores das redes de valor do design estratégico.

#### 2.1.8 Ecossistemas criativos

Há uma pretensa ideia sobre a singularidade que provém da associação com o conceito etimológico no qual indica tratar-se de um adjetivo individual, que pertence a um só, único, só uma pessoa.

Esta definição alude, mesmo que indiretamente à separatividade. Trata-se de uma premissa sem justificativa, pois não há o elaborar sozinho quando se cria e desenvolve projetos em design. Eis aqui uma indicação de que encontramos uma exacerbação a este entendimento quando o design de autor é compreendido pela vinculação com a arte, como um roteiro conceitual e decisivo ao isolamento autoral. Para melhor compreensão, podemos mencionar o processo criativo de um artista anticonvencional e solitário como Jackson Pollock, para situarmos um distanciamento ainda maior entre o fazer artístico e o autoral, embora ocorram controvérsias quanto ao fazer “apartado”, pois mesmo quando o público pouco importa à arte e ao artista ainda assim é necessário para sua legitimação. Pollock, expoente americano do expressionismo abstrato, utilizava a técnica “*drip painting*”, ou pintura com respingos. Técnica esta que se baseava em deitar a tela no chão e iniciar arremessos de tinta formando aleatoriamente telas inéditas e originais.

Assinalamos que o designer autoral utilize muito mais os recursos do design do que os artísticos os quais replica e busca inspiração, mas não se vincula apropriadamente, pois se formos analisar os processos criativos autorais iremos encontrar muito mais preocupações com os conceitos formais vinculados às técnicas e referenciais estéticos e culturais, nos quais podemos localizar a inerente relação com o artesanato, e como a partir destas surgem leituras bem localizadas do entorno sociocultural e questões bem pontuadas na temporalidade.

O designer deve como catalisador de influências de seu próprio meio ambiente ser o propulsor de inovações. Manzini (2008) sugere que o designer utilize a criatividade e as suas habilidades profissionais como meios de promoção para inovação social e tecnológica em prol de uma transição rumo à sustentabilidade. Esta mudança de paradigma é um processo de aprendizagem social bem abrangente, na qual estas maneiras de expressões criativas, de compartilhamento de conhecimento e de capacidade organizacional prescindem de flexibilidade e de abertura para que se concretizem e sejam bem-sucedidas.

Este mesmo autor propõe que este processo inicie localmente e o denomina de descontinuidades locais, série de iniciativas capazes de romper padrões consolidados e conduzir a novos modos de pensar e a novos aspectos comportamentais.

Outrossim seria possível verificar que o resgate da sustentabilidade como um agente de transformações nos parâmetros modernos para os pós-modernos efetivamente, quando no que concerne à utilização da reciclagem e de materiais menos danosos ao ecossistema, houve um questionamento do *modus operandi* de uma vida para consumo e individual para uma vida em grupo e mais consciente.

Seria um provável retorno ao natural, ao ambiente ecológico onde os microrganismos se auto gerenciam em ecossistemas, conforme a aceção que Machlis, Force e Burch (1997) propõem ao associar as redes humanas aos referenciais ecossistêmicos como apontado na declaração de Likens:

O desafio final para a Ecologia é integrar e sintetizar a informação ecológica disponível de todos os níveis de investigação em um entendimento que seja significativo e útil para os gestores e tomadores de decisão (LIKENS, G.E.; 1992 *in* MACHLIS, J., FORCE, E., BURCH, W., 1997, p.3).

Inicialmente é preciso traçar uma genealogia da ideia de um ecossistema humano, para se fazer possível uma aproximação com os determinantes específicos para cada participante do conjunto a fim do gerenciamento dos recursos disponíveis para as adequações necessárias e construtivas de organizações capazes de proporcionar um melhor aproveitamento de todos os elementos envolvidos e de suas aptidões.

De acordo com Golley (1993) entre os organismos há espécies chave que propiciam ambientes especiais para muitos outros grupos. Deste modo, podemos encontrar similaridades nos organismos sociais, nos quais podemos inferir que a complexidade que realmente sustenta um ecossistema é mais abrangente do que sugerem os sistemas em rede.

Meroni (2007) afirma que para lidar com a complexidade, o design estratégico, sob a ótica das transformações sociais, confere a grupos sociais um sistema de regras, crenças, valores e ferramentas para lidar com o ambiente externo, os quais possam tornar estes grupos capazes de envolver (e sobreviver satisfatoriamente), assim como manter e desenvolver as suas próprias identidades. Se os autores sugerem o retorno à natureza e a sua organização inerente para o gerenciamento de grupos humanos, percebemos que o modelo natural é mobilizado por construções em rede e sistemas que se autorregulam pela participação de todos os elementos. Assim podemos afirmar que precisamos nos tornar sustentáveis tanto socialmente, economicamente e culturalmente, no sentido de buscar manter a natureza atuando em todas as nossas relações.

Afinal se o termo sustentabilidade é cada vez mais utilizado como diretriz estratégica entre governos, empresas e organizações, se faz imprescindível no intuito de adequá-lo a um mundo em constante transformação, que procura condições mais favoráveis no campo socioeconômico e ambiental, posto que o progresso tecnológico esbarra em obstáculos para alcançar o nível social em uma escala global, o desenvolvimento local de comunidades que vem ganhando destaque, devido a sua capacidade de envolver pessoas em um objetivo comum (MANZINI, 2008). Sobre a coletividade, Meroni refere que “estratégias de relacionamento em rede tem a vantagem dual de serem capazes de produzir experiências positivas e significativas ao mesmo tempo para a comunidade e para o indivíduo” (MERONI, 2007, p. 10).

As formas de organização social que valorizam as iniciativas criativas, e que

destacam capacidades e conhecimentos intrínsecos às pessoas, encontram-se cada vez mais valorizadas, na busca por um desenvolvimento de vida sustentável. A promoção do desenvolvimento sustentável permite criar um ambiente no qual as pessoas possam desenvolver todo o seu potencial e também gerar produtos criativos para viverem de acordo com as suas necessidades e interesses (MANZINI, 2008).

Segundo Ferreti e Freire (2013), um dos possíveis caminhos para tais mudanças encontram-se nas políticas direcionadas à inclusão social de pessoas ou grupos de base territorial. O papel do designer está na projeção de soluções sustentáveis norteadas por princípios relacionados a valorização da diversidade social, cultural, biológica e tecnológica para recuperação e reutilização do que já existe, considerando aspectos éticos em todas as decisões.

Conforme Meroni (2008) assinala, devem ser levados em consideração os valores e interesses coletivos, bem como a definição de ações e orientações a partir de um conjunto de cenários, para se aprender a lidar com o meio ambiente, saber onde ir (e não somente como ir) e de que maneira transformar a realidade.

Para Sanders e Stapers (2008) por outro lado, os papéis se confundem: à pessoa que acabará por ser servido através do processo de design é dada a posição de 'expert de sua experiência', e desempenha um grande papel no desenvolvimento do conhecimento, geração de ideias e elaboração de conceito. Em ideias geradoras, o pesquisador apoia o 'expert de sua experiência' fornecendo ferramentas para ideação e de expressão.

Se observarmos a relação dos usuários com o design, verificaremos que as pessoas interagem em simultâneo em todos os níveis de criatividade com peças diferentes de suas vidas diárias. Vamos ver o surgimento de novos domínios de criatividade coletiva que exigirão novas ferramentas e métodos para pesquisar e projetar.

Acreditamos que a relação entre o design estratégico com o design autoral possa se tornar uma das trilhas possíveis desta criatividade coletiva, pela abertura e interpretação de situações incertas e indefinidas que possibilitam ainda mais a experimentação, o fazer na ação, pelas interações contínuas entre os participantes, em que cada qual é possui ativo papel, singular para colaborar com o todo.

De acordo com os autores Manzini e Leadbearter (2007): são os "visionários", indivíduos que possuem a habilidade de ganhar o apoio da comunidade em que estão

inseridos, atraindo e motivando as pessoas pela intensidade de suas ideias. Até que aos poucos um grupo cada vez maior de “transformadores” possa gerar um padrão de inovação sociocultural disseminado em maior abrangência pelas cidades e espaços rurais, qual motores de projetos inovadores

Todavia se estamos a falar sobre indivíduos com uma espécie de perfil e liderança, devemos observar a necessidade da existência de cidadãos colaborativos que conforme Manzini (2008) são grupos de pessoas que colaborativamente resolvem problemas ou abrem novas possibilidades e que se tornam co-produtores dos resultados obtidos. Podemos afirmar tratar-se de relações colaborativas entre pares, e conseqüentemente num alto grau de confiança mútua.

Como na seguinte declaração de Cipolla (2004) onde a colaboratividade promove a produção de serviços nos quais os valores produzidos emergem das qualidades relacionais que possuem, isto é, da existência de relações interpessoais verdadeiras entre os envolvidos.

## 2.2 QUESTÕES CULTURAIS

Nas próximas páginas serão apresentadas algumas das perspectivas teóricas sobre questões culturais, inicialmente serão caracterizados os conceitos de identidades mestiças, a mestiçagem no design brasileiro e design e artesanato, de maneira a propor uma reflexão e discussão de algumas leituras contemporâneas sobre o assunto de acordo com o objeto de interesse desta pesquisa.

### 2.2.1 Identidades mestiças

Ao tratarmos do tema identidade, é intrínseca uma abordagem que remete ao indivíduo e ao meio social em que está inserido. Segundo Bauman (2004), a questão de identidade é também uma exposição das comunidades fundidas por ideias ou por uma variedade de princípios, na qual transparece um mundo policultural e de diversidades em que vivemos.

Portanto os conceitos de identidade e pertencimento são fluidos e instáveis. As identidades são flutuantes, algumas são de nossa própria escolha e outras instauradas e geradas pelas pessoas que nos cercam. A ideia de identidade,

principalmente a nacional, é baseada na crise do pertencimento e da luta entre o que “deve ser” e o que “é”, assim a identidade acaba por se tornar uma ficção.

Se encontramos na identidade, entre a sociedade pós-moderna, um referencial de crise, falamos de sujeitos fragmentados e divididos para atender às demandas da contemporaneidade. Para explicitar tais afirmações, Hall (2003) expõe três concepções distintas de identidade: o sujeito do iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno.

No sujeito do iluminismo o indivíduo acredita que exista um eixo norteador, uma essência de seu “eu”, um caráter que permanece íntegro, intocável pela passagem do tempo. Nesta abordagem o sujeito possui uma centralidade, que se manifesta por meio das definições calcadas nas mercadorias e nos bens de consumo. No sujeito sociológico a identidade expressa o elo entre o mundo interior e o mundo exterior, entre a esfera privada e a esfera pública, nesta abordagem o sujeito torna-se influenciado pelos que o cercam. Há aqui a internalização de significados e valores do mundo externo, os quais apropriamos como parte de nós. E por fim, o sujeito pós-moderno em que a identidade se funde à complexidade para organizar a percepção externa entre diversos e múltiplos sistemas de significação cultural, diante das possíveis identidades que cada sujeito pode adquirir, mesmo que temporariamente para lidar com situações diversas.

Hall utiliza como embasamento teórico a identidade nacional, a qual afirma que “não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 2003, p.48). Ainda de acordo com este autor, as culturas nacionais não são apenas compostas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso, um modo de construir sentidos, que influencia e organiza tanto as nossas ações quanto as concepções que temos de nós mesmos. Estas culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre a “nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, acabam por construir identidades.

Diante das transformações socioculturais nos deparamos com o advento da globalização e o impacto que esta provoca nas identidades nacionais. De acordo com Hall (2003), existem três possíveis consequências nesta abordagem:

- O crescimento da homogeneização cultural e do “pós-moderno global” resulta na desintegração das identidades nacionais;

- A resistência à globalização está reforçando as identidades nacionais e outras identidades “locais” ou particularistas;
- Novas identidades híbridas estão tomando o lugar das identidades nacionais em declínio.

Ao considerar o impacto da globalização e a possibilidade de homogeneização cultural entre as identidades locais, Hall (2003) postula que, seria simplista auferir a unicidade cultural global, visto que, se por um lado há uma tendência à homogeneização global, por outro há um novo interesse pelo local, pelo étnico, pela alteridade. A globalização pela criação de nichos de mercado, em verdade, explora a diferenciação local.

Se a propriedade local é reforçada justamente pela ameaça global, Canclini (1997) propõe que nos meios urbanos esteja ocorrendo um rompimento de barreiras que modificam a relação entre os vínculos privado e público gerados pela urbanização que acabam por se entrelaçar com o anonimato na produção seriada e as reestruturações da comunicação imaterial da mídia e da cultura de massa. Há uma sincronicidade de pensamentos tanto nos meios rurais e urbanos que se fundem nas conexões em rede que acabam por promover o rompimento de fronteiras abarcando o hibridismo como regra social.

Em contraponto aos conceitos de massa e anonimato comumente associados aos habitantes das grandes cidades, há uma busca por segurança e conforto, como um meio de proteção de suas identidades, nos pequenos e seletos grupos de suas intimidades domésticas. Afirmamos aqui a relação com os aspectos formais das oficinas de integração de design e artesanato evocados pela participação de Tina e Lui que possuem um fervoroso apelo de resgate da localidade e identidade territorial e étnica.

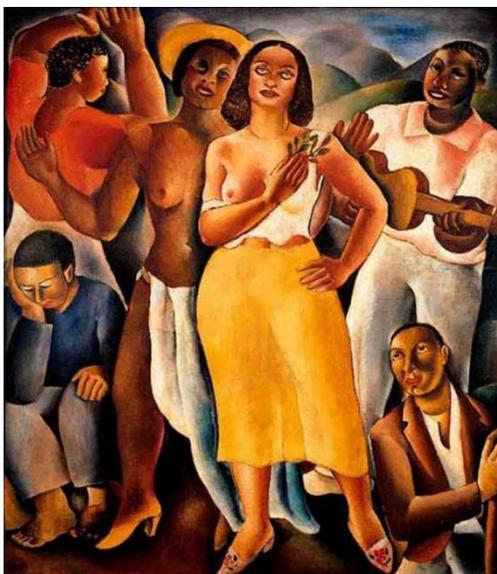
Canclini (1997) afirma que nas cidades há um reflexo dos conflitos de interesses do mundo atual, fragmentado e controverso, nos qual os aspectos mercantis encontram-se com os históricos, comunicacionais e estéticos. Há um ambiente de lutas semânticas, como tentativa de neutralização das mensagens alheias, ou em prol da mudança de seus significados, como imposição de uma lógica própria na subordinação das demais, estas lutas se tornam uma questão de sobrevivência na pós-modernidade. No Brasil ocorre uma hibridização valorizada e aludida por obras autorais como as de Almeida e os Campanas. O tripé cultural:

indígena, africano e europeu misturou não somente aspectos culturais, mas de identidade, num sincretismo vigoroso que transparece as origens e histórias.

### 2.2.2 A mestiçagem no design brasileiro

Se alguns historiadores teimam em definir a década de sessenta, como a pedra fundamental da instauração do design no Brasil, podemos entender que a Semana de Arte Moderna de 1922 pode ser um marco da libertação das regras e formatações artísticas que significariam uma revalorização da cultura nacional. Moraes (1983) pondera que o autor Oswald de Andrade, na sua teoria antropofágica, retrata a mistura dos elementos que forjam a identidade cultural brasileira, que devora todas as influências que recebe de outras civilizações, constituindo uma nova totalidade diferente das anteriores. É nesta mistura de elementos heterogêneos e diversos que a identidade antropofágica absorve e reconstitui a si mesma de maneira diversa e rica com os novos elementos ajustados ao seu modo de expressão. (Foto 7)

Foto 7: Samba – DiCavalcanti (1925)



Fonte: <http://abstracaocoletiva.com.br>

A mistura de elementos, está bem representada pelo conceito de mestiçagem de Cattani (2007), que se dá pelo encontro dos diversos Brasis. A mestiçagem muitas vezes, não se revela claramente na poética da obra acabada, mas em suas poéticas.

As obras que apresentam similaridades se diferem de modo significativo em seus processos e suas instaurações.

É no conceito de hibridação que Canclini (1990) afirma tratar-se dos processos socioculturais nos quais há uma fusão de estruturas a fim de gerarem estruturas inéditas mantendo os atributos na assimilação mútua, em que não há garantia de equilíbrio até que a harmonia seja instituída em cada cultura, como meio de geração de novas práticas e processos.

Pelas hibridações todas as culturas tornam-se de fronteira. Tudo está em relação a alguma coisa, as artes estão em relação com outras artes, o artesanato retira-se do campo para os espaços urbanos, tudo se encontra em intercâmbio, ganhando amplitude comunicativa e informativa (CANCLINI, 1997).

São nestes espaços de fusão, onde na mistura é mantida a origem das coisas que abordaremos um forte referencial na obra de Rodrigo Almeida e nas questões de mestiçagem: o movimento tropicalista.

Segundo Favaretto (2000), na abordagem sobre a tropicália há uma ratificação da miscigenação, pela perspectiva de Oiticica, que infere que a hibridação veio a contribuir para essa tradução objetiva de uma imagem brasileira total, a fim de derrubar o mito universalista da cultura brasileira embasada na América do Norte e na Europa.

A tropicália ao criar o mito da miscigenação derruba a cultura universalista, da intelectualidade que predomina sobre a criatividade. Oiticica institui a ruptura das barreiras do mundo isolado da arte dentro do quadro, e traz o objeto para o espaço real. O resultado dessa expansão se deu pelo deslocamento da perspectiva do espectador que passava a vivenciar a obra, tornando-se agente ativo na integração com esta. Uma de suas criações fundamentais, o parangolé, a qual verificamos uma natureza integrada à participação do usuário, já que requer a utilização singular de pessoas para moldá-la, foi confeccionada com capas de algodão ou náilon, com poemas ou frases anárquicas, inscritos em tinta, que tinham como principal intuito provocar questionamentos, mas antes de tudo promover uma forma de interação, pois a cada utilização corpórea um novo desenho e movimento seria sugerido, numa forma de arte itinerante. (Foto 8)

Foto 8: Parangolé – Hélio Oiticica (1964)



Fonte: <https://www.pinterest.com/uxita/parangole>

De Moraes (2005) utiliza a declaração do antropólogo Darcy Ribeiro para ilustrar como se deu a identidade étnica e a configuração cultural do Brasil que foi construída “destribalizando índios, desafricanizando negros e deseuropeizando brancos. Para Ribeiro (1968 *In* De Moraes, 2005) a formação multicultural, multireligiosa e multiétnica do país tem as bases do sincretismo manifesto nos ícones e símbolos dos rituais religiosos e na abundante variedade gastronômica que nasceu da fusão de raízes étnicas promovendo uma pluralidade de sentidos. De Moraes (2005) associa esta multiplicidade com a teoria da cultura da pós-modernidade, da antropofagia como o nascedouro da cultura brasileira.

O design nacional, para o autor, não possui uma identidade própria pela baixa estima que tem por si próprio, em uma sociedade heterogênea, híbrida e múltipla que acaba por gerar situações de tensão e conflito internos.

Se nas bases do design brasileiro o modelo racional funcionalista foi o sustentáculo para traçar diretrizes do desenvolvimento industrial, é exatamente neste ponto que segundo De Moraes (2005) o design rejeitou a sua própria riqueza cultural em artefatos industriais.

O pós-modernismo destaca sociedades multiculturais e multiétnicas. Promove a política da diferença. A identidade não é unitária nem essencial, mas fluida e mutável, alimentada por fontes múltiplas e assumindo fontes múltiplas. A sociedade pós-moderna associa tipicamente o local e global. Os acontecimentos globais, a internacionalização da economia e da cultura são

refletidos para as sociedades nacionais minando as estruturas nacionais e promovendo as locais (KUMAR, K., 1996 *in* DE MORAES, 2005, p.174).

Há o prenúncio de um resgate nacional de sua originalidade no surgimento de um design plural, representado pelos irmãos Campana. Verifica-se que o processo criativo da dupla de criadores ocorre nas buscas em mercados populares, onde recolhem materiais enfeitados e artefatos propondo novas formas e contrastes para promover outros desenhos equilibrados numa espécie de design antropofágico. (Foto 9)

Foto 9: Cadeira África, Rodrigo Almeida



Fonte: [www.studiorodrigoalmeida.com](http://www.studiorodrigoalmeida.com)

### 2.2.3 O design e o artesanato

Podemos relacionar uma estreita conexão e sincronia entre o design autoral e o artesanato, como este trabalho de pesquisa pelos dados coletados demonstra, o design autoral necessita do artesanato, porém o artesanato prescinde do design de autor para existir. Imbroisi e Kubrusly (2011) indicam que durante um longo tempo o artesanato e o design foram consideradas atividades distantes, porém afirmam que o design pode gerar transformações fundamentais ao contemporaneizar o artesanato, pela mudança de percepção do artesão, o design pode ser visto como uma ferramenta estratégica para a geração de novos produtos diferenciados, de conceitos e de maior poder competitivo, podendo vir a ser um importante fator decisivo para o fortalecimento e amadurecimento de muitas comunidades e grupos de artesãos em todo o Brasil. Segundo Canclini (1997), há uma estreita relação entre os mercados de arte e artesanato, ainda que mantenham diferenças, coincidem em certo tratamento das obras. (Foto 10)

Foto 10: Cadeiras produzidas por artesão e designer - Projeto Afluentes



Fonte: [www.casavogue.globo.com](http://www.casavogue.globo.com)

Se na arte está implícita a proposição de uma leitura da obra, no artesanato deve ser seguida uma matriz mítica. Se para o artesão é possível vender em diferentes

áreas e mercados, em contrapartida ao artista, mesmo que na reprodução de suas obras, se a ordem de leitura for dispersada, é dissolvida a enunciação original instituída pelo autor.

A acessibilidade é uma característica do artesanato, de acordo com Dormer (1995) esta se dá pelas técnicas de manufatura, pois ao adquirirmos uma peça artesanal conseguimos visualizar o processo de fabrico, mas o artesanato não é uma técnica simples, pois requer uma estruturação e conhecimentos passados de gerações para forjar uma pretensa naturalidade.

Este mesmo autor utiliza a alegoria da manufatura de uma tapeçaria para ilustrar a complexa relação de campos próximos, mas distintos. A produção de uma tapeçaria requer a interação de um artista com artesãos para que sejam encontrados aspectos fundamentais neste trabalho mútuo.

É imprescindível um debate entre os colaboradores para a discussão do trabalho e de suas possibilidades tanto de imagens a serem costuradas como do projeto, como referido na seguinte descrição:

A partir da seleção de uma imagem é moldado um cartão e os fios da urdidura no tear são impressos com uma cópia a tinta. Os tecelões guiam-se pelas marcas de tinta à medida que avançam, centímetro a centímetro, pela imagem fora. O primeiro quarto da tapeçaria é fundamental, porque determina a gama de matizes, tons e texturas do resto da composição (DORMER, P., 1995, p. 16).

Ainda de acordo com Dormer (1995), os tecelões rejeitam a ideia de estabelecerem com seu trabalho uma cópia reproduzida de uma imagem, afirmam que realizam traduções, num apurado trabalho de interpretação do ato criativo do artista.

Diferente do processo mental artístico que traça desenhos de maneira acidental como também por escolhas conscientes, ao artesão cabe o registro do processo de arte de maneira consistente e sua aplicação nas técnicas, como uma leitura apurada do processo do artista.

Para este mesmo autor a manufatura artesanal está ganhando cada vez mais destaque como uma reação aos produtos industriais. Pois é no domínio do auto-gerenciamento de seu processo de trabalho, da vida ganha pelas próprias mãos que o artesanato se revigora, no conceito de valor do indivíduo e de suas capacidades.

Se formos investigar as bases destas duas possibilidades criativas iremos encontrar como indicam Imbroisi e Kubrusly (2011) que desde o primeiro artefato de pedra lascada o homem percebeu que a produção artesanal iria lhe conceder possibilidades e ferramentas para lidar melhor com a vida. Assim o design também parte deste pressuposto, do uso das habilidades criativas para projetar soluções para problemas e situações que se apresentam nos caminhos dos homens.

Para estes autores o design e o artesanato tiveram uma secção em suas bases pela produção industrial a qual o design se vinculou, posicionando o artesanato como uma forma alternativa de produção.

Podemos ir mais além e indicar a separação das mãos e das máquinas. Interessante observarmos que o design de autor teve a sua principal validação e campo fértil nas escolas europeias, justamente onde o fomento à produção artesanal teve um espaço de destaque, talvez por isso o olhar europeu tenha sido de fundamental apoio e sustentação aos designers autorais brasileiros, como os Campana e o próprio Almeida. A Europa para instituir a produção em massa, precisava de artesãos para proporcionar protótipos e desenhos replicáveis em larga escala, enquanto no Brasil pela instituição do design vinculado a uma perspectiva funcionalista houve uma profunda rejeição do artesanato, redescoberto e incentivado por personalidades estrangeiras como Lina Bo Bardi.

Esta é uma percepção que até hoje perdura, na busca de validação estrangeira e aparte de si para que de fora se reconheça o que há dentro do Brasil, e eis uma forte crítica reconhecida tanto pela dupla de designers como por Almeida, o desconhecimento do Brasil pelas sua própria história e raízes culturais. Se o design e o funcionalismo negaram uma parte essencial de uma cultura, trabalhos como os de designers autorais poderiam ser meios de regenerá-los?

Borges (2011) corrobora com esta abordagem ao indicar que o design erudito no Brasil nasceu, portanto, acoplado às ideias bauhausianas da “boa forma”, ou do “bom design”. A autora cita uma expressão cunhada por Zuenir Ventura: somos netos da Bauhaus e filhos da Ulm. Esta influência seria a matriz do pensamento vigente nos primórdios da formalização do design no país.

O historiador Rafael Cardoso observa que no Brasil “a experiência da Bauhaus acabou contribuindo para a consolidação de uma atitude de antagonismo dos designers com relação à arte e ao artesanato. Apesar de ser uma escola cheia de artistas e artesãos – ou talvez por causa disso –

acabaram prevalecendo aquelas opiniões que buscavam legitimar o design ao afastá-lo da criatividade individual e aproximá-lo de uma pretensa objetividade técnica e científica.” (Cardoso in Borges, p. 63, 2011)

Interessante notar o fato de que a própria Bauhaus tinha por lema a ideia de arte para todos e principalmente pela união da arte e artesanato, ratificado pela seguinte declaração de Gropius:” vamos criar uma nova guilda de artesãos, sem a distinção de classes que ergue uma barreira arrogante entre o artesão e o artista.” (Gropius, 1919 in Imbroisi e Kubrusly, p. 17, 2011)

A autora ainda afirma que na Europa, principalmente na Itália e na Escandinávia o percurso foi o contrário, do artesanato ao industrial, um desenvolvimento a partir do artesanal, em que as habilidades manuais oferecidas pelas corporações das artes e ofícios são a base de vários empreendimentos que se tornaram industriais. E este é um ponto relevante ao abordarmos o processo criativo de Tina e Lui, pela busca do fazer artesanal como um resgate do elo perdido da manufatura e de uma rede de valores legitimamente brasileira. Interessante ressaltar que o artesão trabalha sozinho mesmo que em grupo, são suas mãos que irão tangibilizar ideias, e qual uma reação aos padrões industriais, nenhuma peça, por mais que se replique técnicas sai igual a outra, são os pequenos “defeitos”, falhas que singularizam as peças e atraem olhares que buscam uma identidade própria. São histórias que traduzem a alma, como refere.

Uma propriedade natural do artesanato brasileiro se dá pela mestiçagem que se fez muito aparente no setor artesanal têxtil, segundo Imbroisi e Kubrusly:

A história do artesanato brasileiro acompanha, portanto, o perfil da formação de nossa cultura, conhecimentos indígenas se misturam àqueles trazidos pelos portugueses, recebendo contribuições africanas e de outros europeus. Esse é um dos diferenciais de nosso artesanato, que se destaca internacionalmente e que torna ainda mais essencial o resgate e a valorização de técnicas tradicionais e sua renovação por meio de parcerias construtivas. (Imbroisi e Kubrusly, p. 21, 2011)

Ainda Imbroisi e Kubrusly conferem que há movimentos de resgate do artesanato dentro do design que vem sendo implementadas a partir de dez a quinze anos, há cada vez mais encontros entre artesãos e designers (arquitetos, estilistas e outros profissionais de setores de criação de produtos. Segundo estes autores há

sempre uma espécie de troca de conhecimentos, tanto quando os designers visam ajudar artesãos e naqueles que desejam implementar seu trabalho, há alguns que buscam o trabalho artesanal pelas técnicas para desenvolver uma coleção apenas.

Esta interrelação está bem explicitada na declaração de Janete Costa uma entusiasta do artesanato brasileiro:

Quando o designer se aproxima do artesanato e do artesão, ele tem que se colocar no mesmo nível, porque ele não tem a capacidade do fazer. Nessa conversa, tem que haver certa humildade. Acho que tem que prevalecer o nome de quem faz, porque nós não temos esse talento. (Costa, p. 26 in Imbroisi e Kubrusly, 2011)

Ainda Imboisi e Kubrusly (2011) afirmam que é importante ressaltar que o design de artesanato ultrapassa a ideia de criações elaboradas à mão, envolvendo diversas outras disciplinas e capacitações. Podemos considerar estes encontros verdadeiros escambos culturais que constroem novos sentidos. O que podemos confirmar na expressão de Douek, (2010): “é importante que se dê oportunidade de o artesanato chegar até o design e que o design venha se abastecer do artesanato. ”

#### 2.2.4 Práticas ecossistêmicas

Entende-se por rede de valor a atuação de cada ator e como se dá a organização de um grupo em que cada ator tem um papel fundamental na constituição do todo. Para Krucken (2009) diversos fatores contribuíram para a ampliação do foco projetual do design ao longo do tempo. Inicialmente centrado no projeto de produtos físicos, seus desígnios vêm evoluindo em direção a uma perspectiva sistêmica. O principal desafio do design na contemporaneidade é, justamente, desenvolver e/ou suportar o desenvolvimento de soluções a questões de alta complexidade, que exigem uma visão alargada do projeto, envolvendo produtos, serviços e comunicação, de forma conjunta e sustentável. (Foto 11)

Foto 11: Luminárias broto amarelo, broto vermelho e pendentes cipós,  
Rodrigo Almeida



Fonte [www.casavogue.globo.com](http://www.casavogue.globo.com)

É neste contexto dinâmico que algumas características próprias desta disciplina, como a riqueza interpretativa e a habilidade visionária – ou antecipatória, como aponta Maldonado (1999) – podem contribuir para o desenvolvimento de uma pluralidade de soluções e de cenários de futuro. A globalização e os avanços da tecnologia de informação e de comunicação, que conduziram à crescente desmaterialização de produtos, à “fluidização” e a “virtualização” das relações e à “desterritorialização” da produção; assim como a emergência de buscar padrões de produção e consumo sustentáveis, são fenômenos que exigem ainda maior capacidade de abstração, de inovação e de flexibilidade nos projetos de design. Em paralelo, observa-se a evolução da visão de competitividade organizacional (centrada nos recursos e nos resultados de uma organização), para a visão de competitividade sistêmica – ou seja, de uma cadeia de valor (KRUCKEN, 2005), de uma rede (KRUCKEN; MERONI, 2006 e MANZINI; MERONI; KRUCKEN, 2006), de uma nação, que estimulou a compreensão do design como elemento estratégico para inovação centrada nos recursos e nas competências de um território.

Conforme Vassão argumenta:

“a ferramenta é participativa, interativa, parte de um agenciamento. Eu me acoplo à ferramenta, e minhas possibilidades de ação dependem desse acoplamento. Concretamente, nos acoplamos continuamente a muitas

entidades. Essa abordagem é válida para a ferramenta entendida como “martelo” e também como “diagrama”. Tudo depende de como nos permitimos acoplar: se permitimos que a entidade se revele para nós e a aceitarmos em sua concretude e alteridade, estaremos frente a uma ferramenta. Estamos imersos em uma ecologia, se estou com dor-de-cabeça, bom humor, se algo me fez pensar no que quero realizar; a ferramenta chega a questionar e, certamente, ajuda a determinar o que será feito. [...] A ferramenta se entranha em nós, e nós nela.” (VASSÃO, p. 291, 2008).

Para a eficácia destes processos coletivos, o autor Golley (1993) aponta a necessidade da existência de espécies-chave dentro dos sistemas, que se mostrem hábeis na geração de ambientes especiais para o grupo, podendo assim mobilizar a participação de cada integrante de modo a promover a interatividade e a eficácia do processo.

De acordo com Imbroisi e Kubrusly (2011) sobre as atividades colaborativas entre artesãos e designers, para ocorrer o trabalho em grupo é fundamental manter o conjunto envolvido no projeto, é importante existir confiança mútua entre designers e artesãos. Este autor indica a necessidade de um líder, uma pessoa que numa primeira reunião já se mostra aparente pelas características de maior interesse e envolvimento com o trabalho. Essas pessoas possuem o perfil de auxiliares na realização de ideias, que se dá por uma comunicação clara e que sabe repassar ao grupo o que está sendo solicitado como projeto.

Sanders e Stappers (2007) definem o perfil destes usuários capazes de propagar e estimular movimentos criativos em grupo. São geralmente pessoas que exploraram modos inovadores de realizar as coisas que possuem a habilidade de dividir suas descobertas e percepções com os outros. Mas como detectar nas comunidades de artesãos estes impulsionadores de inovação e incentivá-los? Faz-se necessário primeiramente a detecção das qualidades de uma comunidade capaz de se tornar um pólo de criatividade. Os mesmos autores indicam que estas comunidades criativas possuem raízes bem definidas e uma conexão profunda com a região e suas tradições, e por possuir estes apurados conhecimentos da localidade e de seus recursos são hábeis em promover novos modos de produção de artefatos.

Outra importante acepção que vem sendo desenvolvida a partir de grupos de trabalho criativo é o reconhecimento do território.

O design vem sendo reconhecido, cada vez mais, como ferramenta estratégica para a valorização produtos locais, por promover o reconhecimento e a preservação de identidades e culturas regionais. Produtos locais são manifestações culturais,

fortemente relacionadas ao território e à comunidade que os produziu. Estes produtos representam os resultados de uma trama, tecida ao longo do tempo, que envolve recursos da biodiversidade, modos de fazer tradicionais, costumes e também hábitos de consumo. Esta condição de produto ligado ao território e à sociedade que o produz é, justamente, representado no conceito de *terroir*

. Compreender as qualidades destes produtos originais, ricos em significados, e compartilhá-los com a sociedade, que muitas vezes os desconhecem, é uma tarefa que envolve muita sensibilidade e responsabilidade. Portanto, uma das principais contribuições do design para dinamizar os recursos do território e valorizar o seu patrimônio cultural imaterial, é reconhecer e tornar reconhecíveis valores e qualidades locais.

Manzini (2007) afirma que o design pode contribuir para criar uma infraestrutura sólida e ao mesmo tempo flexível que possa estabelecer condições para um contexto criativo.

Devemos aprender a ver os designers como atores sociais em uma sociedade, na qual como uma sociologia contemporânea indica que “todo mundo é capaz de praticar design”.

Manzini denomina de descontinuidades locais as transformações que ocorrem entre um determinado local de acordo com possibilidades desafiadoras que gerem inovação nos modos tradicionais de fazer coisas, introduzindo novos modos bem diferentes e também sustentáveis do que os habitualmente elaborados em um meio social ou uma comunidade.

Como pontuam Tina e Lui, as dificuldades principais no prosseguimento dos projetos envolvendo artesanato se dá pela dificuldade de encontrar um grupo ou um indivíduo capaz de motivar e gerar iniciativas projetuais, para tanto como aponta Manzini (2007) estes indivíduos devem possuir habilidades criativas assim como saber envolver um grupo em objetivos em comum, capazes de gerir sem expectativas e dependências de instituições ou profissionais, utilizando as ferramentas já existentes para promover novas maneiras de execução e de manufatura. Imbroisi e Kubrusly (2011) afirmam que é primordial haver entre os grupos, indivíduos com capacitação em gestão comercial para que os artesãos possam adquirir conhecimento de como vender seus produtos dentro de um mercado mais competitivo, pois há o viés profissional que imbui este tipo de produção e que no contato com um mercado

profissional, é perceptível a não tolerância por falhas de produção, atrasos e outros inconvenientes. (Foto 12)

Foto 12: Tina Azevedo e Lui Lo Pumo, Projeto Casulo



Fonte: [www.cooperativacasulo.com.br](http://www.cooperativacasulo.com.br)

Estas comunidades criativas possuem muito em comum, estão profundamente enraizadas no local, fazem um bom uso dos recursos disponíveis e direta ou indiretamente promovem novos modos de trocas sociais. Ao mesmo tempo em que estão conectados em uma rede de iniciativas similares. Finalmente, introduzem novas soluções que levam a interesses individuais sincronizados com interesses sociais e ambientais, com alto potencial de se tornarem autenticamente propulsores de soluções em sustentabilidade.

Estes aspectos peculiares, que são os pontos que distinguem uma sociedade contemporânea dos assuntos de inovação social, requerem uma série de novas habilidades, até mesmo para designers, gerando possibilidades colaborativas entre os atores sociais (empresas locais e comunidades, instituições e centros de pesquisa), participando na construção de dinâmicas que fomentem visões partilhadas e cenários, utilizando o co-design para articulador de sistemas de produtos, serviços e informação.

Emerge um novo, diferente e fascinante papel para o designer, um papel que não substitui o tradicional, mas que trabalha conjuntamente abrindo novos campos de atividade, impensados anteriormente.

O primeiro passo neste campo é tornar a inovação social como o marco inicial e utilizar uma ferramenta e habilidade específicas para indicar novas direções para inovação

de produtos e serviços, em geral envolve se mover na direção oposta das tradicionalmente utilizadas por designers, começando pela observação de inovações técnicas o designer propõe produtos e serviços que sejam apreciados socialmente.

### **3 METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS**

A fim de se atingir os objetivos elencados nesse trabalho, como apresentados no capítulo 1, foi elaborada uma metodologia específica que será detalhada neste capítulo.

Foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa e exploratória utilizando os estudos de caso: o processo criativo das irmãs Tina e Lui e de Rodrigo Almeida, como método de pesquisa. Por tratar-se de um processo metodológico que emprega geralmente, dados qualitativos, coletados a partir de uma conjuntura de fatos reais, com a finalidade de explicar, explorar ou descrever fenômenos existentes integrados em seu próprio contexto. Caracteriza-se por ser um estudo detalhado e exaustivo de poucos ou mesmo de um único objeto, fornecendo conhecimentos profundos (EISENHARDT, 1989, YIN, 2009).

O desenvolvimento da pesquisa se dará em cinco etapas: delineamento da pesquisa; desenho da pesquisa; preparação e coleta dos dados; análise do caso; e elaboração de relatório, quadro de resultados e proposta conceitual de design autoral. As duas últimas etapas ocorrem paralelamente e não podem ser isoladas. Serão detalhadas as atividades desenvolvidas em cada uma das cinco etapas.

#### **3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA**

O delineamento da pesquisa ocorrerá pelo enfoque temático no processo criativo da dupla Tina e Lui, e Rodrigo Almeida na perspectiva do design estratégico, de modo que possa servir como modelo metodológico a projetos colaborativos entre designers e artesãos.

### 3.1.1 Desenho da pesquisa

Motivados pela adequação e coerência da pesquisa, quatro aspectos se apresentarão intrínsecos na investigação: validade externa, confiabilidade, validade do constructo e validade interna (ELLRAM, 1996; GERRING; MCDERMOTT, 2010).

Será desenvolvido um protocolo, que tem por objetivo orientar as atividades de coleta de dados, estabelecendo as diretrizes gerais que serão seguidas em campo.

Como trata-se de estudo de caso este é, em si mesmo, um experimento; e este experimento está inserido em um contexto único que também é parte do experimento (ELLRAM, 1996). Assim, a metodologia estará restrita à investigação de dois casos: o processo criativo das irmãs Tina e Lui e de Rodrigo Almeida, por considerar-se casos representativos de um campo projetual que prioriza a criação autoral, para que possamos detectar e revelar práticas que ensejem processos colaborativos em design.

Os instrumentos de pesquisa para a coleta de dados secundários serão definidos por levantamento e análise de documentos, matérias e editoriais sobre os autores em jornais, revistas, sites de internet, assim como registros fotográficos e em vídeo. Para a coleta de dados primários foram elaboradas entrevistas em profundidade com os designers focando no processo criativo da elaboração de peças, pois os estudos de casos devem estar apoiados em múltiplas fontes de evidências secundárias e primárias. A análise e a combinação dos dados obtidos das diversas fontes—triangulação evita distorções, sobretudo as decorrentes de viés dos informantes, e produz resultados mais estáveis e confiáveis (YIN, 2009).

Entre os diversos instrumentos de pesquisa utilizados, a entrevista é um dos mais importantes. Isto porque, além estar direcionada aos objetivos específicos do pesquisador, produz o aprofundamento e a riqueza das informações que se espera da metodologia.

Foram desenvolvidas, perguntas de maneira semiestruturada para entrevistas em profundidade *in loco* com as designers e por meios virtuais com o designer a título de proporcionarem uma maior precisão e riqueza de detalhes.

A escolha pela elaboração de perguntas semiestruturadas nos questionários, se deu pela possibilidade de explorar uma perspectiva mais ampla de respostas, pois embora exista um conjunto de questões previamente definidas, não é preciso ficar

restrito a elas, dando ao entrevistado liberdade para discorrer sobre o tema proposto e conduzir a conversa. Para adequação e maior acuracidade da coleta dos dados, será elaborado um roteiro de perguntas como guia a fim de evitar lacunas (TRIVIÑOS, 1987).

Definidos os objetivos e as questões de pesquisa, teve início o levantamento bibliográfico, pois todo o material selecionado no levantamento foi utilizado na revisão. Após a análise dos documentos coletados, a seleção se deu pela ênfase na contribuição para o andamento do trabalho.

O produto final da etapa de delineamento da pesquisa foi a revisão bibliográfica.

A etapa seguinte no desenvolvimento da metodologia de estudo de caso ocorre pela preparação e coleta dos dados. Para tanto houve a verificação do acesso às entrevistadas Lui Lo Pumo e Maria Cristina de Azevedo Moura e Rodrigo Almeida com a autorização verbal e envio de uma carta de apresentação por e-mail com informações gerais, um resumo dos objetivos e do desenho da pesquisa e uma cópia do protocolo.

Desta forma, com a devida apresentação do trabalho de pesquisa a ser desenvolvido e um questionário piloto a fim de averiguar a disponibilidade e interesse dos designers, o qual se mostrou válido na verificação da capacitação, acessibilidade e ratificação da participação como objeto de estudo.

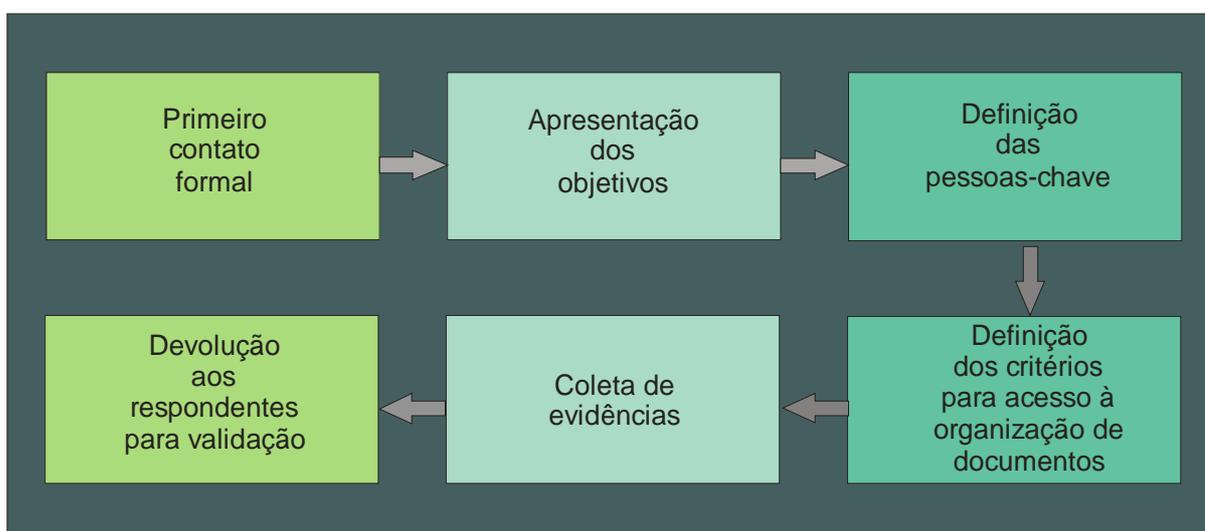
### 3.1.2 Preparação da coleta dos dados

Foram levantadas e analisadas um número razoável de informações sobre o processo criativo e a coletânea de peças autorais, a fim de fundamentar o conhecimento a ser aprofundado de modo a proporcionar eficácia e coerência dos dados coletados. Nesta fase, de coleta dos dados primários, foram realizadas as entrevistas. Estas ocorreram em data, local e horário previamente agendados com os designers e seu tempo de duração foi pré-estabelecido de acordo com a disposição prévia dos entrevistados.

O roteiro da entrevista foi aplicado de acordo com as orientações do protocolo. Foram realizadas gravações de áudio e registros fotográficos, para garantir maior fidedignidade na coleta e análise das informações.

Quando do encerramento da coleta de dados, teve início a terceira fase: a organização de todo o material levantado que promovesse a constituição da base de dados. Foram inclusas anotações que estarão nos anexos, em mídia CD, anexa à contracapa desta dissertação, contendo as transcrições das entrevistas e questionários que são elementos subsidiários do objeto de pesquisa. Em seguida foi realizada a análise dos dados, que envolveu três atividades: analisar os dados, apresentar os dados e, finalmente, verificar as proposições e delinear a conclusão.

Fig. 6: Processo de planejamento de coleta de dados em estudos de caso



Fonte: elaborado pela autora

### 3.2 ETAPAS DA PESQUISA

Este trabalho foi dividido em quatro etapas. A primeira etapa é fundamental para todo o processo, pois nela foi realizada a pesquisa e a revisão teórica relacionadas ao tema de interesse. A segunda etapa trata do componente prático desta investigação e está dividida em duas partes: o estudo de caso do trabalho de Tina e Lui e Rodrigo Almeida e a construção do problema. A terceira etapa, também de cunho prático, foi dividida em três etapas: i) levantamento de dados dos designers e validação da acessibilidade e pertinência desta pesquisa através de questionários de perguntas semiestruturadas, ii) visitas *in loco* para a realização de entrevistas em

profundidade com a dupla com perguntas abertas e iii) realização de entrevistas em profundidade por vias eletrônicas com o designer, visto que este encontrava-se, durante a coleta de dados, ausente do país. As entrevistas em profundidade têm por fundamento o objetivo de investigar e identificar nos processos criativos práticas metodológicas replicáveis e que possam gerar processos colaborativos. A última etapa desta pesquisa é a análise dos dados coletados. Esta etapa se deu através da análise dos dados coletados por meio dos estudos de caso com a finalidade de se criar um relatório de sugestões e um quadro de resultados baseados nos dados encontrados que possibilitem práticas processuais entre os pesquisados para que designers e artesãos atuem em práticas coletivas e exerçam melhor os seus papéis nesse contexto. Assim como foi elaborada uma proposta conceitual de design autoral.

Fig. 7: Etapas da pesquisa



Fonte: elaborado pela autora

### 3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

#### 3.3.1 Estudo de caso

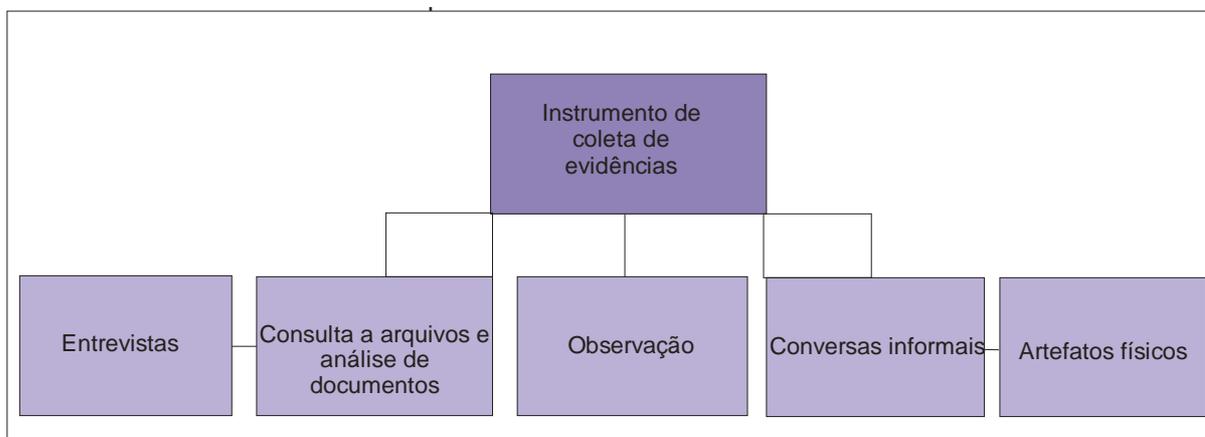
Os estudos de caso foram realizados de maneira qualitativa por meio de transcrições de entrevistas de veículos de comunicação, como revistas impressas e eletrônicas, sites especializados e entrevistas em profundidade com as próprias designers, além da observação participante com visitas ao atelier a acompanhamento in loco durante o processo criativo da dupla autoral. Como também entrevistas em profundidade com o designer para que houvesse a detecção de informações pertinentes ao tema deste trabalho.

#### 3.3.2 Coleta de dados

Para a coleta de dados primários foram aplicados questionários piloto com perguntas semiestruturadas a fim de validar a acessibilidade, pertinência e relevância do tema a ser pesquisado e da escolha destes designers como estudo de caso, assim como foram realizadas entrevistas em profundidade com a dupla e o designer com perguntas abertas, além de aplicação da técnica de observação participante com registros fotográficos, em vídeo e áudio.

Foram também coletados dados secundários, constituídos pelas publicações sobre o tema, incluindo livros, artigos científicos, textos para divulgação disponíveis na internet ou disponibilizados por eles através de e-mail.

Fig. 8: Técnicas de coleta de dados



Fonte: elaborado pela autora

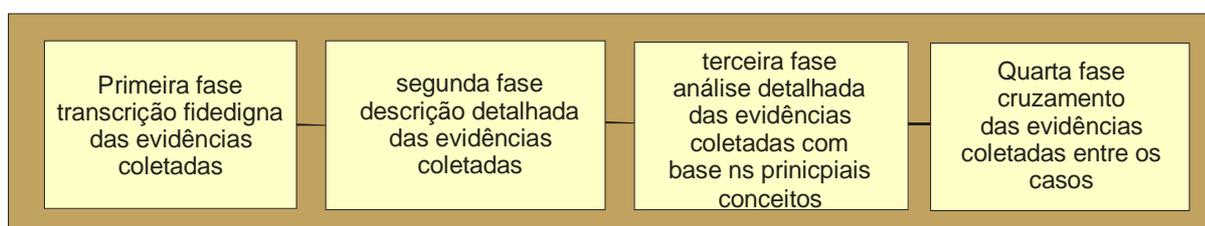
### 3.3.3 Piloto

A pesquisa-piloto tem, como uma das principais funções, testar o instrumento de coleta de dados. É por esse motivo que utilizamos este instrumento para validar o questionário, no qual foram anotadas as reações do entrevistado: sua dificuldade de entendimento, sua tendência para esquivar-se de questões polêmicas ou "delicadas", seu embaraço com algumas questões, etc. A pesquisa-piloto evidenciou ainda a ambiguidade das questões, a existência de perguntas supérfluas, a adequação ou não da ordem de apresentação das questões entre outras. O piloto permite também a obtenção de uma estimativa sobre os futuros resultados, podendo, inclusive, alterar hipóteses, modificar variáveis e a relação entre elas. Dessa forma, houve maior segurança e precisão para a execução da pesquisa.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS

Para análise do caso individual, será consultada a base de dados deste estudo. Os dados serão analisados e confrontados (triangulação). Para os casos estudados será elaborado um relatório com a estrutura definida previamente e a elaboração de um quadro de resultados.

Fig. 9: Fases da análise de dados



Fonte: elaborado pela autora

### 4.1 Relatório e quadro de resultados

Após a coleta de dados, sua codificação, análise e interpretação, os resultados foram apresentados e redigidos numa síntese em forma de relatório de pesquisa a fim de indicar as práticas metodológicas que proporcionem processos colaborativos entre designers de autor e artesãos, como averiguados na investigação, por conseguinte será apresentado um quadro de resultados com a exposição dos dados coletados de forma sintética a fim de facilitar a visualização estrutural dos resultados do trabalho assim como uma proposta de conceituação do design autoral a partir dos dados coletados.

#### 4.2 Justificativa da seleção dos designers autorais

Foram selecionados para os estudos de caso, três designers que desenvolvem projetos junto a artesãos e desenvolvem peças de autor. Nos interessou buscar designers com processos criativos divergentes para que neste antagonismo fossem detectados pontos em comum, assim como os que diferem para que enriquecessem a pesquisa e a análise de dados. Escolhemos designers que propusessem diálogos com as obras e com outros criadores, buscando compreender o percurso projetual, as peculiaridades dos seus processos criativos, mapeando os atores envolvidos nessa trajetória, pontuando fatores que contribuíram para o seu desenvolvimento e consolidação, e para a criação de artefatos.

Em estudos de caso múltiplos, busca-se uma lógica de replicação do contexto estudado, visando a obtenção de resultados sincrônicos. Como afirma Yin (2001) a seleção de casos para estudo pode prever resultados semelhantes, ou produzir resultados contrastantes apenas por razões previsíveis. Entre os designers escolhidos para o presente estudo, existem similaridades e contrastes em sua constituição e trajetória.

Selecionamos três designers que são considerados casos de sucesso no campo do design autoral: a dupla Tina e Lui e Rodrigo Almeida, visando identificar características que se assemelham nos seus processos criativos e que possam ser consideradas determinantes para as suas trajetórias, no âmbito relacional, criativo, projetual e cultural. Estes designers são reconhecidos inclusive internacionalmente pela criatividade, capacidade de instigar proposições criativas e questionamentos pertinentes sobre as fronteiras da arte, artesanato e design assim como interagir e retratar uma localidade e porque não a sua própria.

Não foram investigados outros designers autorais devido às restrições temporais desta pesquisa e também, por se ter conseguido consistência de informações por meio dos designers escolhidos, consideradas suficientes aos objetivos aqui propostos.

#### 4.3 Técnica de coleta de dados

Os dados para esta pesquisa são de natureza qualitativa, e foram coletados por meio de entrevistas em profundidade, observações não participativas e análise

documental (notícias em mídias diversas, catálogos, fotografias e páginas de internet). As entrevistas em profundidade foram realizadas durante o período de março de 2015 a agosto de 2015 e janeiro de 2016 a junho de 2016.

Os instrumentos de coleta de dados foram: roteiros de entrevistas semiestruturadas com perguntas abertas, caderno de campo para anotações livres (sem estruturação prévia), fotografias e vídeo. As entrevistas foram autorizadas verbalmente pelos entrevistados, gravadas e transcritas para análise de conteúdo, realizadas por meio das categorias determinadas pelos fundamentos teóricos aqui expostos.

Os dados foram triangulados durante as análises, através dos relatos dos participantes, observações, documentos e notícias.

Durante as entrevistas em profundidade, os roteiros semiestruturados foram modificados e adaptados ao contexto da entrevista, isto porque o objetivo das entrevistas em profundidade é gerar compreensão da experiência dos entrevistados, buscando entender o significado que é dado a esta experiência, e não obter respostas exatas para um roteiro rígido, que serve como guia e referência dos saberes que são buscados através da entrevista.

#### 4.4 Categorias de análise

As categorias de análise aqui propostas visam contribuir para a concepção de uma visão geral sobre cada um dos designers de autor investigados, buscando compreendê-los e analisá-los em relação a sua estrutura. Considera-se aqui as contingências processuais de desenvolvimento de projetos os quais convoquem a coletividade e expressem os referenciais culturais mestiços e ideias que proporcionem a construção de uma peça autoral, assim como a utilização de recursos artesanais para a materialização de um acervo autoral.

A análise do objeto de pesquisa se deu de maneira transversal, buscando a observação das categorias de análise de acordo com o percurso e o desenvolvimento de processo criativo dos designers investigados junto a artesãos e colaboradores. A análise das informações coletadas foi realizada considerando a singularidade e as condições específicas de trabalho nas localidades específicas dos ateliers (São Paulo e Porto Alegre), compreendidas por meio da fala dos entrevistados, assim como das observações.

Os estudos de caso dos três designers foram apresentados conforme as mesmas categorias de análise, compreendidas e descritas a partir de momentos investigados no percurso da pesquisa.

Momentos investigados durante o processo criativo utilizados para gerar uma compreensão de sua progressão:

- a) Início dos projetos: prototipagem, matérias-primas, atores que participaram da criação, recursos e entidades envolvidas na materialização dos projetos;
- b) Referenciais e inspirações culturais para desenvolvimento das peças, valor simbólico, fusão de técnicas e culturas;
- c) Participação de artesãos e colaboradores de diferentes aptidões e habilidades profissionais para a realização de um projeto, como se dá a produção de artefatos;
- d) Divulgação e exposição ao público, repercussões na mídia e no campo do design, inserção dos artefatos no mercado e continuidade dos projetos;
- e) Propulsão de novos sentidos e valores culturais, as transformações e inovações geradas durante e após o processo de criação.

As categorias apresentadas aqui são embasadas nas teorias de Manzini, Meroni, Dormer, Rock, Sanders e Stappers, Verganti., Canclini e Cipolla e tem por objetivo identificar os percursos projetuais dos processos criativos dos designers de autor investigados, compreendendo a atuação de cada um junto à rede de valor, como ocorrem as práticas autorais e ecossistêmicas junto aos artesãos, como se dá a sua intervenção, suas influências e o prosseguimento dos projetos visando o estímulo e propagação destas práticas.

Estas categorias têm por finalidade ilustrar os métodos processuais criativos, compreendendo o percurso projetual de cada designer, como a interatividade com demais atores provoca uma fusão de técnicas e referenciais culturais, a intervenção do designer autoral junto a artesãos e as transformações geradas, evidenciando a singularidade e as evidências de práticas autorais que possam ser perpetradas em colaboratividade de modo que promovam o embasamento para a constituição de novas proposições projetuais em grupo.

Para melhor assimilação, as categorias estão expostas a seguir:

#### 4.4.1 Práticas autorais

O conceito de práticas autorais pode ser definido como as características estilísticas, como de experimentação de conceitos, formas e função dos objetos, por parte de um indivíduo ou de um grupo específico e que os distingam dos demais. Por meio da percepção das competências que envolvem o design autoral, da especificidade do seu processo criativo, das atividades que estão relacionadas com o desenvolvimento de artefatos neste escopo projetual do design a fim de identificar os papéis e a atuação deste nas comunidades e nos grupos criativos.

#### 4.4.2 Cultura de projeto e processos criativos

Haverá uma análise da cultura de projeto e do design como um propulsor de mudanças socioculturais a fim de promover o envolvimento de comunidades e grupos criativos por meio da projeção de artefatos, partindo da interação entre designers autorais, comunidades e artesãos. As investigações da categoria incluem as formas de criação, prototipagem e produção de artefatos pelos indivíduos, criação, consolidação e averiguação da identidade estratégica e local, a fim de gerar o reconhecimento da comunidade, de sua história, de seus potenciais criativos e dos recursos técnicos e naturais disponíveis. Há a percepção da elaboração de pesquisas metaprojetuais para geração de ideias, protótipos e execução de produção, assim como a verificação de uma interação entre todos os participantes durante a projeção.

#### 4.4.3 Práticas ecossistêmicas

Trata-se da compreensão das práticas que convoquem a participação de designers e comunidades de artesãos por meio de uma metodologia processual criativa do design autoral a fim de promoverem modificações de sentidos, valorização pessoal e social, reconhecimento sociocultural e local, a fim de gerar maior renda aos participantes e maior qualidade na execução de seus trabalhos para um maior alcance de mercado e do público consumidor.

#### 4.4.4 Culturas mestiças

Refere-se a uma compreensão da relevância da fusão cultural e étnica na percepção criativa como plataforma de geração de ideias, valorização do artesanato, intercâmbio de técnicas, valorização e resgate histórico e cultural de acordo com o prisma regional, assim como a promoção de integração sociocultural e de sistemas dialógicos para efetivação do pertencimento local.

#### 4.4.5 Redes de valor

Trata-se da assimilação dos sistemas que compreendem os atores relacionados com as práticas, os recursos e as matérias-primas disponíveis para a promoção de transformações conforme os papéis dos atores envolvidos, como se dá a organização dos sistemas, de que modo divulgam, expõem e dão seguimento de seus produtos para o mercado, com a valorização mútua entre os envolvidos buscando identificar perfis de liderança nas integrações de designers e artesãos.

#### 4.5. Estudos de Caso

O estudo de caso de cada designer de autor foi descrito por meio de um relato estruturado a partir de cinco categorias de análise, divididas em macrotemáticas. A análise do percurso dos designers investigados Tina e Lui e Rodrigo Almeida foi executada a partir das mesmas categorias, que visam além de uma análise do processo criativo dos designers e das práticas de interação entre artesãos e comunidades encontrar um meio que tenha por fim identificar metodologias que possam promover práticas ecossistêmicas a fim de gerar inovações socioculturais e o resgate da identidade local, assim como da singularidade peculiar a cada indivíduo inserido em um grupo coletivo.

A proposição da análise transversal, que leva em consideração além das categorias, os momentos dos processos criativos de cada designer, tem por finalidade gerar a profundidade das investigações, considerando o tempo de desenvolvimento de cada etapa projetual e a promoção de relações nos grupos criativos de artesãos e designers, como a prototipagem, as matérias-primas, os atores que participaram da

criação, os recursos e as entidades envolvidas na materialização dos projetos, referenciais e inspirações culturais para desenvolvimento das peças a fim de averiguar o valor simbólico, a fusão de técnicas e culturas e a participação de artesãos e colaboradores de diferentes aptidões, habilidades profissionais para a efetivação de um projeto, como se dá a produção de artefatos, divulgação e exposição ao público, repercussões na mídia e no campo do design, inserção dos artefatos no mercado e continuidade de projetos e a propulsão de novos sentidos e valores culturais, as transformações e inovações geradas no processo de criação. As verificações destes momentos estão implícitas na análise de cada categoria.

#### 4.5.1 Estudo de Caso: processos criativos de Tina e Lui

Foto 13: As designers Lui Lo Pumo e Tina Moura



Fonte: [www.cooperativacasulo.com.br](http://www.cooperativacasulo.com.br)

As designers e arquitetas gaúchas Maria Luísa Lo Pumo e Maria Cristina Azevedo de Moura (foto 13) iniciaram as suas trajetórias profissionais em 1974, quando da graduação de ambas no curso de Arquitetura na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

A conexão com o design ocorreu pela pós-graduação em Desenho Industrial na PUCRS, pela afinidade com esta área. Porém o encontro com o design “fora da caixa” envolto num trabalho com artesanato, oficinas e projetos de criação coletiva se deu pelo convite de uma amiga, Heloísa Crocco, ciente da afinidade e apreciação

da dupla pelas técnicas artesanais. A partir da participação no projeto Mão Gaúcha, com o intuito de proporcionar a integração de designers e artesãos, com o objetivo de revitalizar o artesanato gaúcho desenvolvido em parceria com o Sebrae, as gêmeas continuaram uma caminhada rumo ao encontro de diversas e diferentes comunidades de artesãos numa elaboração coletiva. A dupla conta com a participação em diversos projetos no Brasil e no exterior.

Obtiveram diversos prêmios de Design, como o Prêmio Museu da Casa Brasileira, Salão Design da Movelsul, Prêmio Ibama, entre outros. A aproximação com o design autoral se dá pela experimentação, deslocamentos e a utilização de ideias correlacionadas ao lúdico e à cultura local. Há influência da história pessoal e de suas raízes como fundações de um acervo criativo, pois afirmam que desde pequenas gostam de riscar e de “ensaiar formas” e evocam a lembrança dos tempos vividos na estância, que é uma constante na projeção de vários artefatos produzidos. A criação para a dupla envolve desde o aspecto da racionalidade, da funcionalidade e da economia, até a expressividade formal e sua interação.

Entre os projetos desenvolvidos junto às comunidades de artesãos destacam-se os seguintes:

Cantina Benta: projeto lançado na 4ª edição da feira de design e negócios Casa Brasil, em 2013. Este projeto, organizado pelo Sindmóveis, em parceria com a Secretaria de Turismo de Bento Gonçalves, teve por finalidade o resgate e a renovação do artesanato tradicional da cidade. O designer e artesão Renato Imbroisi e as irmãs designers coordenaram o projeto, cujo resultado gerou uma coleção de objetos desenvolvidos em parceria com os mais de trinta artesãos participantes de uma série de oficinas realizadas durante doze meses na região, tendo como tema a enogastronomia local. Como fonte de inspiração, foram realizados encontros com chefs de cozinha de Bento Gonçalves, apresentando suas especialidades ao grupo de artesãos, culminando com a degustação e músicas regionais, qual uma típica reunião de imigrantes vindos da Itália junto aos seus descendentes.

Ladrilã: o foco deste projeto visou a sustentabilidade, pois a lã é uma fibra que provém do pelo da ovelha tosqueada no início do verão. A extração da lã além do cuidado com o animal preserva o bioma do pampa, visto que a pastagem por parte dessa espécie é um dos agentes da manutenção desse ecossistema. A lã é um material adequado para o manuseio artesanal, podendo adquirir diferentes formas

estéticas. Participaram deste projeto trinta e cinco artesãos das regiões de Jaguarão, Pedras Altas e Pelotas.

Tururi de Muaná: projeto desenvolvido na cidade situada no arquipélago do Marajó, no Pará. As irmãs foram ao encontro de uma comunidade de vinte e nove mil habitantes que utiliza como base de sua economia a extração da fibra natural do tururi pela abundância e textura. O Sebrae em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Agrário reuniu vinte e três artesãos com o objetivo principal de geração de renda por meio da abertura de mercado para o artesanato local. A intenção era aliar a contemporaneidade do mercado de moda com a recursos naturais em abundância na região.

Babaçu: projeto desenvolvido pela Artenorte que atuou numa região do Tocantins, junto a uma comunidade com a renda proveniente principalmente de babaçuais, planta típica da região que produz uma espécie peculiar de cocos. Neste projeto foram envolvidas quebradeiras de coco e artesãos, com foco no resgate e preservação da identidade cultural a fim de incrementar a produção e melhoria dos produtos artesanais da região.

Mão gaúcha: projeto do Sebrae com o objetivo de fomentar recursos para acesso de artesãos do Estado do Rio Grande do Sul a novos segmentos de mercados e expandindo a sua perspectiva de renda. Este programa tinha por objetivo a criação de uma metodologia de intervenção na produção artesanal que tivesse por objetivo o resgate e preservação de valores patrimoniais e uma troca de experiências entre artesãos e designers.

Uêtela: projeto desenvolvido no exterior, em São Tomé e Príncipe na África, promovido em parceria pelo governo de São Tomé, pela Comunidade dos Países de Língua Portuguesa e pela Agência Brasileira de Cooperação do Ministério das Relações Exteriores. O nome é referência ao local, e traduz-se por olhar da terra. Foram realizadas oficinas diversas como de costura, bordado, tingimento vegetal de papel e de tecidos, marcenaria e escultura e artesanato em diversas outras fibras naturais. Este projeto teve continuidade pela formação de uma cooperativa a fim de comercializar os artefatos produzidos pelos artesãos e possibilitar melhorias nas suas rendas.

#### 4.5.2 Práticas autorais

Tina e Lui desenvolvem projetos num mesmo escritório de arquitetura na cidade de Porto Alegre, que funciona também como atelier de criação onde trabalham geralmente juntas ou de maneira independente, conforme as características do projeto ou da disponibilidade de agendas. O processo criativo da dupla ocorre geralmente durante os projetos desenvolvidos por entidades públicas ou privadas que proporcionam subsídios financeiros para a integração do design com o artesanato por todo o Brasil, a fim de conectar artesãos, geralmente de comunidades rurais e de pouco acesso às informações contemporâneas das práticas do design.

As designers que se posicionam como intérpretes-chave de culturas, pois ao partirem de provocações e questionamentos sobre a produção artesanal de cada indivíduo, possibilitam o acolhimento de uma riqueza de expressões singulares, uma vez que mesmo partindo da réplica, o artesão sempre deixa a sua digital, a sua expressão impressa nas peças que se tornam únicas, pois mesmo que apresentem detalhes que podem ser até considerados defeitos, acabam por se tornar marcas pessoais.

Percebe-se que para o desenvolvimento dos projetos criativos é fundamental o acolhimento de uma riqueza de expressões, uma abertura e ter a habilidade de interpretar. As designers afirmam a coletividade no processo criativo: *[..] nesse trabalho autoral é um autoral, porém como executado é um projeto de várias mãos e cabeças, é um trabalho quase coletivo [...]* (Lui)

As irmãs referem a questão da singularidade e da influência econômica como diretriz projetual de um designer autoral, que corrobora com a asserção de Forty (2007), na qual indica que o design possui uma profunda relação nos processos econômicos das sociedades modernas das quais recebe influências e como o design os afeta: *e acho que o design autoral é muito mais assim, não é objetivo dele um resultado social, não é objetivo dele, claro que vai ser bom, um artesão que tá fazendo um trabalho autoral vai ganhar dinheiro, mas um pouco diferente desse lado que não vai ter assinatura.* (Tina)

Nota-se que a caracterização da ideia de autoria para as duas, refere muito ao aspecto estilístico, fato que as duas acreditam não ser o seu aspecto mais contundente:

*“[...] por exemplo dos Campana que fazem aquelas coisas assim até de palha, aqueles iglus fantásticos, e um outro trabalho né, tanto que assinam, não é o nosso perfil né Tina a gente nunca viu uma possibilidade, muito raro. Aconteceu na luminária, (anêmona) nas duas luminárias aconteceu, mas hoje é mais artesanato, trabalhos manuais.” (Lui)*

A dupla fundamenta que a aproximação da arte seria o ponto de diferenciação do designer autoral de um designer de produtos ao afirmarem que o design autoral estaria mais associado com a criação individual devido principalmente pela aproximação com a arte, nomes como Zanini de Zanine e Sérgio Rodrigues seriam para elas referências icônicas do design de autor brasileiro, conforme a seguinte declaração:

*“[...] eles são designers autorais eu acho que até o design autoral quando faz com uma empresa e aprende a madeira daquela empresa para tratar, eu acho que sempre tá ligado, chamam design autoral isso. O nosso é um design plural é como chamam quando a gente faz junto a uma comunidade.” (Tina)*

Verifica-se a correlação intrínseca que as duas afirmam ao indicar ser o design de autor um aparato artístico que utiliza as mesmas ferramentas artísticas desde a composição de um artefato até a entrega final em exposições em espaços de arte.

Se referir autoria pode vir a ser propor experimentações dentro do design, a geração de ideias como metodologia pode ser um indicativo de que o momento oferece um resgate do potencial criativo em cada indivíduo como um resgate de si mesmo, em uma sociedade em que todos devem e tem que ser consumidores, como sugere Bauman ((2008), a designer aponta uma citação de Starck:

*O Philippe Starck<sup>3</sup> fala que o design do futuro não são produtos, mas ideias, então claro que são produtos, mas a cabeça é o valor maior digamos assim. (Lui)*

Verificamos que o design de autor transparece uma capacidade de visão do designer com ainda mais acuracidade, porquanto há uma abertura mais evidente para a experimentação, de modo a tangibilizar tendências, anseios e informações que se encontram latentes, porém não totalmente na superfície da sociedade. Pois se o

---

<sup>3</sup> Philippe Starck: é um designer conhecido mundialmente pelo seu design leve e contemporâneo, tanto pela forma, quanto pelos materiais que emprega em suas criações.

consumo e a produção em série são os cernes projetuais da indústria há um esgotamento criativo que Tina aponta na seguinte declaração:

*“[...] atualmente eu estou com uma certa dificuldade de criação assim, porque eu acho que tem tanta coisa, legal não quero menosprezar ninguém, mas tem demais do mesmo. Eu acho que o design tem que ser mais inovador, não é fazer uma cadeira mais bonita, não acho que é isso, então nós estamos fazendo uma pesquisa tomara que dê certo, assim criar para a terceira idade atual, não a cadeira da vovozinha, uma coisa atual, bacana, uma linha facilitadora daquela pessoa de setenta anos, acho que isso faz falta e que no futuro nós vamos ter gente morrendo com cento e dez, isso daqui a vinte anos, e eles não podem ter aquela cadeira baixinha, acho espetacular baixinha, mas não pode. Bem isso é um nicho, pode vender uma cadeira, mas a gente gosta dessas coisas e também procura fazer um trabalho que emocione.” (Tina)*

Cabe ao designer avaliar por quais caminhos se dará o intercâmbio entre interpretador e artefato, pois a função deste é comunicar algo a alguém. Esta é a abordagem de efeitos de sentido que resulta do processo de comunicação. Os efeitos de sentido são resultantes de um processo de comunicação, aquilo que se dá no encontro do interpretador com a mensagem. O conhecimento do interpretador, de seus valores e de sua cultura possibilita a adequada articulação dos signos para que os objetivos comunicacionais sejam atingidos, encontramos esta proposição na seguinte afirmação:

*“A gente sempre tenta fazer algo com uma história por trás, tem essa coisa do banco, que a gente se inspirou no banco gaudério botou com a sofisticação do jacaré, o banco rebanho a gente botou com pelego, tem a estância, é da gente, tem esses banquinhos de bichinhos que a gente fez, fazendinha. A linha que a gente fez também que fez muito sucesso, a linha imigrante uns anos atrás, é uma coleção maravilhosa.” (Lui)*

O designer deve ser visto como um articulador do setor produtivo e de serviços com o usuário. É do designer que parte o elemento comunicacional. Porém ao tratarmos do design autoral encontramos possibilidades estilísticas como Niemeyer (1996) sugere com a sua “cara”, percebe-se que o estilo para a dupla refere ainda assim ao coletivo por evidenciar o anonimato como um potencializador da construção coletiva: *então assim aquelas peças fantásticas feitas à mão, por exemplo o espremedor de laranja é mais bacana que o do Philippe Starck, sei lá um desenho anônimo um cara que desenhou, toda essa coleção é de desenho anônimo então fez aquilo ali, são essas coisas que a gente gosta, são essas as inspirações. (Tina)*

O processo criativo das designers parte da construção de novos sentidos a partir de similaridades com design estratégico, pois indicam o foco na evolução, no aprimoramento, na indagação do habitual para percorrer novas vias de acesso a lugares desconhecidos e como indica Zurlo (1999) o foco não deve estar direcionado a soluções, mas a questões, sua função primeira é abrir novas perspectivas antes de tentar entender como resolvê-las. O que é evidenciado quando afirma a experimentação a partir de algo tradicional:

*"[...] talvez assim, eu gosto de trabalhar nesse viés eu consigo inserir uma coisa de humor, eu ajudo, por exemplo nesses desenhos de bordado eu procuro ver se dentro do que elas fazem, da coleção, eu gosto disso e a gente gosta também, como é o objetivo para vender os produtos delas." (Lui)*

Fica evidente uma inovação de sentidos que corrobora com as premissas de Verganti (2008) o qual considera que quando o produto adota uma linguagem de design e entrega uma mensagem que está de acordo com a evolução corrente de modelos socioculturais, possibilita ao produto resultante ter uma linguagem e passar uma mensagem que implique numa reinterpretação significativa de sentidos:

*"o nosso processo criativo inicia antes dos trabalhos eu e a Tina discutimos o que será que vamos fazer com esta comunidade, com essas mulheres a gente vê a tipologia primeiro né exatamente o que faz etc. às vezes a gente tem essa informação ou não a grande[...] maioria das vezes a gente não tem muita informação sobre o que vamos encontrar, é uma mexida não usual, um olhar novo sobre aquilo que elas fazem tanto que nem mais conseguem enxergar o potencial do que elas fazem, elas ficam muito interessadas elas querem sempre coisas novas então assim o que que eu vou fazer de novo? Vou fazer de novo isso? É de novo, só que tu vais fazer isso assim, ah mas assim eu queria mais, não, vamos fazer isso e ver o que acontece. Então assim a coisa vai, porque há uma expectativa de coisa nova quando não há uma expectativa de aprendizado de técnicas que a gente diz que não é o nosso papel." (Lui)*

Percebe-se similaridades com a aceção de na afirmação Meroni (2007) quando a designer declara que:

*"Quando a gente lançou o desafio a gente propôs a gente vai trabalhar com a madeira e sugeriu para que fizessem um banquinho algo que nunca tinham feito na vida e daí a gente deu sugestões percorrendo aquela ilha fantástica de fazer aquelas flores tropicais, vamos fazer os banquinhos em que os pés vão ser flores e eles adoraram. E ficou uma coisa de louco, eles começaram a fazer essas maravilhas, claro que nós não assinamos isso." (Tina)*

A dupla indica uma metodologia para envolver atores nas proposições criativas como uma forma de lidar com a complexidade em sintonia com o design estratégico, que sob a ótica das transformações sociais, confere a grupos sociais um sistema de regras, crenças, valores e ferramentas para lidar com o ambiente externo, os quais possam tornar estes grupos capazes de envolver (e sobreviver satisfatoriamente), assim como manter e desenvolver as suas próprias identidades.

Verifica-se o improviso como uma forma de experimentação e deslocamento característicos da autoria, um fazer na ação:

*“Quando a gente fez as luminárias anêmonas eu vi uma artesã que estava fazendo formas assim colocando transparências da luz, da fibra, da lã e a lã não queima, é boa, não propaga fogo e aí foi surgindo aquilo e daí ela a artesã que trabalhou muito comigo. Quando nós fizemos a primeira, eu vi que tinha futuro, ela dizia não vai dar e a gente incentivava que ia dar.” (Tina)*

Assim como torna-se evidente o deslocamento como um método de gerar ideias, provocar um rompimento com a reprodução de peças artesanais e motivar novos olhares e percepções sobre os artefatos, formas, cores e texturas.

Verifica-se uma percepção que sugere uma aproximação com a *Ready Art* de Duchamp, que segundo Cardoso (2008) ocorre na dissociação do artista de sua obra, ao deslocar a ideia daquele como um sujeito apto a conferir o status de obra de arte, de acordo com uma interpretação individual. A partir deste deslocamento, Duchamp vinculou o foco da obra para o artista, colocando em pauta a discussão sobre o tema da autoria e da construção do conceito de arte.

Este mesmo artista desenvolveu várias obras traçando o estilo *ready made*, que consistia na escolha de um objeto comum ou sem valor, para que fosse utilizado em um novo contexto, conferindo-lhe o status de obra de arte, Tina e Lui utilizam destes deslocamentos para compor os processos de criação:

*“[...] então a gente começa a trabalhar em cima tentando né, nem sempre é fácil, são estados muito variáveis assim. Olha esse trabalho com papel de bala (foto 29) foi um trabalho espontâneo duma artesã, muitos anos atrás no interior de Santa Maria, não, não era não, era nas Missões não era Tina?” (Lui)*

Nota-se a evocação do valor pessoal de cada artesão como processo de criação de novos artefatos, a partir de já existentes em que fica explícita uma necessidade de abertura tanto das designers como dos artesãos, como na seguinte

afirmação: *essa galinha (Cantina Benta) isso aqui era um chapéu que eles usam que ela (artesã) me contou que ela errou e costurou em formato de galinha e a gente incentivou para fazer e fez o maior sucesso a galinha. (Lui)*

Compreende-se que as designers evoquem a autoria e saibam reconhecê-la entre os artesãos, como intérpretes-chave, como assevera Verganti (2008) a fim de serem propulsoras de inovação sociocultural como se faz aparente na seguinte assertiva:

*"[...] eu acho até que um designer autoral pode fazer parte desse processo de coletivo, claro que pode, mas é intrinsecamente um artista autoral, depois volta. Te lembra dessa ovelhinha, elas todas trabalharam em feltro nessa ovelhinha é de feltragem, todas elas fizeram os seus feltros, mas elas eram mais artesãs autorais. Depois elas nos contrataram para a gente dar ideia, a gente disse tudo bem, mas não é nosso perfil de trabalho é diferente, a gente disse que elas não precisavam." (Tina)*

Ratifica-se a proposição desta investigação, do processo criativo autoral poder ocorrer em coletividade, na declaração sobre a forma de atuação projetual: *o trabalho autoral, mas como trabalhamos em dupla, duas cabeças, neste caso é um trabalho coletivo. (Tina)*

#### 4.5.3 Cultura de projeto e processos criativos:

Verificamos um processo criativo baseado na coletividade e na valorização pessoal como também no resgate dos valores locais. Tina e Lui oferecem subsídios lúdicos para envolver os artesãos nos processos de desenvolvimento de artefatos a partir de questionamentos e até de recursos de humor, a fim de gerar uma percepção de si mesmos, seu *ethos* e região.

Como na seguinte declaração de Cipolla (2004) onde a colaboratividade promove a produção de artefatos e serviços nos quais os valores gerados emergem das qualidades relacionais que possuem, isto é, da existência de relações interpessoais verdadeiras entre os envolvidos.

Percebe-se um interesse por materiais que estejam dentro de faixas mais acessíveis financeiramente aos artesãos, assim como que possuam mais afinidade com as habilidades técnicas e pessoais dos atores envolvidos, fato evidente na declaração: *são vários materiais e técnicas, pano de prato, fita mimosa, crochê então*

*a gente pergunta o que vocês mais gostam de fazer é mais barato. Crochê por exemplo, e quem gosta de pintar, vamos pintar. (Lui)*

Nota-se um interesse pelas técnicas e habilidades de cada artesão envolvido na produção de artefatos que fica aparente na afirmação:

*“[...] além dessa satisfação a gente vê potenciais fantásticos, por exemplo a Saccaro (loja de móveis) tem um exemplo típico, a gente trabalhou com o cara aquele que era alcóolatra, que fazia espigas de milho, a gente imediatamente viu o potencial, o cara vendeu durante um tempo, depois mais não, mas vendeu a bandeja que fazia para a Saccaro que tava em cima do móvel contemporâneo.” (Tina)*

É aparente uma sintonia com a concepção de Ostrower (1976) que indica que o homem é um ser “fazedor” capaz de estabelecer relacionamentos entre os múltiplos eventos que ocorrem ao redor e dentro dele. A partir desta relação com os fatos a mente configura uma experiência e a ressignifica, na produção de novos sentidos, como refere a designer ao recordar de uma imersão no Piauí, na cidade de Lagarto:

*“[...] na cidadezinha de Lagarto o que apareceu de bordado de lagarto de tudo que era tipo, mas fica engraçado, pois juntar por exemplo, todo esse trabalho muito bem feito por elas, com esses motivos, com um certo humor e tal foi fantástico e uma novidade que elas adoraram, a renda renascença que tem aquele bordado tradicionalíssimo, ninguém vai mexer naquele bordado, mas por exemplo na renda renascença eu fiz alguns desenhos e saiu uma linhazinha, então é muito rico o que pode expandir.” (Tina)*

O processo de conhecer-na-ação (Schon, 2000) de um profissional tem as suas raízes no contexto social, institucionalmente estruturado, do qual compartilha com uma comunidade de profissionais, que está evidenciado na afirmação:

*“[...] foi uma dificuldade, era um monte de mulher que faziam uns acabamentos monstros, era uma área cajueira, então eu disse vamos fazer caju ficou todo mundo gelado e eu disse vamos fazer caju. Eu tenho que me preparar quando eu chego numa comunidade, aí a gente vai aprendendo na marra.” (Lui)*

Percebe-se no processo uma afinidade com algumas matérias-primas de suas preferências, porém são também utilizados materiais de acordo com a disponibilidade destes nas localidades, assim como a utilização de técnicas artesanais conforme a tradição local:

*“[...] nós gostamos de design de raiz, a gente gosta da madeira, para nós duas trabalharmos a gente vai na madeira a gente gosta de fazer cadeira,*

*mesa, banquinho é isso que eu gosto e também um respeito pelas afinidades e habilidades naturais das artesãs. São vários materiais e técnicas, pano de prato, fita mimosa, crochê então a gente pergunta o que vocês mais gostam de fazer é mais barato. Crochê por exemplo, e quem gosta de pintar, vamos pintar. (Lui)*

As designers afirmam que o tempo de duração das imersões criativas interferem nos resultados, inclusive na continuidade dos projetos:

*“[...] quando é esse tipo de trabalho menor em tempo, a gente obviamente vai sabendo a tipologia que a gente vai trabalhar e aí a gente faz uma pesquisa prévia, a gente trabalha com várias tipologias, às vezes a gente tem uma familiaridade outras vezes não, mas a gente vai olhando o que que se pode fazer dali a gente faz uma pesquisa.” (Tina)*

Verifica-se a necessidade de pesquisas prévias da história local, matérias-primas disponíveis e recursos artesanais que são mais eficazes quando dispõem de uma estrutura que ofereça possibilidades de conhecimento mais aprofundado da região e comunidade, fato evidenciado na indicação: *hoje essas oficinas do Sebrae tem oito horas, vai sair uma porcaria né, porque em oito horas não se faz nada, mas às vezes depende do recurso que tem, mas a pessoa não vai ter condições de gerar os trabalhos, porque teria que ficar lá uma semana no lugar dela como nós íamos, então era lá no mundo delas, na vida delas ali tinha um resultado mais interessante.*

O design vem sendo caracterizado, cada vez mais, como uma ferramenta estratégica para o reconhecimento da produção local, pela promoção da valorização e a manutenção de aspectos culturais e de identidade regional. Há um intenso referencial criativo vinculado às histórias pessoais e raízes, numa afirmação de sua identidade incorporada ao território, que provoca caminhos processuais que remetem à identidade local, como indicada na afirmação:

*“[...] a gente sempre tenta fazer algo com uma história por trás, tem essa coisa do banco, que a gente se inspirou no banco gaudério botou com a sofisticação do jacaré, o banco rebanho a gente botou com pelego, tem na Estância (Tina e Lui passaram a infância em estâncias), é da gente, tem esses banquinhos de bichinhos que a gente fez, fazendinha, a linha que a gente fez também que fez muito sucesso, a linha imigrante uns anos atrás, é uma coleção maravilhosa. (Lui).*

Percebe-se uma aceção neste processo que indica a concepção de Meroni, a qual refere que “estratégias de relacionamento em rede tem a vantagem dual de serem capazes de produzir experiências positivas e significativas ao mesmo tempo

para a comunidade e para o indivíduo” (MERONI, 2007, p. 10). Outro aspecto apresentado na investigação se dá pela utilização de metaprojeto, mesmo que inconsciente, em que pela interpretação-chave de meios sociais e culturais que promove novos sentidos e valores, numa averiguação de projeto desenvolvido pelas dinâmicas dos grupos e pelas influências socioculturais que irão provocar novos artefatos que possam vir a ser uma tradução de tendências e desejos latentes dos indivíduos. O design é um catalisador de influências sociais, artísticas, econômicas, científicas e culturais, e nesta complexidade, é primordial a habilidade do designer em saber gerenciar, na cultura projetual, a abordagem deste mundo fluido e complexo, assim acreditamos ser o metaprojeto uma possibilidade de atuação na complexidade com um olhar “aberto e dinâmico”. Averiguamos no contexto processual criativo das irmãs designers uma correlação implícita com dinâmicas metaprojetuais que muito se assemelha com a construção teórica de De Moraes (2010) em que o metaprojeto vai além do projeto, por extrapolar o ato projetual, por tratar-se de uma reflexão crítica e reflexiva preliminar sobre o próprio projeto.

Constata-se uma interação profissional baseada nas capacidades de “ver”, “prever” e “fazer ver” elencadas por Zurlo (2010), nas quais é fundamental se obter uma visão apurada de um determinado contexto social para lidar com este, em que trata-se a capacidade de ver de uma observação dos fenômenos muito além da superfície visível, como um ato criativo, a capacidade de prever como a capacidade de antecipação crítica do futuro e a capacidade de fazer ver, a qual pode ser entendida como a capacidade de visualizar cenários futuros, que se fazem evidentes na afirmação:

*“Então é isso querida a gente faz essa coisa de olhar, de ajudar elas a enxergarem o entorno e a produzir produtos legais, mesmo que vamos chamar de design, elas têm aquela técnica que eu não vejo problema nenhum, mas vamos chamar de biscuit, técnica de maisena aquela coisa, é uma realidade dá dinheiro para eles, então em vez de eles comprarem a massinha pronta, uma coisa horrível, eles fazem biscuit, tanto que o bichos do mar de dentro é todo feito de biscuit.” (Tina)*

Verifica-se um interesse por técnicas tradicionais e quase em extinção, que são estimuladas a partir do desenvolvimento de artefatos com a utilização destas técnicas, como um modo de revitalizá-las e fomentar a continuidade destas, segundo indicam:

*“[...] é transformar uma coisa que é uma realidade, tem essas “dressas” (técnica italiana de trançagem de fibras,) isto é uma coisa que já tá acabando, infelizmente, são só as velhas, as muito velhas que fazem, é uma pena, a gente tem que incentivar, justamente criar um mercado.” (Lui)*

Percebe-se que as designers possuem o olhar apurado em detectar técnicas que possam ser utilizadas para criação de novos objetos com uma abordagem atualizada a partir dos referenciais criativos que partem das próprias peças e da localidade, há uma orientação quanto à qualidade técnica para adequação às normas do mercado a fim de gerar maior retorno financeiro às criações desenvolvidas pelo grupo, fato evidenciado quando apontam que:

*“mas todas elas resumindo é questão de ver uma técnica, algo interessante, até em extinção e incentivar a fazer produtos com cara mais contemporânea e tentar inventar algo, inventar produtos mais vendáveis, isso é uma coisa importante, não adianta negar, elas esperam um retorno, elas querem muito isso, em geral assim, às vezes o trabalho fica parado há muito tempo, não vende, sabe, por exemplo os jogos americanos, às vezes não vendiam, porque elas tavam fazendo continuações erradas, não tem que ser para o prato, não dá pra ser uma hora sai 18, as pessoas vão pegar, os xizinhos aqueles.” (Lui)*

Verifica-se que o artesanato é utilizado como um referencial histórico de resgate das raízes e que acaba por remeter a aspectos emocionais evocados pelos materiais que mais apreciam interagir, segundo indícios demonstrados na afirmativa:

*“[...] a gente fazia interior, arquitetura, mas sempre valorizou o artesanato, as coisas artesanais, principalmente artesão de raiz, sempre valorizamos, os arquitetos sempre tiveram uma tendência a gostar dessas coisas, a gente passou a infância toda em estância, então esse tipo de trabalho assim a gente sempre gostou, aqueles arreios que faziam para cavalos, a própria lã, a gente tem fascínio por coisas de lã.” (Lui)*

#### 4.5.4 Práticas ecossistêmicas

Um dos aspectos mais evidentes no processo criativo de Tina e Lui se dá pelas práticas em colaboratividade, em que é possível se visualizar uma construção de acordo com a ideia de um ecossistema humano, para se fazer possível uma aproximação com os determinantes específicos para cada participante do conjunto a fim do gerenciamento dos recursos disponíveis para as adequações necessárias e construtivas de organizações capazes de proporcionar um melhor aproveitamento de todos os elementos envolvidos e de suas aptidões que corrobora com a afirmação:

*“Outra coisa importante de dizer, esses autorais, claro às vezes fazem sozinhos, nós duas, mas quando é muito longe tem que ir mais gente. A gente fica muito à disposição tem que ficar morando, às vezes não dá, tem que ficar junto à comunidade, mas é um trabalho que é melhor estar junto à comunidade, quase de catequese, para tu conhecer, fazer, conquistar, para dizer tá mal feito, faz de novo, não faz.” (Tina)*

Há uma similaridade com as afirmações dos autores Manzini e Leadbearter (2007) que consideram “visionários”, os indivíduos que possuem a habilidade de ganhar o apoio da comunidade em que estão inseridos, atraindo e motivando as pessoas pela intensidade de suas ideias que provocam mudanças. As designers percorrem longas distâncias, inclusive no exterior para levar o conhecimento técnico do design com o seu “olhar universal” a fim de contemporizar práticas artesanais às vezes, sem qualquer aperfeiçoamento ou posicionamento crítico.

Percebe-se na metodologia processual da dupla de designers um interesse em provocar inquietações como na seguinte declaração:

*“[...] essa zona de conforto que elas estão às vezes não é, às vezes precisa mais e mais um pouco para sair e às vezes não é na primeira, são muito reservadas depois vão tocando e vão querendo, mas depende né, a desconfiança é só inicial, porque fica uma certa inibição, mas como a gente trabalha para integração a gente trabalha para isso.” (Lui)*

Manzini e Leadbearter (2007) afirmam que estes transformadores são os disseminadores de uma nova cultura de inovação, até que aos poucos um grupo cada vez maior de “transformadores” possa gerar um padrão de inovação sociocultural disseminado em maior abrangência pelas cidades e espaços rurais, qual motores de projetos inovadores.

Nota-se uma espécie de resgate de valor pessoal e profissional na comunidade, muitas vezes sem recursos financeiros, como afirmam: *gente sai deixando elas acreditarem que elas são boas e elas são mesmo, mas isso é um valor, valor real não é só falar, é valor, isso a gente viu em vários lugares.* (Tina)

Percebe-se uma conexão com as proposições de Manzini (2008) em que sugere que o designer utilize a criatividade e as suas habilidades profissionais como meios de promoção para inovação social e tecnológica em prol de uma transição rumo à sustentabilidade. Esta mudança de paradigma é um processo de aprendizagem social bem abrangente, na qual estas formas de expressões criativas, de compartilhamento de conhecimento e de capacidade organizacional requerem a

flexibilidade e a abertura para que se concretizem e sejam bem-sucedidas, fato expresso na afirmação:

*“[...] em Garibaldi, (Projeto Perlage) por exemplo, tinha um pedido tinha um projeto tinha um pedido para que fossem desenvolvidos produtos em torno do espumante porque é a capital do espumante do Brasil e isso serviu de mote e todas faziam coisas que a gente vai corrigindo. Assim que apresentam a gente saca. Ali tinham umas sobras de uma empresa de luminária, era descarte, então nós pegamos o descarte e a gente criou, com descarte e vidro e que fizessem o invólucro, a parte da cestaria para o vidro.” (Tina).*

Averigua-se uma sintonia com a teoria de Verganti (2008), sobre a inovação radical de significação de produtos e de linguagens que não é gerada pelas demandas dos usuários ou suas observações, aliás os usuários pouco auxiliam em entender mudanças radicais possíveis nas significações dos produtos, visto que estão imersos num contexto sociocultural que os conduz a interpretações que estão alinhadas com o que ocorre em seu cotidiano.

Nota-se no processo criativo das designers uma indicação de que o artefato se apresenta como uma entidade complexa em contínua evolução quando relacionado com a riqueza interpretativa e a possibilidade de descobrir novas identidades, apenas pela mudança do ponto de observação. O design de autor pela experimentação, pode ensejar técnicas e dinâmicas que contribuam ao integrar e promover práticas de co-design que transpareçam nas escolhas de referenciais de criação, materiais, desenhos e técnicas, como um elo comunicativo com a temporalidade de sua cultura. Assertiva que se torna aparente no depoimento:

*“[...] e vou te dar o nome de uma pessoa que enxerga bem isso que é a Taís Pena que é a mulher do prefeito de Canoas, conheci a Taís há uns anos atrás, num trabalho que a gente fez para a Caixa Econômica Federal sobre artesanato para algumas cidades do interior tipo Antônio Prado. Ela já contratou a Heloísa Crocco, a Mana Bernardes, já nos contratou, para o último trabalho de luminárias de pet, ela não é designer nem nada, mas ela abraçou, ela acredita nisso, ela incentiva, então com suporte administrativo da prefeitura ela conseguiu abrigar muitas mulheres nos projetos, mulheres assim de baixíssima renda, então elas começaram a coletar os pets. Ela é ambiciosa, pois é muito difícil fazer luminárias de garrafa pet e acabamos fazendo, mas este é um artesanato sem tradição nenhuma e é difícilíssimo trabalhar com pet. Ela pode contribuir com a questão do órgão público atuando no coletivo, nestes projetos criativos.” (Tina)*

Constata-se o envolvimento com projetos de co-design desenvolvidos por instituições públicas e políticas que possam promover o acesso de artesãos de baixa-

renda a nichos de mercado que apreciem trabalhos manuais associados ao caráter social de auxílio a pessoas em situação precária. Há um interesse por parte das designers em motivar as vendas e o retorno financeiro para comunidades de artesanato por onde passam, porém apontam como um obstáculo a dificuldade para vender os artefatos, como prováveis causas para o abandono de projetos proveniente da desmotivação dos artesãos: (Foto 14, 15 e 16)

*“[...] o grupo agora lembrei o nome chamava-se Casulo de Canoas criado pela Taís mostra que é fundamental o dinheiro nestes projetos e que o gargalo é justamente o mercado, porque tu podes fazer um trabalho assim com todas essas qualificações, todas esses predicados, valor e etc., mas o mercado hoje é extremamente complicado então e acho que o resultado não vender muito não é resultado de fracasso, no caso dessas mulheres, elas tiveram alguma dificuldade de vender em São Paulo na feira, tem isso então a expectativa do mercado, claro que tem que fazer para o mercado, porque elas tem que ganhar dinheiro, mas tem um lance assim, afora toda essa criatividade, todos esses produtos maravilhosos tem que ter claro, pé sempre no chão.” (Tina)*

Foto 14: Logomarca Cooperativa Casulo



Fonte: <http://www.cooperativacasulo.com.br>

Foto 15: Oficina de elaboração coletiva de luminárias – Cooperativa Casulo



Fonte: <http://www.cooperativacasulo.com.br>

Foto 16: Luminárias – Cooperativa Casulo



Fonte: <http://www.cooperativacasulo.com.br>

Nota-se que as dificuldades de retorno financeiro pelas vendas, é um problema ser dirimido:

*“E aí tem algumas coisas tão boas que não vão adiante porque tem o canal errado de vendas, ou não tem isso ou não tem aquilo, então tem essa parte toda que às vezes desentusiasma o artesão que diz ah eu não vendi e tem*

*uma série de razões para não vender ainda mais nessa época tão complicada, né Tina? (Lui)*

Percebe-se que o engajamento dos integrantes na coletividade é primordial para que os objetivos desejados sejam encontrados, pois são nos diálogos, na interação que novos caminhos são propostos e que as soluções são alcançadas, como fica claro na afirmação:

*“Esse trabalho nunca é sozinho, o nosso trabalho sempre, sempre são equipes que vão estar juntas, tem gente na equipe que tem mais facilidade, tem gente na equipe para conversar, outras que ficam mais assim num canto com artesãos, é uma variedade. O nosso propósito é fazer um trabalho coletivo né Tina é aí que está a riqueza.” (Lui)*

Nota-se que as designers criticam os projetos desenvolvidos na atualidade devido à escassez de tempo para o devido entrosamento com as comunidades, assim como a falta da utilização de equipes de variados campos profissionais a fim de promover mais profundidade de obtenção de informações da comunidade local, como fica evidente no depoimento: *mas eu acho que tem várias maneiras, não existe uma unidade, a gente trabalhou muito com o Sebrae que tem uma abordagem. O Sebrae naquela época disponibilizava equipe maiores se contratava fotógrafos, historiadores. (Lui)*

Percebe-se que as práticas ecossistêmicas ocorrem por meio de um processo do reconhecimento prévio e durante as primeiras reuniões, de acordo com a declaração:

*“[...] o nosso processo criativo inicia antes dos trabalhos eu e a Tina discutimos o que será que vamos fazer com esta comunidade, com essas mulheres a gente vê a tipologia primeiro né exatamente o que faz etc. às vezes a gente tem essa informação ou não a grande maioria das vezes a gente não tem muita informação sobre o que vamos encontrar. São trinta mulheres ou são quinze mulheres, elas fazem bordado e ponto. Costumam fazer bordados em toalhas por exemplo. Aí nós duas aqui no escritório começamos, o que será que nós podemos fazer, quem sabe uma toalha que tenha duas funções, uma toalha que dê tanto para enxugar a mão, quanto por exemplo servir para limpar o balcão da cozinha, será que funciona, não funciona, a gente vai discutindo o produto, talvez um produto dentro do que elas fazem, um produto diferente, mas abrangente que tenha um pouquinho de inovação e como aplicar o bordado, vamos ver o que nós vamos encontrar lá, porque na verdade o processo se dá quando a gente encontra o potencial das mulheres e os produtos que elas tem por isso a importância da gente pedir para elas trazerem o que elas fazem de casa, porque muitas vezes ali tá o grande mote para a gente começar a criar.” (Lui)*

Constata-se que a condução à inovação social se dá pela indagação dos valores socioculturais, determinando mudanças tanto na maneira como as pessoas atuam para obterem resultados (para resolver problemas ou gerar novas oportunidades) assim como dentro de estruturas organizacionais. Porém indagar requer saber interpretar a diversidade e neste ponto é possível demarcar uma intersecção com o fazer autoral, pois pode-se inferir tratar-se o designer de um intérprete do seu entorno. As gêmeas apresentam características de orientadoras, quando interagem com os artesãos em busca de novas soluções como evidente na afirmativa:

*“Como elas artesãs não tem a capacidade de partir de um produto e dele derivar para outros produtos, é raro isso aí, então elas se acostumam com um produto e normalmente elas mantêm aquele produto sempre, ótimo quando é um produto de tradição e ótimo deve ser mesmo, mas a maioria das vezes é um produto que elas viram assim e ficou muitas vezes com medidas erradas etc. um produto que deixou de ter uma certa função, que não tem mais sentido.” (Tina)*

Certifica-se da importância de uma conversa inicial das designers com o grupo como promotora do engajamento necessário para o sucesso dos projetos, como na premissa:

*“[...] então eu vou te dizer que a conversa inicial é um azeitamento digamos assim sem compromisso ainda porque a gente não sabe o que vai encontrar, então o processo se dá exatamente no local por isso eu acho que tem vamos dizer a capacidade ou interesse do designer fazer isso aí, tem designers talvez mais técnicos que gostariam de ir com a coisa mais pronta, mas nós não gostamos a gente gosta de ver ali, porque dali surgem coisas boas mesmo delas, a gente capta delas, e acho mais interessante esse processo assim local.” (Tina)*

Averigua-se que os resultados se dão mais nos aspectos de valor pessoal e resgate de autoestima que vem a ser os promotores de um novo patamar de qualidade aos artefatos desenvolvidos para gerar acesso a novos mercados pelas comunidades de artesãos, como se faz notório pela assertiva:

*“Eu acho que a gente mexe um pouco com elas, elas saem mexidas, porque às vezes essa zona de conforto que elas estão às vezes não é, às vezes precisa mais e mais um pouco para sair e às vezes não é na primeira, são muito reservadas depois vão tocando e vão querendo, mas depende né, a desconfiança é só inicial, porque fica uma certa inibição, mas como a gente trabalha para integração a gente trabalha para isso.” (Lui)*

Torna-se perceptível a necessidade de um perfil de liderança que possa estimular as práticas colaborativas nos grupos de artesãos. Se estamos a falar sobre indivíduos como uma espécie de líderes, devemos observar a necessidade da existência de cidadãos colaborativos que conforme Manzini (2008) são grupos de pessoas que colaborativamente resolvem problemas ou abrem novas possibilidades e que se tornam co-produtores dos resultados obtidos. Podemos afirmar tratar-se de relações colaborativas entre pares, e conseqüentemente num alto grau de confiança mútua. Neste caso, as designers indicam perfis diferentes, o delas e de Renato Imbroisi, como parâmetros para promover a colaboração de todos, como explícito na seguinte assertiva:

*“Mas nos primeiros contatos já cai essa história porque a gente vai conversando, vai dizendo o que é, eu acho bom nesses trabalhos assim, do coletivo, de quem vai trabalhar, porque são várias personalidades, das pessoas que atuam com eles, se um puxa o cordão mais assim, como é que eu vou dizer é uma habilidade, como eu já falei, o Renato tem a habilidade como eu vou dizer, mais Silvio Santos de liderança com atitudes assim, não é muito o meu estilo, a gente vai chegando mais devagarinho.” (Tina)*

Nota-se que o processo de integração ocorre pela organização dos grupos em pequenos círculos a fim de dinamizar um contato de proximidade pela quebra de hierarquias, numa construção de horizontalidades das relações interpessoais, conforme afirmação:

*“[...] existe sempre uma roda, a gente procura fazer sempre uma roda aí cada um fala de si do seu trabalho depois disso a gente vai fazendo pequenos, assim com produtos que elas vão trabalhar, dois ou três tipos de trabalhos, a gente vai colocando em pequenas rodinhas, a gente vai sentando nas rodinhas, assim que funciona, porque elas ficam melhores para falar contigo, ficar sentada assim com cinco ou seis e depois tu vais com as outras nove ou dez ou duas ou três e isso, elas ficam mais à vontade de mostrar de fazer, eu tenho uma inibição principalmente com as senhoras do interior assim.” (Lui)*

Apreende-se que para um engajamento mútuo entre os participantes é fundamental ocorrer uma preparação prévia tanto por parte das instituições que promovem a integração como pelas designers a fim de gerar uma resposta criativa e um melhor entendimento das propostas projetuais, assim como referem haver uma certa imprecisão pela concepção de muitas vezes os participantes associarem as designers a professoras e não parceiras no desenvolvimento dos projetos. Como se faz visível na seguinte declaração:

*“[...] tem que preparar muitas vezes elas já estão preparadas pra receber designers que vão trabalhar com elas em parceria e etc. muitas vezes é muito difícil do grupo entender pois esperam professores então ficam assim passivas então o trabalho da gente é chegar lá e dizer olha não vou te ensinar nada e eu não sei nem bordar vocês vão trazer de casa, a gente começa assim,, todo mundo se apresenta numa roda e depois a gente começa a falar o que tu gostas de fazer elas respondem eu faço isso, faço aquilo e tal.”  
(Tina)*

#### 4.5.5 Culturas mestiças

Faz-se evidente que o traço mais marcante da fusão étnica passa pelas mãos, pela artesanania como afirma a designer: *o artesanato é exatamente isso é uma coisa de dentro, uma coisa que traduz um povo, uma história é muito interessante o artesanato de raiz quando aparece um artesanato dessa qualidade, por exemplo a gente não mexe naquilo. (Tina)*

Percebe-se uma forte influência da cultura brasileira que segundo elas é bem localizada, em que cada região possui uma técnica específica na qual se aprimorou assim como as influências étnicas, os recursos econômicos, as matérias-primas que o local dispõe em abundância que irão formatar os produtos que serão desenvolvidos pelas mãos. As designers contam com peças em exposições pelo Brasil e que segundo elas fica ainda mais evidente a segmentação cultural que divide e nem sempre abarca grupos étnicos e histórias que fazem parte do tecido cultural brasileiro, segundo a designer:

*“[...] um material que é da exposição que nós fizemos no Museu da Casa Brasileira em São Paulo e a Adélia Borges a gente conhece ela ficou louca, louca com a coleção, e ela saiu do Museu, ela foi diretora muitos anos, a última exposição lá foi a nossa, foi incrível, emocionava tanta gente. Teve outra durante os quinhentos anos do Brasil, na comemoração dos quinhentos anos do Brasil foi uma exposição que reuniu várias pessoas, foi espetacular abordava o nordeste, o cangaceiro, o negro, o quilombola, abordava toda a arte missioneira, abordava várias, infinitas, eu tenho uma coleção muito legal desta que foi em São Paulo no Ibirapuera, mas não tinha imigração, daí a gente fez o que faltava, a gente fez essa exposição e foi o maior sucesso.”  
(Lui)*

Há a evidência de o artesanato gaúcho ser considerado sem um atributo próprio que o fundamente e fortaleça, há uma espécie de exclusão do sul dos centros culturais do país, como indicado na afirmação:

*“[...] porque no sul assim, não existe aquela tradição de riqueza que tem lá pela questão da ocupação dos portugueses, da centralização lá, Minas*

*Gerais, ficou uma riqueza ímpar, aqui no sul acho que pela própria colonização não sei te dizer porque tem razões históricas que podem revelar porque que no sul nós não temos tradição de bordado nenhum, os alemães, os italianos trabalharam mais com a cestaria, não a cestaria eu também posso dizer que o norte é também mais rico, pelos indígenas, pela miscigenação, os trabalhos de renda foram muito mais para o centro do país do que para cá, aqui a gente não tem essa tradição da renda irlandesa, renascença tudo é norte e nordeste então aqui a gente ficou mais sem um artesanato forte.” (Lui).*

Verifica-se que a afinidade das irmãs designers pelo artesanato provém de um profundo interesse pelas transformações culturais como também da inserção dos artesãos em novos nichos de mercado, proporcionando novos meios de obtenção de renda, de acordo com a declaração da designer sobre este assunto:

*“[...] certamente transforma, alguns podem ter bem esse aspecto de transformação cultural, porque aí é no decorrer dessa transformação do artesão que vai percebendo que aquilo ali vai sendo a sua própria linguagem nesse sentido fica cultural se culturaliza, se apropria pode ser, mas nem sempre isso ocorre. Tem que ter um tempo, mas tem condições sim de tratar de chegar nesse ponto.” (Lui).*

Percebe-se um obstáculo que as designers indicam estar se modificando que se dá pelo preconceito da população do Brasil ao próprio artesanato:

*“Eu acho que mudou um pouco o olhar para o artesanato, para o manual, para o Brasil a gente trabalha aqui né, trabalha em todo Brasil, mas digamos assim o nosso artesanato do Rio Grande do Sul, eu acho mais difícil porque o nordeste pela quantia e pela riqueza do trabalho principalmente têxtil né de bordados, rendas então esse aí já tá muito mais pronto, o nosso aqui tem que pelear ainda um pouquinho para ser visto também nos outros estados eu acho mais difícilzinho aqui. (Lui)*

Um das melhorias detectadas no diálogo entre o público consumidor e o artesão se dá pelos contatos com profissionais de outras áreas como designers e consultores administrativos lhes indicando diretrizes e novas percepções sobre os artefatos que produzem e com o posicionamento de mercado, fato evidente na seguinte declaração:

*“[...]tem a habilidade de captar essas coisas que normalmente são menosprezadas, o artesanato no início era até pejorativo. Uma feirinha de artesanato, mas isso aqui mudou, mudou bastante e tem outro olhar hoje, cada vez eu acho que isso aí está enraizado as pessoas já colocam o artesanato num outro patamar. “(Lui)*

A singularidade peculiar do trabalho artesanal é evocada por mobilizar uma questão emocional entre os atores, Lui infere que: *[...] porque é tortinho, não ficou, é*

*aquela ali que é a tua, tu não vais querer a primeira, nem a segunda é a terceira que tu queres, isso aí já tem um significado muito grande de repente naquela pesou um pouco a mão dele ou a tinta saiu mais escura então assim eu acho que o trabalho artesanal é único neste sentido. (Lui)* e indica que os preços devem ser considerados como mais altos devido ao valor humano ali registrado, há a singularidade que eleva a um patamar superior, como na seguinte declaração: *ele é único e isto é que às vezes o consumidor tem que estar preparado porque tudo que é feito um a um tem um preço diferente, porque não é um produto da china que é fabricado em série, aquilo ali é feito um a um e tem um valor maior. (Lui)*

Verifica-se que a concepção sobre o artesanato e a sua integração ao design provoca uma apreensão sobre a cultura brasileira e a mestiçagem, como um modo de promover a fusão sociocultural que pode indicar novos caminhos para a inovação social e reconhecimento territorial e local quando a designer afirma que: *[...] é certamente uma maneira de mostrar a brasilidade quem nós somos claro essa diversidade toda do Brasil muito rica acontece nesse trabalho fantasticamente muito, muito intensamente. (Lui)*

Compreende-se que o artesanato como indicam Imbroisi e Kubrusly (2011), ao se associar ao design pode gerar transformações fundamentais ao conectar o artesanato à contemporaneidade, pelas perspectivas geradas pelas orientações de designers junto aos artesãos, e o design identificado como uma ferramenta estratégica para a geração de novos produtos diferenciados, conceituais e de maior poder competitivo, indicando um importante fator decisivo para o fortalecimento e o amadurecimento de muitas comunidades e grupos de artesãos em todo o Brasil, este aspecto se torna visível na afirmação: *o artesanato é exatamente isso, é uma coisa de dentro, uma coisa que traduz um povo, uma história, é muito interessante o artesanato de raiz quando aparece um artesanato dessa qualidade, por exemplo a gente não mexe naquilo. (Tina)*

Assim como é uma oportunidade criativa e de reconhecimento de valor pessoal, a integração do designer e do artesão promove melhorias tanto financeiras como de resgate da identidade cultural. Que podemos depreender do seguinte depoimento:

*"[...] sem dúvida porque eu acho que essa valorização claro que sim porque vai propiciar uma melhoria de renda para todos, mulheres que na verdade é o que elas têm né é certamente uma maneira de mostrar a brasilidade quem nós somos claro essa diversidade toda do Brasil." (Tina)*

#### 4.5.6 Redes de valor

Verifica-se que a dupla de designers dedica uma atenção especial à continuidade dos projetos criativos junto às comunidades de artesãos, tanto que percebem que a existência de um líder, um articulador de interesses em comum, como um intérprete-chave capaz de traduzir os aspectos da cultura local que podem vir a ser transpostos em artefatos, se faz primordial. Porém referem a necessidade da geração de uma rede de atores de diferentes habilidades técnicas e profissionais para que os projetos sejam ainda mais bem-sucedidos, a fim de promover maior profundidade das relações e da troca de informações, assim como fomentar o conhecimento mútuo necessário para um engajamento adequado aos objetivos propostos a cada encontro.

De acordo com as designers:

*“No Piracema, quando a gente atuava no Piracema que eram projetos caros e projetos grandes, nós éramos sempre uma equipe com fotógrafos, designers gráficos também e a primeira coisa que era feita nos locais que a gente ia, era fazer contato com o historiador local, para poder falarmos com os artesãos com a história daquele local e esses eram grandes enriquecimentos que provocavam, no caso do mar de dentro tinha gente que nunca tinha ido no Taim, então é se mostrar a si mesmo, a gente tem esse papel, a gente acende a faísca.”(Tina)*

Depreende-se que deve ser fomentado um interesse pelo local, pelo que é produzido na região em que o próprio artesão habita e interage, e que muitas vezes desconhece. A designer aponta movimentos divulgados na mídia sobre movimentos que se iniciaram no mercado promovendo o que é produzido na sua localidade. Há a indicação de um aumento de interesse pelos produtos locais como sendo uma tendência, como na seguinte afirmação:

*“[...] isso está mudando, assisti uma entrevista na Globonews que casualmente estava falando sobre que no Brasil chegou muito forte a questão do local, principalmente na gastronomia, que eles denominavam de “locavorismo” que significa aquela história das feiras locais, tu trabalhas com produtos acerca de ti. E isso tá vindo muito forte, sem desmerecer a agricultura que mata a fome em larga escala, mas, achei bem legal isso, acho que tem esse olhar agora né. E nesse programa tinha um cara na entrevista que dizia: olha até um tempo atrás o que tinha valor era o que vinha de fora e hoje é exatamente o oposto é o que está sendo feito aqui.” (Tina)*

Constata-se que a utilização da tecnologia, redes sociais e softwares poderiam se tornar uma plataforma de integração para as comunidades, os artesãos e os designers de diferentes partes do país a fim de promover um intercâmbio cultural e de habilidades profissionais no fomento da geração de ideias e artefatos artesanais com orientação de design, fato evidente na assertiva:

*“Sabes que nós temos uma coisa que não desenvolvemos, importantíssimo hoje, que é o desenvolvimento desse tipo de projeto em redes sociais, usar a tecnologia para expansão, talvez não tenhamos feito porque a gente não é da era da tecnologia, mas eu acho que isso era uma coisa que pegaria tão bem. Pode ter certeza que esse tipo de coisa em redes sociais.” (Lui)*

Depreende-se que para que as redes sejam formadas de maneira igualitária é fundamental propor relações eivadas de horizontalidade como na afirmação: *uma coisa importante é respeito, tem que chegar de uma forma respeitosa, os artesãos, uns mais outros menos, mas sempre ficam achando que alguém que vem de fora, os tímidos assim, com autoestima baixa. (Lui)*

Outro importante aspecto se dá pela valorização pessoal de cada artesão, pelo trabalho e pelo seu devido reconhecimento: *a gente sai deixando elas acreditarem que elas são boas e elas são mesmo, mas isso é um valor, valor real não é só falar, é valor, isso a gente viu em vários lugares. (Tina)*

Concebe-se que as designers corroboram que a viabilização de projetos de integração entre designers e artesãos tenha investimento de entidades públicas ou privadas que possam fornecer subsídios à concretização destes. Fato evidente na declaração:

*“Um órgão como o Sebrae foi fundamental para promoverem esse encontro, foi o Sebrae que detectou as possibilidades de aproximação, foi esta instituição que contratou estes “autorais” então foi uma maneira de viabilizar, porque quem vai ter dinheiro para ir lá para Manaus, para a floresta? E fazer isso aí tem que ter algum meio, e o Sebrae foi esse grande agente que proporcionou isso tudo, claro que o objetivo era trazer uma nova forma de renda, emprego a essas comunidades. Porque o artesanato é o trabalho que se encontra nas comunidades, existe o fazer manual e daí eles fizeram estas parcerias com o design de todo o Brasil.” (Tina)*

As designers asseveram a necessidade de interlocutores que possam promover a integração pela descontração dos participantes, que tenham a habilidade de estimular diálogos e interesse nos integrantes a fim de promover práticas de interatividade coletiva, que se evidencia pela afirmação:

*“Falando assim do Renato ele tem uma característica ao estilo “Silvio Santos” e isso é natural dele é um cara assim que conquista a mulherada, chama todo mundo ali eu não sou assim, eu a Tina temos o nosso jeito mais contido, mas funciona super bem, criando um relacionamento ótimo com artesãos. Mas uma pessoa assim como o Renato (Imbroisi) é também superimportante numa comunidade longe.” (Lui)*

Considera-se que as designers tenham um interesse bem direcionado para ações coletivas que sejam capazes de transformar culturalmente e socialmente um grupo ou uma comunidade de artesãos a fim de estimular aptidões criativas muitas vezes negligenciadas pelas circunstâncias de vida, segundo o depoimento a seguir:

*“É um trabalho bastante de parcerias, de muito contato humano, muito relacionamento, tem as diferenças nossas, a gente tem o foco de fazer alguma coisa dentro de comunidades e uma vez nós sem instituição sem nada sem Sebrae, nós trabalhamos muito no morro da cruz num trabalho social. Existia um trabalho muito bom de marcenaria, onde um padre auxiliava jovens na recuperação do vício em drogas, e acabamos por passar para eles execução da material fazendinha.” (Tina)*

Percebe-se um foco constante na transformação sociocultural até mesmo de indivíduos representantes de exclusão social, porém indicam alguns obstáculos à continuidade destes projetos que foram desenvolvidos espontaneamente pela dupla sem o suporte de outras instituições como na assertiva:

*“[...] eles aproveitavam o material que a polícia federal entregava, os caça-níqueis apreendidos, era MDF e aquilo tinha montanhas, nós bolamos e fizemos alguns produtos com eles, a coleção fazendinha que a gente criou, bolou e eles executaram. Depois não deu certo por falta de dinheiro e aí o padre se mudou e foi um desastre.” (Tina)*

A dupla de designers assinala que o envolvimento promovido pelas imersões nas comunidades, seja o responsável pelo maior sucesso dos projetos de integração entre designers e artesãos, fato evidente no depoimento:

*“Os atores somos nós e cada um atua diferente do outro então realmente tu tem que saber então nestes trabalhos criativos tem que ser psicólogos quase, tem que ter, tem que ter, a gente ouviu depois desses trabalhos, em que a gente tinha passado uns sete a dez dias junto às comunidades comendo, dormindo até em lugares como escolas e tal que no final, nos encerramentos os depoimentos são as coisas mais gratificantes, que a gente ouviu do pessoal lá, eu não sabia que era assim, eu não sabia que isso ou aquilo, é uma valorização tão grande da pessoa que eles ficam assim, olha a gente mexe com a pessoa.” (Lui)*

Nota-se que o engajamento em imersões mais longas de seis a sete dias promove a confiança mútua necessária para a construção de uma rede de atores em prol do desenvolvimento de artefatos inovadores, segundo a designer: *são os tais dos mecanismos que tu tens que ter, a sensibilidade para poder ganhar a confiança e o interesse, despertar isso. (Lui)*

Percebe-se que as irmãs relacionam o tempo de imersão e a grande variedade de atores envolvidos na construção do projeto de integração, com o sucesso dos projetos, a fim de promover mudanças nas comunidades, porém afirmam o grande dispêndio de capitais para a promoção destes eventos, como um dos obstáculos encontrados:

*“[...] tanto é que nesses trabalhos por ter um historiador local, alguém que saiba que soubesse mais do que nós do que o Sr. Google dizendo uma pessoa de lá que nos dissesse porque que era assim porque que era assado, elas ficavam atentíssimas, então tinha um grande ganho esses trabalhos do conhecimento e depois do resultado, né Tina? Elas no universo delas, então realmente havia mais condições de trabalho, mas deveria haver um suporte do Sebrae, eu acho que uma instituição é preciso, mas foi muito criticado porque achavam que o Sebrae despendia um valor enorme nesses projetos e depois não acompanhavam.” (Lui)*

Depreende-se que houve dificuldades, além da questão dos fundos necessários para a sua promoção, pela compreensão do tempo necessário para a fluidez da produção artesanal e como entidades como o Sebrae são fundamentais à manutenção de tais projetos:

*“[...] a dificuldade de entender que o tempo do artesanato é muito grande, então foi um início, o Sebrae até hoje. Então o fruto desses trabalhos todos são os resultados, agora os resultados custam, mas as instituições são muito importantes são elas que proporcionam isso, as empresas particulares também, aqueles trabalhos muito as florestas, reflorestadoras que tem interesse do pessoal que mora ali, então contrata o designer para um trabalho de artesanato, para design arte e tal. (Tina)*

Constata-se nos ecossistemas ser vital o reconhecimento de líderes, indivíduos capazes de motivar, ter uma visão de mercado e comercialização de objetos, com o intuito de manter o projeto em atividade e despontando em novos nichos mercadológicos, como relata a designer:

*“A gente percebe isso, o grupo vai dar certo porque são muito interessadas, essa daqui assumiu a liderança ela vai pegar a dona Maria a fulana e isso vai dar certo, por exemplo o trabalho dos bichos do mar de dentro teve uma*

*liderança espetacular, do Carlinhos, esse cara, a Tania também são pessoas que ficaram como assim liderança mesmo, fazem parte tanto da comercialização, do recolhimento de produtos e tudo mais, no interior lá isso é tão difícil, difícil de achar esse empreendedor, muito difícil achar empreendedor.”(Lui)*

Verifica-se que o perfil da maioria dos artesãos é não apresentar habilidades empresariais, o que não é sua função, como afirma: *é gestão, gente que tem empreende, o artesão não tem esse perfil de gestor, e teria que ser uma pessoa que quisesse, ao Sebrae não cabe essa função. (Lui)*

E Tina Moura assevera a constatação de um paternalismo que pode ser prejudicial ao artesão: *é comercialização, é botar o produto na praça, tem a tendência do paternalismo. (Tina)*

Assim como Lui Lo Pumo indica que o corte de verbas foi lentamente sendo implementado até que alguns projetos desaparecessem: *tinha uma verba para material, depois não teve mais verba para material, então essas coisas assim foram morrendo. (Lui)*

Averigua-se um interesse em auxiliar os artesãos na devida exposição de suas peças, por meio de dicas de vendas e como melhor se posicionar no mercado consumidor, visto que os artesãos pelo escasso acesso aos meios urbanos, prescindem destas informações:

*“[...] o que é feito um a um é mais complicado, por isso que a gente fica como é que ele vai colocar no ponto de venda dele se não mostra tudo para apresentar para o consumidor para olhar ver reconhecer aquilo como trabalho diferente então às vezes até na exposição do produto faz toda diferença, isso a gente tenta também comentar que coloca tudo junto, não coloca as coisas para o consumidor perceber, não é uma coisa, talvez em outros países seja muito mais, mas assim nós aqui não estamos acostumados a reconhecer essa diferenciação do artesanato uma coisa nova então tem que estar bem comunicada a quem vai, por isso tem que ter sempre o tag para reforçar o significado feito pela fulana à mão pela comunidade tal, que representa aquilo ali e escrever tá ali o produto escrito assim é vendido melhor.” (Lui)*

Verifica-se um interesse pela devida orientação comunicacional e mercadológica que realizam espontaneamente com o propósito de valorizar a singularidade de cada artesão e artefato desenvolvido por ele:

*“O objetivo de tudo isso, tem que ter várias muletas para vender o trabalho. Quase que faz parte do trabalho artesanal essa parte de comunicar muitíssimo importante, o olhar do outro muda tudo, o olhar do consumidor*

*quanto o olhar, ele vai entender que tem que pagar mais porque ali ele vai ver que foi feito pela dona abobrinha, ah gostei mais desse porque foi a dona Geci, aquele outro foi da dona maria, ah da dona Geci eu gosto mais. Então essas coisas que são do trabalho típico do artesão e isso nunca vai mudar e aí que está a beleza a riqueza.” (Lui)*

Depreende-se um foco na decodificação de potenciais, por vezes escondidos entre os próprios artesãos, e fazer deste um processo educativo sobre a região do artesão um modo de apropriação de sua cultura pelo próprio produtor assim como reconhecimento de seu valor pelo usuário final, fato evidente na assertiva:

*“Então o nosso papel ali foi decodificar que produtos são esses que ele faz onde está o tchan dele onde podemos explicar aquela maneira super bacana de fazer então e dali que saem os produtos e a coisa vai indo esses produtos e essas ideias que se criam dependendo da comunidade tem um super sucesso, tanto que o bichos do mar de dentro acho que é o case mais legal de todos porque teve gente que absorveu bem, teve gente que saiu, foi uma parceria que veio para ficar tem uma conotação não só do produto em si como educativa de preservação ambiental de espaço, então tinha muitas coisas para dar certo, um produto desse teor e outros que foram muito bacanas e não deram certo tem algumas experiências .” (Tina)*

Nota-se que as designers referem os casos de sucesso de projetos, inclusive que não fizeram parte para indicar características que possam servir de base a outros projetos, em que ratificam a importância de espécies-chave, líderes que possam dar continuidade ao processo criativo pela horizontalidade das relações:

*“[...] um dos quais em um caso típico, eu não trabalhei com ela, Canoas que são mulheres que trabalham com reciclagem de pneu de automóvel, tiveram duas ou três designers que deram o start, hoje a Dona Edi, ela tá vendendo, ela criou um loja uma corrente, uma cadeia que ela me disse que tá quase fechando com a Paquetá ou Renner uma dessas. Ela é uma criativa e eu vou te dizer mais e as coisas que ela começou a criar são super legais, foi uma coisa que brotou de um trabalho de design e que frutificou de uma forma fantástica para ela e ficou muito importante para ela e para as outras que trabalham com ela. Então eu acho que é singular sim, até porque cada uma é cada uma né? A gente até procura não fazer a mesma coisa porque sempre uma vai fazer melhor do que a outra.” (Tina)*

As designers afirmam que um dos pontos de dificuldade do prosseguimento dos projetos de integração ocorram pelo desinteresse do Sebrae pelos investimentos em projetos de integração de designers e artesãos, gerados pelo corte de verbas e criação do CRAB (Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro) no Rio de Janeiro a fim de divulgar as criações coletivas das integrações a brasileiros e estrangeiros, mas os cortes são significativos à continuidade de tais projetos:

*“Eu acho que o teu trabalho coincide bem com a inauguração do CRAB, que é um momento de diferencial eu acho, de colocar o artesanato no seu lugar de destaque junto ao SEBRAE, tão investindo e enxergando isso, embora o SEBRAE, por exemplo diminuiu a verba em 30% devido a essa situação do país estão investindo 30% a menos em projetos, a gente tá sentindo inclusive, agora com o CRAB ele não está investindo agora nos profissionais ele está colocando o artesanato num lugar, num patamar para ser visto por turistas e pelo próprio brasileiro. É superambicioso o CRAB tem restaurante cada um com comidas típicas do Brasil.” (Lui)*

Destaca-se a indicação de movimentos espontâneos nas comunidades de projetos de trabalhos autorais envolvendo a coletividade que possam ser uma saída para os cortes promovidos pelas instituições públicas quando aponta: *lá em Paraty tem um movimento interessante também com a Bernadete que atua junto à FLIP, fazendo um trabalho criativo com um pessoal muito interessante. (Tina)*

Assim como, indicam caminhos para os desafios apresentados nestes trabalhos em coletividade, como a criação da loja Histórias na Garagem de Tina Moura, um espaço em Porto Alegre, que possui a função de expor e promover trabalhos realizados por comunidades artesanais que tenham tido contato com o design a fim de proporcionar o encontro entre os atores envolvidos no processo de criação e o usuário final numa cadeia de geração de inovação sociocultural:

*“O grande desafio do desenho autoral conectado com o artesanato, é quando a gente se retira faz todo aquele trabalho com elas e eles, mas a grande maioria são mulheres, quando a gente se retira é necessário um empreendedor ali e muitas vezes não existe empreendedor então a continuidade pode ser prejudicada e o próprio empreendimento, tanto que nós fizemos uma loja para poder botar o trabalho, a origem da histórias na garagem foi justamente uma necessidade de criar um espaço adequado para este tipo de produto que não pode se apresentar numa feira, eu digo a feirinha de artesanato, mas ele precisava ser colocado num lugar legal ele é design tem muita coisa agregada então o histórias na garagem começou assim, minha loja vai fazer 5 anos, adaptações aos tempos que a gente vive no Brasil, então eu tive que agregar algo sempre dentro do conceito autoral, mas começou a entrar mais a parte de vestuário que é onde a gente não atua mas enfim é instigante também e sempre bom ter que lidar com estilistas. Mas sempre com alguma coisa de história.” (Tina)*

#### 4.5.7 Síntese das análises do processo criativo de Tina e Lui

Evidenciam-se aspectos, neste ponto da pesquisa, que podem ser considerados determinantes consoante ao percurso criativo da dupla. Inicialmente é averiguar uma relação intrínseca com a coletividade como propulsora de atos criativos, acarretando métodos de improviso e do lúdico para engajar e envolver os artesãos nas propostas projetuais, lançadas como esboços a serem desenvolvidos e desenhados pelo tecido grupal. Torna-se aparente a construção de um processo criativo, junto a comunidades, a partir de algo tangível como peças artesanais desenvolvidas previamente aos encontros, como uma metodologia para desencadear ideias originais a partir do tradicional e principalmente pelo valor emocional agregado ao objeto, como meios de empoderamento, resgate histórico, cultural e da própria manualidade que geralmente provém de linhagens anteriores às quais os artesãos dão seguimento.

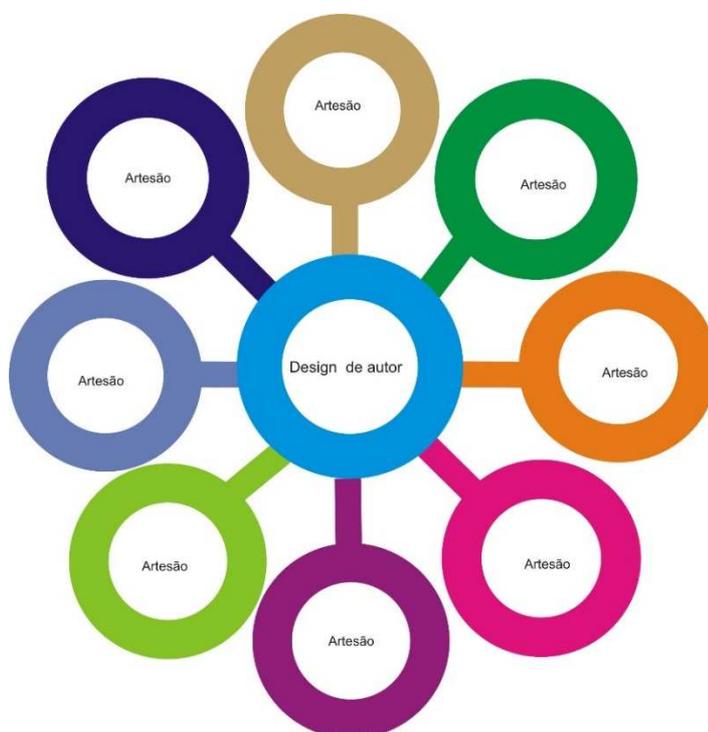
Em seguida, salienta-se a concepção e a consolidação da estrutura coletiva a partir da horizontalidade das relações entre designers e artesãos, em que se destaca a identificação de perfis de liderança dos grupos locais a fim de disseminar as práticas projetuais desenvolvidas pelas designers na região, como também a fim de manter a continuidade e a integridade das formações em grupo. Ressalta-se que estes perfis foram identificados como indivíduos que detenham maior conhecimento das técnicas e habilidades como motivação, empreendedorismo, capacidade de interpretar o meio e comunicar-se com os demais participantes.

Outro aspecto que é fundamental destacar, trata-se da identidade regional, da cultura e da história das localidades que passam a ser referenciais criativos na propagação de reconhecimento da própria região, visto que diversos artesãos indicavam o desconhecimento de seu entorno, a fim de proporcionar uma possibilidade de pertencimento e apropriação de seu *ethos*. O valor simbólico no processo criativo das irmãs designers passa pelo resgate sociocultural, da integração dos artesãos a linguagens e símbolos que fazem parte de seu cotidiano, como desencadeadores de novos sentidos e impulsionadores de uma produção mais condizente ao mercado contemporâneo e a nichos mercadológicos que apreciem trabalhos manuais e narrativas étnicas e socioculturais.

Se os processos de co-design convocam todos os participantes a colaborar

criativamente a partir do *Know-How* difundido pelos designers, tornou-se adequada a abordagem pela produção espontânea prévia aos encontros, com estímulo motivacional e de observação da própria produção, visto que os artesãos tendem a replicar objetos, muitas vezes sem adequações técnicas para a inserção em novos mercados. A observação das peças que fazem parte do patrimônio intelectual e emocional de seus lares provoca indagações e novos prismas de leitura dos seus meios provocando estímulos de interação e contribuições projetuais positivas para o percurso criativo e de valorização do seu ambiente e de si mesmos.

Fig. 10: Síntese: processo criativo ecossistêmico



Fonte: elaborado pela autora

#### 4.6 Estudo de Caso: Processos Criativos de Rodrigo Almeida

Foto 17: Rodrigo Almeida



Fonte: [www.casavogue.globo.com](http://www.casavogue.globo.com)

O designer autoral se destaca no cenário mundial pelas referências étnicas que apresenta em sua obra. A trajetória profissional de Almeida (foto 17) tem início pelo contato com os irmãos Campana, que perceberam em *workshop* realizado em Paris um potencial talento autoral. Proveniente do interior paulista, atua nos mercados nacional e internacional utilizando técnicas de manufatura artesanal e misturando elementos, numa acepção à mistura de suas raízes portuguesas, indígenas e africanas.

O designer utiliza um forte apelo sustentável, pelas constantes pesquisas e garimpagens em brique de móveis usados e lojas populares para captar o manancial cultural de seu país a fim de traduzi-lo no processo criativo que se redesenha nas referências *vintage* que sustentam a sua memória e remetem a um Brasil que habita o ideário de cada brasileiro.

A influência dos Campana é aparente pela interação de materiais orgânicos e rústicos em suas obras. Rodrigo remonta a convivência com os ascendentes e com

o seu modo simples e brasileiro de habitar o espaço, pelos traços da natureza e pela mistura de raças que formam o seu povo. E é nesta percepção apurada das formas e do entorno pelas nuances de cores, que as ideias surgem na versatilidade de moldar, por exemplo, uma luminária a partir de um par de tênis envolvido com o braço de um macaco de brinquedo para provocar reações inesperadas no público. (Foto 18)

Foto 18: Gorilla, Rabitt and Sneaker lamps – Rodrigo Almeida (2010)



Fonte: [www.studiorodrigoalmeida.com](http://www.studiorodrigoalmeida.com)

Uma forte tendência no processo criativo de Almeida é a garimpagem, que associa aos catadores de lixo, que segundo sua percepção, encontram-se à margem da sociedade e buscam suas sobrevivências naquilo que a população rejeitou e descartou, como um Brasil negligenciado e esquecido de si mesmo.

O designer refere muito de sua inspiração a dois ícones da cultura brasileira, Lina Bo Bardi e os irmãos Campana, os quais intitula como inventores do design brasileiro. Seu trabalho de autor prioriza o desenvolvimento de cadeiras, as quais associa com o corpo humano, por ter pernas, braços e tronco, além de permitirem uma variação de exercícios formais e valor simbólico. (Foto 19)

Foto 19: Barraco Chair– Rodrigo Almeida (2015)



<http://www.studiorodrigoalmeida.com>

Na confecção de seus projetos, que se dá pela mistura de diferentes texturas, percebe a mestiçagem na fusão de materiais, fazendo assim uma relação direta com a cultura popular brasileira. Para ele o design deve fazer mais do que somente oferecer funcionalidade às pessoas, o design é uma questão existencial, que deve ser um reflexo de sua cultura, um testemunho de seu tempo. O objeto deve comunicar algo, deve dialogar com o usuário, rompendo com a visão de uma sociedade que supervaloriza o exclusivo, a exclusão, para assim avançar na linguagem local.

Mesmo diante de questões globalizadas, o designer que expõe seus trabalhos nos principais salões e exposições do mundo, como Milão, Paris, Xangai entre outros, percebe parâmetros projetuais que regem uma linguagem universal de design, em que uma cultura não se sobrepõe a outra, mas passa a ter relevância em sentidos, de uma cultura para o mundo. Pois é pela combinação do tripé cultural brasileiro: indígena, africano e europeu, que o Brasil teceu a base de sua identidade nacional.

Podemos relacionar alguns trabalhos de destaque que transparecem esta fusão atávica brasileira como a cadeira África, feita de madeira com assento e encosto de cordas de construção (foto 11). No acervo, há a significativa linha de mobiliário desenvolvida para a fabricante de móveis francesa *Fateditions*, na qual pela inspiração no trabalho do pintor Jean Baptiste Debret, que retratou o Brasil durante

missão artística francesa no século 19, Almeida devolveu a sua impressão sobre a cultura francesa, como uma interatividade de percepções culturais. O brasileiro participa de vitrines mundiais por meios de exposições, workshops, tendo por destaque a exposição individual “Poéticas da Miscigenação”, na galeria FAT, em Paris. O artista ainda conta com peças em exposições permanentes como as do Centro Nacional de Artes Plásticas (CNAP) e do Centre Georges Pompidou na França, assim como a do Museu de Culturas Brasileiras em São Paulo.

O próprio Almeida refere que:

É importante que o objeto consiga se comunicar, faça parte de seu tempo, represente sua cultura. A miscigenação é um dos mais importantes aspectos do meu trabalho. Tudo é híbrido e não óbvio. Por exemplo, o projeto da cadeira África não se parece tradicionalmente com uma cadeira África, mas o ritmo e o design do objeto de alguma forma nos remete à influência da cultura africana no Brasil. As estruturas são uma expressão importante do meu trabalho. Em todos esses projetos, eu trabalhei com estruturas visíveis, sobrepondo-se em diferentes camadas de materiais, criando uma tensão entre flexível e inflexível; materiais que dobrem, deformem e interlacem estruturas com movimento natural, como se a matéria fosse jogada contra a estrutura sem cautela. Este jogo poético não somente busca uma estrutura de linguagem do ponto de vista formal da construção do objeto, como também resulta da minha referência do processo cultural brasileiro. (ALMEIDA, RODRIGO in EYE4DESIGN, 2011)

#### 4.6.1 Práticas autorais

O processo criativo de Rodrigo Almeida parte da questão de projeção de objetos de luxo, no caso para exclusividade, onde o entrevistado indica que: *eu quero fazer objetos em escala limitada, objetos únicos, objetos de luxo até objetos de grande tiragem, tudo é uma questão de decodificar o objeto*. Fato indicado por Dormer (1995) que sugere a classificação dos produtos com este viés exclusivista como uma espécie de "design de luxo" qual uma categoria do design e da produção de objetos domésticos ou de lazer que se divide nos denominados objetos paradisíacos e de figuração, os quais por paradisíacos podemos indicar artefatos intencionalmente projetados à elite consumidora, enquanto por objetos de figuração aqueles que são direcionados ao público que admira e aprecia a riqueza.

Encontramos subterfúgios para depreender que o design autoral de Rodrigo Almeida possa se encaixar nesta denominação, porém o autor indica aqui um

contraponto, enquanto a entrega final é dirigida a poucos a elaboração destas peças passa por muitos, todavia esta abordagem parece ficar oculta diante de conceitos fadados ao estereótipo vigente.

Percebe-se na produção de Almeida um interesse pelos resultados de fusões de materiais, de estéticas e de experimentação, o seu processo ocorre por meio de protótipos como na seguinte afirmação:

*“Eu faço uma série de protótipos, eles naturalmente se dividem em famílias, duas ou três coleções e depois eu começo o trabalho de divulgação e tentar levar isso para a indústria e a partir desse protótipo desenvolver produtos para a indústria.” (Almeida)*

Observa-se um olhar que detém uma centralidade, fechando o escopo e referindo a uma individuação: *na verdade, não tenho um olhar muito panorâmico. Sou melhor focando e descobrindo o valor individual das pessoas e objetos.* (Almeida)

Outra característica que se torna evidente no seu processo de trabalho vem a ser o aspecto simbólico que está elencado na declaração: *meu processo de criação é esse, ele é mais voltado para um espírito estético e transformar esse espírito estético em produto do que exatamente trabalhar aspectos reais.* (Almeida)

O foco da projeção de artefatos se direciona à indústria mesmo que as peças a princípio sejam singulares, em que podem se transformar em outras peças, em objetos que partem desta originalmente, como afirma:

*[...] objetos que não tem como chegar à indústria, porque são peças únicas, mas eu consigo pensar em contas de espuma revestidas de algum material ai você começa a fazer a transposição do material para você conseguir pensar numa escala maior e para mais pessoas.” (Almeida)*

Os aspectos simbólicos são interpostos para provocar emoções e a inter-relação com o usuário num intercâmbio dialógico como ressalta: *[...] qual a sensação da vida daquela pessoa para transformar aquilo num objeto e o processo parte dessas referencias [...].*

Nota-se um interesse por deslocamentos de função como maneiras de transpor sentidos e propor questionamentos, numa proximidade com a perspectiva dadaísta, propiciando um olhar incomum para as peças cotidianas. Almeida afirma:

*“[...] muitos designers brasileiros começam com esse aspecto de deslocar o material, o objeto da função original, a gente tem a sorte de não saber copiar nada direito então fica uma coisa meio européia, mas que também não é, que também não é americana e fica essa coisa desse limbo, você assume a deficiência, assume o defeito, você sofre as influências de fora e transforma isso em outra coisa.” (Almeida)*

Percebe-se que o valor simbólico é evocado pela ressignificação constante como declara: *eu fiz uma exposição em Berlim em que toda a inspiração era na cultura africana no Brasil, qual a dificuldade de fazer isso? Não existe um objeto na cultura do Brasil afro-brasileiro, o que existe são estéticas afro brasileiras. (Almeida)*

Nota-se que a cultura e o meio no qual está inserido refere uma simbiose ao escopo do design e ainda mais aparente na autoria, pois percebe-se uma aproximação ainda mais necessária e fundamental para a validação desta área no meio profissional e cultural ao qual está vinculado, pois há como afirma Almeida sobre o seu processo criativo, um ponto de convergência de projetos autorais que vem a ser a cultura brasileira, o jeito do brasileiro viver e de se relacionar com o objeto, dado evidente segundo a declaração:

*“[...] é um processo artístico, uso muito do meu repertório de vivências pessoais, sinto que sou mais verdadeiro quando declaro minhas origens, é dela que consigo extrair os cheiros, sabores e imagens. Junto a isso tem a construção formal do objeto. Quando as duas habilidades funcionam juntas o processo é bem-sucedido. O que ao meu ver jamais pode acontecer é a inspiração na cultura brasileira, um brasileiro declara a sua cultura e não se inspira nela.” (Almeida)*

Averiguamos que o processo criativo do designer apresenta como principais recursos criativos a experimentação, os deslocamentos e o valor simbólico como recursos para representar e ratificar as origens e a cultura brasileira numa evocação singular coletividade.

#### 4.6.2 Cultura de projeto e processos criativos:

Para Rodrigo Almeida o processo criativo de um projeto deve estar voltado à produção de objetos exclusivos e singulares, onde o entrevistado indica que: *eu quero fazer objetos em escala limitada, objetos únicos, objetos de luxo até objetos de grande tiragem, tudo é uma questão de decodificar o objeto, um artefato inicialmente direcionado a um público específico pode vir a ser transformado em outros.*

Observa-se uma “reflexão na ação” de Schon (2000) quando o designer indica um processo de experimentações:

*“[...] no começo eu acreditava que as sobreposições de imagens eram suficientes, mas logo percebi que precisava criar fusões. Por exemplo como seria uma cadeira Afro Brasileira ou uma cadeira com influência da cultura japonesa em São Paulo? Como materializar essas imagens? Esses objetos não existem em nossa cultura material, eles precisam ser inventados. Por isso a princípio meu trabalho se aproximava mais da arte do que do objeto de design, criei e ainda crio um vocabulário denso para ser então aplicado no produto.” (Almeida)*

Percebe-se uma similaridade com a concepção de Verganti (2008) em que os valores simbólico e emocional são aspectos relevantes somados ao interesse pela funcionalidade. O significado de um artefato que abrange características afetivas e necessidades socioculturais, tem por finalidade a proposição de um sistema de valores, identidade e personalidade, que ultrapassam a dimensão estilística. O designer assinala um deslocamento que propõe rompimentos da função do objeto com a sua constituição para que sejam observados outros aspectos do artefato, como na seguinte declaração:

*“O projeto erosão é uma mistura de dança com design é como você deslocar o objeto do ambiente do design de uma exposição formal e você propor para ele um novo uso, tem a questão que é bastante lúdica, a questão da dança em si, nesse projeto a gente fala de tempo, são três apresentações e na última a cadeira é queimada.” (Almeida)*

Percebe-se no processo criativo uma evocação à fusão por meio de um *brainstorm* criativo em que se fundem materiais de diferentes valores simbólicos como pequenas cordas de pvc com ouro, resina e madeira queimadas com várias peças do alfabeto em ouro e pérolas negras em um trabalho totalmente artesanal.

Notam-se referências da cultura nacional como indicativos de inspiração criativa como em especial na música, pelo movimento tropicalista e pós-tropicalista. No design brasileiro se identifica com o trabalho dos irmãos Campana e na forma que Lina Bo Bardi introduziu um novo pensamento sobre o objeto brasileiro.

Quanto aos aspectos mercadológicos, indica não pertencer à dinâmica do designer que pensa no custo mais baixo para produção, com um viés popular, a produção é realizada sob medida.

Verifica-se que o aspecto simbólico é a base de suas criações, nas quais a

cadeira África, tem uma fundamental representatividade porque refere a cultura afro-brasileira que para o designer é uma invenção, indicando que o processo de criação é mais voltado para um espírito estético e na transformação desse espírito estético em produto do que no desenvolvimento de aspectos reais.

Constata-se uma preocupação com o encaminhamento do produto ao mercado em que se notou ser fundamental o artesanato como caminho para chegar à indústria visto que esta é a etapa final do projeto.

Verifica-se a utilização de aplicação de materiais com elementos nobres e reciclados como o jacarandá e o mogno mesclados a referenciais de diferentes períodos como o modernismo, que fica evidente na seguinte afirmação: [...] *porque o material, para modernismo brasileiro é tão importante como o desenho.*

Percebe-se na concepção do designer a delimitação entre os campos do artesanato de design, em que indica: *nem todo designer é artesão e nem todo artesão é designer, mas no meu caso muitas vezes eu me interessei pela fusão dos dois aspectos.*

#### 4.6.3 Práticas ecossistêmicas

A realização dos projetos autorais de Rodrigo Almeida se dá pela concepção de Golley (1993) que afirma que nos organismos há espécies-chave que propiciam ambientes especiais para muitos outros grupos, percebemos esta concepção na projeção de um tênis xoboi que ocorreu por meio de um projeto realizado em parceria com diversos designers autorais da Paraíba: Rodrigo Ambrosio, Zanine Zanini, e Sérgio Matos, neste projeto participaram artesãos que executaram uma tradicional sandália da região, elaborada em couro que recebeu um tratamento contemporâneo ao ser mesclado a um tênis esportivo, o projeto teve como o principal envolvido nas diretrizes projetuais o próprio Almeida, que se tornou a espécie-chave a estimular e unificar ideias até a concretização do artefato.

Deste modo, podemos encontrar similaridades nos organismos sociais, nos quais podemos inferir que a complexidade que realmente sustenta um ecossistema é mais abrangente do que sugerem os sistemas em rede.

Celaschi (2007) ainda assevera que paralelamente e além da dimensão do design, que mantém o foco na modificação formal ou na geração de novas

configurações, há um discurso que possibilita a utilização de conhecimentos e especialmente no problema da mudança da forma ou da geração de novas formas, e supõe que exista um discurso que pode empregar as práticas de uma disciplina científica e o conhecimento para entender melhor os bens, qualificar e quantificar e se possível, aprofundar as dimensões de valor desses bens, um indício da mercadologia contemporânea.

Verificamos esta acepção quando Rodrigo declara o seguinte aspecto:

*"[...] tem uma nova geração de marceneiros/designers que poderiam funcionar do ponto de vista comercial. Eu acho que projetos mais arrojados poderiam ser reinterpretados para a indústria, mas isso é um trabalho de diretor criativo e nós praticamente não temos isso aqui." (Almeida)*

Percebe-se uma preocupação com as questões de sustentabilidade nos artefatos que produz, quanto à durabilidade de materiais e principalmente quanto ao valor simbólico, sobre o que declara: *acho que o que a gente busca hoje é um novo significado para o objeto, quanto mais ele tiver significado, mais sustentável ele vai ser, quanto mais tempo as pessoas ficarem com os objetos, melhor e para isso acontecer elas têm que se relacionar com o objeto. (Almeida)*

Depreende-se a atuação junto a comunidades de artesãos pelo designer, na participação em projetos, inclusive idealizados por ele como: Design Armorial no Rio São Francisco - Afluentes, ocorrido em março de 2016, junto a um grupo de oito pessoas, quatro designers e quatro artesãos. A integração foi planejada para propor criações em dupla, formada por um designer e um artesão a partir dos referenciais da natureza local, da Ilha do Ferro, localizada às margens do rio São Francisco, no município de Pão de Açúcar. Os designers participantes provinham de diferentes regiões do país para compor a integração com artesãos locais a fim de elaborar artefatos como bancos, mesas, luminárias e vasos, com a finalidade de serem expostos na Semana de Design em São Paulo. Durante a imersão de quatro dias, os designers realizaram uma pesquisa sobre a cultura da Ilha e da rotina dos artesãos. O projeto teve por objetivo a construção de peças autorais a partir de objetos artesanais, em parceria com os próprios criadores a fim de transpô-los para uma linguagem de design.

O projeto foi subsidiado pelo apoio da Universidade Estadual de Alagoas, do Governo do Estado de Alagoas e da Galeria de arte Karandash. (Foto 20)

Foto 20: Rodrigo Almeida pintando a luminária Ilha do ferro



Fonte: [www.casavogue.globo.com](http://www.casavogue.globo.com)

Desta integração, os integrantes puderam intercambiar técnicas qual a *assemblage* dos Campana, numa fusão de materiais, texturas e cores, associada ao entalhe na madeira, peculiar do artesão. Almeida atuou na mistura de elementos disponíveis na região e do acervo dos artesãos para que na junção de formas fossem gerados artefatos ao estilo do design.

Utilizou principalmente a desconstrução de formas e os deslocamentos. Os objetos desconstruídos, eram esculturas do artesão Zé Crente, e tratavam-se de um pássaro com cabeça de canguru, uma cobra, um pombo, um boi para nesta reformatação coletiva surgir a cadeira Catingueira, os vasos Boi, Crente e a luminária Ilha do Ferro.

Foto 21: Cadeira Catingueira - Rodrigo Almeida e Zé Crente



: [www.casavogue.globo.com](http://www.casavogue.globo.com)

#### 4.6.4 Culturas mestiças

Percebe-se que a mestiçagem é um aspecto constante na obra de Almeida que indica a fusão de formas e materiais e se torna um ponto fundamental de seu processo criativo, fato evidente segundo a declaração: *[...] comecei a trabalhar com a cultura brasileira e comecei a codificar o que interessava no Brasil. (Almeida)*

Verifica-se um processo de fusão cultural que mantém cada elemento íntegro, passível de reconhecimento como fica evidente na seguinte declaração:

*“[...] precisamos fundir as camadas e não apenas misturá-las, considero um projeto bem-sucedido quando ele remete a nossa cultura sem ser óbvio, quando o espírito estético se sobrepõe ao material ou forma.” (Almeida)*

Nota-se que o designer apresenta um interesse bem direcionado a uma fusão de linguagem, por uma questão de miscigenação, da construção de imagem enquanto cultura. Possui como referenciais culturais artistas como Oiticica e os tropicalistas que

realizaram uma fusão da arte erudita com a arte contemporânea,

Constata-se que expressa um interesse por manifestações culturais em geral com o foco mais direcionado ao tripé fundador da cultura brasileira como a indígena, a africana e a portuguesa.

Verifica-se que o designer busca inspirações na cultura brasileira por meio de estilos, folclore, técnicas artesanais que para ele são um relato de identidade.

Percebe-se uma relação com o artesanato mais delimitada a uma conexão com a indústria, pelo setor moveleiro, que acredita ser mais direcionada ao artesanato, pelas facilidades e por ainda não ser elaborado para um grande público e por considerar um mercado mais fragmentado que mantém uma certa manualidade.

Constata-se um interesse bem direcionado à sustentabilidade e à ressignificação, o designer acredita que os artefatos autorais são propulsores de inovação sociocultural. É na relação com os artefatos que o designer vê possibilidades de transformação, pois o modo como o usuário se relaciona com os objetos revela muito de si mesmo e de sua identidade.

#### 4.6.5 Redes de valor

Verifica-se que pode ser um obstáculo a forma como o brasileiro se relaciona com a sua cultura, ao afirmar que no início da carreira não teve interesse nos aspectos culturais brasileiros e constata que todos os atores envolvidos no desenvolvimento de projetos criativos não possuem um conceito, uma identificação contundente com a sua cultura, sobre o que declara: *eu gostaria muito que o brasileiro tivesse um olhar mais carinhoso sobre a própria cultura, acho que a gente vive num momento propício para isso de maior autoestima, eu fico nas feiras atendendo o público, justamente para entender esse processo e acho que as pessoas entendem sim e gostam bastante.*

Nota-se uma rede de atores que atuam em colaboratividade com o designer no desenvolvimento de suas peças autorais, no entanto estes atores estão mais circunscritos aos ambientes de criação, como ateliers e exposições, ou atuando na divulgação de seu acervo e exposições pelo mundo.

O designer conta com uma equipe de artesãos para elaboração de peças, como serralheiros, marceneiros, bordadeiras executando projetos e materiais a partir de suas habilidades técnicas, assim como fotógrafos, assessores de imprensa,

assistentes e designer gráfico que atuam cada um a integrar as suas habilidades de maneira a possibilitar a materialização dos projetos autorais, não há uma horizontalidade abrangente de inter-relações, visto que no centro do processo encontram-se as ideias desenvolvidas pelo designer.

Constata-se a participação em ações sociais de integração com artesãos de comunidades sem recursos financeiros, a fim de promover melhorias quanto a renda e acesso destes ao mercado consumidor das peças produzidas nestes encontros, geralmente atua em duplas ou trios e depreende um fator de aprendizagem e de grande ganho cultural, no intercâmbio de técnicas e conhecimentos, como uma apropriação do próprio território e da cultura fundamentais à construção de uma identidade de design legitimamente brasileira, que pode ser indicada na seguinte declaração: *não se tinha interesse pelo design brasileiro, acho que isso vem mudando de forma bastante consistente, com a própria valorização do modernismo que até pouco tempo não tinha essa mesma importância depois com o trabalho dos Campana e agora com a minha geração e com uma outra geração que já tá aparecendo é um processo em andamento, mas acho que essa questão do design brasileiro está sendo melhor vista .*

#### 4.6.6 Síntese das análises: o processo criativo de Rodrigo Almeida

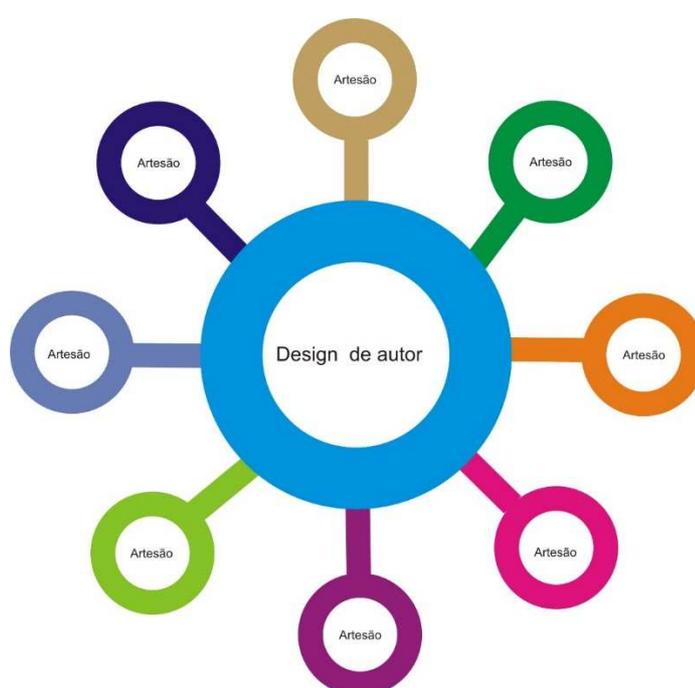
Em sintonia com a afirmação de Rock sobre as características estilísticas do design de autor, percebe-se que o deslocamento dos objetos de seu espaço e função originais é um componente visível no trabalho desenvolvido pelo designer.

O valor simbólico é outro aspecto evidente que se encontra na composição conceitual das peças desenvolvidas, em que a fusão de técnicas possibilita um aspecto da interpretação cultural de suas raízes.

Verifica-se que há uma relação perceptível com o artesanato, que para o designer é um elo cultural para as referências estéticas da cultura miscigenada. Há o interesse e a participação presencial em ações motivadas por grupo de designers, como o projeto Afluentes, ocorrido na Ilha do Ferro em Alagoas, com a finalidade de buscar novos protótipos conceituais para exposições, porém pelas possibilidades de

formas e construções manuais para a experimentação, não há um interesse tão evidente na interação em grupos e disseminação de técnicas, há um trabalho coletivo a partir de projetos desenvolvidos com outros designers a partir de peças artesanais e que envolvem um ou dois indivíduos numa troca direta de informações e da manufatura em conjunto.

Fig. 11 Síntese: processo criativo ecossistêmico



Fonte: elaborado pela autora

#### 4.7 Discussão das análises e proposições projetuais

Neste capítulo, são apresentadas as discussões baseadas no cruzamento das análises dos dois estudos de caso, sintetizando as investigações realizadas, visando à criação de metodologias que proporcionem práticas ecossistêmicas a partir do processo criativo do design autoral.

Partimos da premissa de que cada designer possui o seu modo singular de operar em sistemas criativos, assim como atua numa metodologia particular de criações e experimentações que proporcionam novos modelos projetuais, protótipos e artefatos. As sínteses e proposições partem de um esforço de adequação das

soluções aos dois contextos observados, intentando estender os resultados para projetos que convoquem a participação coletiva de designers autorais, designers e artesãos os quais possam se beneficiar dos conhecimentos vindos da cultura do design autoral.

#### 4.7.1 Discussão das análises dos estudos de caso

Embora as características projetuais criativas dos designers aqui analisados sejam quase antagônicas, visto que Tina e Lui partem da coletividade para encontrar o singular e Almeida parte da singularidade para expressar o coletivo. A estrutura metodológica do processo criativo destes designers promove competências que podem se tornar geradoras de práticas ecossistêmicas entre os atores.

Mostra-se necessário que os designers possam ter mais acesso a projetos de integração em comunidades de artesãos a fim de promover intercâmbio de técnicas manuais, conhecimento e despertar novos sentidos, pertencimento local e o reconhecimento de identidade como um resgate da estima do artesão pelo conhecimento e contemporização de seu trabalho, assim como o seu acesso a novos mercados, e ao designer pelo resgate da tradição, das raízes culturais e do valor simbólico.

Destaca-se a importância de motivar o perfil de liderança, de um incentivador nos grupos de criação coletiva para que seja o propulsor de novos projetos e possibilite a continuidade destes.

Estes indivíduos são passíveis de estimular outros indivíduos, são os geradores de transformações nestes grupos.

Percebe-se a necessidade de diagnosticar e incentivar as competências dos participantes por meio de imersões mais longas em temporalidade propiciando um maior envolvimento e conhecimento da cultura local. Percebe-se que é fundamental para a disseminação de metodologias criativas a partir do design autoral, um maior comprometimento das instituições públicas e privadas no interesse da geração de inovação social e cultural a partir de técnicas em coletividade que possam ser utilizadas para uma melhor interpretação e reconhecimento de seu *ethos* e região, com a promoção de encontros culturais em que possam haver trocas de experiências, diálogos de perspectivas individuais e coletivas, assim como os designers possam

proporcionar pelo olhar incomum, pelos estímulos visuais, lúdicos e até de humor, inovações socioculturais lançando questões, ou obstáculos no caminho dos outros como refere Flusser, para que na coletividade, possam ser geradas novas proposições criativas que evoquem a cultura brasileira e o resgate do próprio design brasileiro, pela reconexão horizontal das suas bases históricas e do artesanato, numa apropriação cultural e social do reconhecimento do designer pelo seu território e do seu “fazer design”. Verificamos que os designers pesquisados transitam pelas capacidades do design de Zurlo (2010), o ver, o prever e o fazer ver e as suas práticas podem ser propagadas em formações circulares como referem as designers Tina e Lui, qual uma forma de iniciar os processos criativos em grupos. Estas pequenas rodas circulares, todas com construções horizontais de inter-relações dos indivíduos, promovem uma dinâmica de abertura a expressões singulares que possam contribuir com o coletivo. Porém convém destacar que há uma centralidade, uma diretriz calcada no papel de “transformadores”, atores que apresentem características de liderança que possam conduzir os grupos a outras dinâmicas colaborativas a partir da metodologia absorvida pela aprendizagem junto aos designers.

Verificamos movimentos espontâneos na sociedade, por meio de projetos de criação coletiva e intercâmbio de técnicas, promovidos por designers, artistas e artesãos, numa troca pertinente de conhecimentos e habilidades a fim de gerar novos artefatos e sentidos para alavancar as relações dos indivíduos com a sua cultura e localidade. Numa dinâmica de construção coletiva que se torna singular, pela manualidade e diferenciação que o produto artesanal provoca, além de promover o olhar apurado sobre si mesmo e a identidade mestiça, na fusão de elementos que formam a sociedade, como um modo de questioná-los e porque não os aprimorar continuamente, num processo de inovação social e cultural que parte da própria comunidade.

Verifica-se estes movimentos pelas afirmações da entrevistada Ivone Bins, artista plástica que trabalha com cerâmica:

*“Eu desenvolvo esse projeto que é as leitoras são três figuras modeladas muito simplesmente assim com a mão, não tem muita técnica, mas daí eu utilizo o barro hora branco, hora vermelho e faço isso repetidamente e elas vão cada vez adquirindo uma postura diferente e uso essa repetição pra construir então esse projeto onde eu uso três colocadas num banquinho de ferro com tratamento especial e apresento elas assim.” (Ivone)*

Foto 22: A artista e artesã Ivone Bins



Fonte: elaborado pela autora

Constata-se que o interesse pela técnica surgiu durante as aulas de artes plásticas, em que surgiu o desafio de lecionar uma técnica que não possuía o pleno domínio e a partir desse desafio, que poderíamos aproximar de um “fazer na ação” de Schon (2000), descobriu uma afinidade que a levou a querer compartilhar a estima pela técnica com outras pessoas interessadas:

*“Eu sou artista plástica, tô sempre trabalhando com as mãos, a cerâmica eu comecei dando aula para alunos, fui professora vinte e cinco anos, aí no ter que dar aula eu comecei a gostar de fazer cerâmica comecei a buscar isso como uma forma de confraternizar com outras pessoas, eu tenho um grupo que vai na minha casa toda a semana que faz juntas, estamos sempre uma empurrando a outra, pensando em projetos novos.” (Ivone)*

Verifica-se que a artista associa o barro como uma técnica artesanal muito apreciada no Brasil e afirma a acepção de Ostrower (1976) de que criar é formar algo novo quando assevera que:

*“O barro é muito presente no nosso artesanato eu sempre modelo figuras assim femininas porque eu acho que tem a ver com toda a minha vivência em desenhar modelos na faculdade e até hoje a gente tem também desenho de modelo, sou ilustradora então o desenho tá sempre muito presente e o barro*

*vem nessa coisa assim, é gostoso de pegar um material e transformar em alguma forma e eu acho que o artesanato brasileiro ele é muito rico dependendo da região a gente tem várias tendências, mas acho que não sei se eu faço arte ou artesanato eu acho que essa diferença é muito tênue". (Ivone)*

Percebe-se que a entrevistada associa o artesanato à replicagem de técnicas e que a arte seria a propulsora de mudanças e de novidades:

*"[...] é uma questão da repetição, geralmente a arte sempre produz coisas novas e o artesanato ele cria mais a partir de uma repetição, uma vivência com essa continuidade eu acho que é por aí, mas eu não procuro diferenciar eu faço arte ou faço artesanato porque eu acho que as duas coisas são muito ricas e se complementam, não tem como separar muito. "(Ivone)*

Constata-se que a entrevistada verifica que os trabalhos artesanais sejam muito particulares, muitas vezes individuais e outras vezes provenientes da coletividade:

*"Eu acho que é variável, eu acho que tem artesãos assim que são bastante individuais e tem outros trabalhos que buscam mais a coletividade porque é necessário né? E porque torna esse artesanato mais rico, essa troca maior onde várias pessoas interagem e interferem um no trabalho do outro com ideias nesse sentido." (Ivone)*

Percebe-se o interesse em participar de oficinas de integração que possam fomentar novos sentidos, quando declara: *ah eu tô sempre buscando coisas novas, eu gosto, eu lecionei muito tempo eu gosto muito de trabalhar com materiais reciclados com coisas assim gosto.*

Verifica-se que o interesse pela sustentabilidade, principalmente pelo uso de materiais reciclados:

*"Não no meu trabalho eu até uso umas coisas, mas até não são muito presentes, quando professora eu buscava materiais reciclados para trabalhar, para transformar eu acho que isso aí o artesanato hoje tem muita possibilidade, muita coisa que a gente vê que transformam." (Ivone)*

Compreende-se uma avaliação sobre as condições do artesanato atualmente como favoráveis ao acesso e a disseminação de técnicas na sociedade:

*“Eu acho que o artesanato está vindo com força total, está havendo essa volta, ao faça você mesmo, de transformar, fazer lustres de galhos de árvore, enfim eu vejo muito, eu acompanho muito essa retomada, não aconteceu a morte do artesanato. Eu acho que faz tão bem tu trabalhar com isso, só quem trabalha sabe, faz tão bem para a alma. Acho que nesse mundo tão conturbado a gente tem que buscar essas alternativas, isso faz bem, nesse sentido.” (Ivone)*

Destaca-se o trabalho coletivo pelas oficinas de integração espontâneas às quais explana sobre:

*“A gente trabalha com cerâmica onde cada uma tem o seu projeto a gente às vezes mostra umas para as outras e opina, dá ideias, ah mas o que eu utilizo como suporte, vamos usar isso, vamos usar aquilo, não vamos experimentar esse, há essa troca e isso é muito bom e tem os grupos de desenho, também a gente procura se reunir para desenhar. Como forma de desenvolver o teu traço, o teu estilo pessoal, então eu sempre busquei muito um grupo, trabalhei muito em grupo eu acho que é a tendência também hoje.” (Ivone)*

Foto 23: Placa da loja Pra Presente



Fonte: elaborado pela autora

Outra entrevistada, Elisa Craidy, iniciou um movimento espontâneo, pela Loja Pra Presente, como um espaço próprio para a divulgação e a exposição de trabalhos provenientes da integração do design e artesanato. Elisa indica caminhos para a propulsão de vendas pelo contato direto dos produtores com os usuários finais, em que relata a criação de um evento mensal (Domingo no Jardim) a fim de promover o intercâmbio e o contato entre estes, o usuário, o artesão, o artista e o designer:

*“[...] eu tenho a loja há um ano e na loja o meu objetivo é só ter peças manufaturadas, são peças de arte, artesanato e design e eu resolvi fazer esse evento uma vez por mês que se chama domingo no jardim onde eu convido só as pessoas que já tem peça na loja para expor e para aproximar quem cria*

*de quem produz e quem compra porque uma das diferenças da loja é que todas as peças aqui tem uma história que eu tento contar, mas poder aproximar o artista do comprador é a melhor coisa do mundo porque daí ele pode explicar melhor a peça, ele pode conhecer, o meu objetivo é esse juntar quem faz e quem compra. “(Elisa)*

Percebe-se o interesse da empreendedora por artefatos que comuniquem novos sentidos, histórias pessoais e de uma localidade, incentivando o acesso dos consumidores a peças provenientes de diferentes regiões do país:

*“[...] é uma loja pequena compre de quem faz, acho que é isso a peça artesanal manufaturada ou feita por designers ou por artesão, ela tem história eu tenho percebido as pessoas que entram na loja, percebem a loja como um lugar diferente e é isso porque eu acho que os produtos aqui têm alma.”  
(Elisa)*

Constata-se que o interesse da empreendedora ocorreu pelo contato direto com os artefatos provenientes dos projetos de integração entre designers e artesãos, inclusive há peças de projetos de Tina e Lui, como Ladrilã e Bichos do Mar de Dentro na loja, em que refere:

*“E sou publicitária eu trabalhava em empresa chegou um momento assim deu porque eu não aguentava mais daí eu comecei a fazer bazar e fui me encantando, fui conhecendo trabalhos maravilhosos Brasil a fora e hoje eu busco isso, produtos que tenham diferencial, um artesanato que tenha diferença. Na verdade, a loja já tem isso, quando eu resolvi, a gente tá num ano de crise, tá todo mundo se movimentando, o que eu posso fazer para trazer mais público, para mim e para o meu cliente que é o meu produtor daí eu pensei em fazer domingo no jardim, porque eu tô num bairro residencial junto a um restaurante. Domingo é um dia que o restaurante tem bastante movimento então eu já trago um público para a feira e bota quem produz em contato com quem compra, para a pessoa entender a técnica, poder conhecer o artista. “(Elisa)*

Foto 24: Artefato Tina e Lui e Ladrilã



Fonte: elaborado pela autora

A empreendedora acredita que há um interesse cada vez maior pelos produtos, e que o usuário começa a se interessar gradualmente pelos artefatos, principalmente pelos diferenciais de exclusividade que estão agregados à peça:

*“Muita gente se surpreende ao entrar na loja, se surpreende com o que encontra na loja e acho que sim acho que as pessoas estão começando a perceber que esse tipo de produto tem um diferencial. Claro não são produtos muito caros, tem coisas mais caras e coisas mais baratas, as pessoas já não compram mais no impulso como acho que já compraram, mas eu acho que sim, as pessoas percebem a diferença, tem muitos clientes que vem comprar seus presentes aqui porque devem gostar de uma coisa diferente.” (Elisa)*

A empresária ressalta a singularidade que provém do coletivo como resultados da integração que se materializam em objetos de uso ao afirmar: *até porque não buscam artesanato por artesanato, o artesanato tem uma impressão da pessoa.* (Elisa)

Foto 25: Artefato Tina e Lui e Ladrilã



Fonte: elaborado pela autora

Verifica-se que a singularidade expressa nas peças artesanais provenientes do encontro com designers estão manifestas como diferenciais que partem do próprio indivíduo que elaborou: *Quero dizer assim, tem muitas técnicas que várias pessoas fazem, mas alguns são mais interessantes, esse diferencial não sei te dizer o que é acho que é a impressão da pessoa, tipo uma digital, imprimir né? (Elisa)*

Percebe-se uma implícita indicação de reação à industrialização: *pra mim foi, absolutamente, pra mim foi, eu sou consumidora né eu sei, essa coisa da China e produção em série, a gente hoje tem quem valoriza que quer dar um presente, tem que dar algo que tenha mais sentimento. (Elisa)*

Depreende-se que a empresária afirma o interesse pela identidade brasileira, pela fusão de elementos por buscar variedades de artefatos que possuam diferentes técnicas artesanais, matérias-primas e sustentabilidade como valor agregado:

*“Eu não posso te dizer isso como uma coisa consciente, não é uma coisa consciente, eu procuro não ter peças que tragam em inglês, que tenham marca em inglês, ou que tenham uma impressão em inglês eu procuro não ter isso, porque eu acho que a nossa língua é tão linda e a gente tem que tentar resgatar, mas não é uma coisa consciente, por exemplo eu tô agora*

*falando contigo e tô olhando essas peças, são biojoias da Amazônia, tem umas peças de látex da Amazônia que é um látex de um artesão que faz a extração, mas não é uma coisa totalmente consciente é uma coisa que eu venho buscando porque é o mais bacana.” (Elisa)*

Compreende-se que estes pequenos movimentos localizados nos espaços urbanos, que podem vir a ser aproximados do conceito de descontinuidades locais sugerido por Manzini (2008) culminam com a inauguração do CRAB – Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro situado no Rio de Janeiro na Praça Tiradentes que revela cerca de oitocentas peças de artesanato, design e arte e tem Adélia Borges como curadora da exposição, Origem Vegetal, mostra aberta que tem por objetivo apresentar peças de diversos designers entre eles Tina e Lui e suas galinhas da Cantina Benta, selecionadas pela matéria-prima (palha). O CRAB conta, como expositores com nomes como o de Heloísa Crocco, os Irmãos Campana, Renato Imbroisi, Ronaldo Fraga entre outros.

O acervo é o resultado das passagens destes designers pelo país, em comunidades de artesãos, em que oferecem suas expertises para a promoção de orientações criativas em artefatos que se originem da cultura brasileira sem macular a sua autenticidade.

E corrobora com o tema desta investigação, o encontro entre o design de autor, a arte e o artesanato como o resgate da cultura brasileira, pela reintegração de elementos afins, de maneira a tornar-se cada vez mais uma prática de design, a fim de oferecer suporte à interpretação da sociedade brasileira e porque não restaurar o valor, a estima do brasileiro pelo seu território e raízes.

**Quadro 1 – Práticas autorais Tina e Lui**

<b>Métodos</b>	<b>Como se apresenta</b>
Experimentação	Pesquisa prévia, histórias locais, técnicas artesanais, artefatos; Solicitação de peças já prontas, antigas que possuam história; Desconstrução das peças ou inserção de novos elementos; Utilização de recursos lúdicos e de humor para promover engajamento de todos os integrantes, materiais sustentáveis, artesanato e manualidade.
Deslocamentos	Utilização de objetos em contextos diferentes aos originais, desconexão forma da função, fusão de elementos.
Valor simbólico	Utilização de referenciais estéticos que tenham conexão com a região, representações da história local e do cotidiano da comunidade.

Fonte: elaborado pela autora

**Quadro 2 – Práticas colaborativas Tina e Lui**

<b>Métodos</b>	<b>Como se apresenta</b>
Integração designers e artesãos	Pesquisa prévia da comunidade de artesãos; Reuniões com os grupos em formação circular; Conversas informais de maneira horizontal; Detecção de líderes em potencial para dar continuidade aos projetos; Estímulos pelo reconhecimento de valor no trabalho do artesão, adequação técnica de materiais e artefatos aos parâmetros mercadológicos; Orientações sobre preços, modo de exposição e divulgação de trabalhos;
Recursos financeiros	Se faz necessário o investimento de instituições públicas ou privadas, pelo alto custo dos projetos de integração; Os projetos devem ser de no mínimo sete dias e ter caráter de imersão de designers na comunidade de artesãos; Deve haver a formação de equipe de diferentes profissionais, como fotógrafos, historiadores, designers gráficos a fim de oferecer suporte aos projetos de integração.
Divulgação e comercialização de artefatos	Deve haver orientação a partir de profissionais de gestão para suporte em vendas, elaboração de plataforma em rede por meios tecnológicos que facilitem o acesso e comunicação entre artesãos e designers, localizar espaços, feiras e exposições que possam vender os artefatos.

Fonte: elaborado pela autora

**Quadro 3 – Práticas autorais Rodrigo Almeida**

<b>Métodos</b>	<b>Como se apresenta</b>
Experimentação	Pesquisa prévia em briques e antiquários, pesquisa conceitual; Fusão de elementos, sem misturar as camadas; Desconstrução de objetos existentes para transformar em novos artefatos; Mistura de elementos de diferentes períodos da arte e do design, utilização de recursos lúdicos; materiais sustentáveis, artesanato e manualidade.
Deslocamentos	Utilização de objetos em diferentes contextos, fusão de elementos, desconexão forma da função.
Valor simbólico	Utilização de referenciais estéticos que tenham conexão com a o tripé cultural brasileiro – indígena, africano e europeu, misturas de elementos de luxo com materiais de descarte, cultura pop com elementos de nobreza.

Fonte: elaborado pela autora

**Quadro 4 – Práticas colaborativas Rodrigo Almeida**

<b>Métodos</b>	<b>Como se apresenta</b>
Integração designers e artesãos	Reuniões com um ou dois artesãos; Conversas informais de maneira horizontal; Prototipagem a partir da desconstrução de peças já elaboradas pelo artesão; Elaboração de peças em parceria com o artesão.
Recursos financeiros	Se faz necessário o interesse de empresas privadas, entidades públicas e escritórios de design a fim de promover encontros de integração de designers e artesãos. É fundamental a divulgação em mídia, veículos de comunicação e sites a fim de gerar interesse de patrocinadores e futuros investimentos.
Divulgação e comercialização de artefatos	A divulgação deve ser abrangente com participação em exposições de design e arquitetura pelo país, assim como por meio de veículos de comunicação especializados, a comercialização se dá por contato com o escritório dos designers e assessoria de imprensa.

Fonte: elaborado pela autora.

Quadro 5: Resumo das Análises

Rodrigo Almeida	Tina e Lui
<p><b><u>Práticas Autorais:</u></b> deslocamentos da função dos objetos, protótipos, experimentações pela fusão de materiais, valor simbólico, pesquisa conceitual, movimento da singularidade para o coletivo.</p> <p><b><u>Cultura de Projeto:</u></b> utilização de materiais nobres e comuns utilizados para composição, valor simbólico, projeto conceitual, artefatos dialógicos, utilização de recursos lúdicos, observação das formas e culturas, interpretação da contemporaneidade e dos objetos, artefatos com identidade e assinatura.</p> <p><b><u>Práticas Ecosistêmicas</u></b> atuação em projetos de participação coletiva junto a artesãos de diversas partes do país, participação coletiva em projetos de grupos autorais, papel de agente transformador junto a artesãos e intercâmbio de técnicas, sustentabilidade como diretriz de produção de artefatos com maior significação a fim de gerar bens duráveis, pelo uso consciente.</p>	<p><b><u>Práticas Autorais</u></b> experimentações a partir do tradicional, improviso, pesquisa histórica e cultural do local, deslocamentos dos materiais das funções originais dos artefatos e valor simbólico.</p> <p><b><u>Cultura de Projeto:</u></b> utilização de recursos naturais abundantes nas regiões, resgate cultural e regional, improviso como recurso de envolvimento coletivo, utilização de recursos lúdicos para ganhar confiança e motivar participações de artesãos no processo criativo, trabalhos com assinaturas plurais.</p> <p><b><u>Práticas Ecosistêmicas</u></b> estímulos criativos a partir de peças tradicionais, reconhecimento local e pessoal, valorização dos recursos naturais e produzidos da região, sustentabilidade pelo uso de materiais de descarte e uso racional de matérias-primas. Papel fundamental nas lideranças locais dos grupos por perfis bem delimitados de artesão com maior interesse, habilidade técnica, relações interpessoais e conhecimento técnico.</p>

Rodrigo Almeida	Tina e Lui
<p><b><u>Culturas Mestiças</u></b> pesquisas baseadas na cultura brasileira, fusão de materiais como recurso para gerar novas formas, construção de protótipos a partir do tripé cultural, fusão de aspectos simbólicos, referências antropofágicas, valorização e utilização de recursos artesanais.</p> <p><b><u>Redes de Valor:</u></b> projetos desenvolvidos por camadas, desenvolvimento de trabalhos em colaboratividade, construções coletivas, valorização de novos mercados, divulgação da cultura brasileira.</p>	<p><b><u>Culturas Mestiças:</u></b> pesquisas baseadas na história local e cultura regional, valorização do artesanato, culturas segmentadas no Brasil, miscigenação localizada em algumas regiões onde o artesanato é mais rico</p> <p><b><u>Redes de Valor:</u></b> integração com comunidades de artesãos, fomento de envolvimento e participação ativa de todos os integrantes, detecção de papel de líder como propulsor de projetos em coletividade e manutenção dos projetos em grupo, valorização da região e do local, resgate da autoestima de artesãos, integração, consultoria de mercado e preços.</p>

#### 4.7.2 Proposta conceitual de design de autor:

O design autoral pode ser uma forma de interpretar a pós-modernidade e atuar nela de forma criativa. É um catalisador de influências que nas dinâmicas cotidianas impelem o olho apurado a questionar os artefatos, sua função, significação, ergonomia e a própria relação com o indivíduo, numa acepção dialógica.

Podemos inferir ser uma espécie de digital intransferível de uma pessoa ou grupo que impele que ali se enxergue as impressões da coletividade, do conjunto de influências que conduziu a obra, assim como os aspectos culturais que fornecem os subsídios para formatar experimentações.

Ao design autoral é oferecida uma espécie de alforria para atuar em diferentes camadas do processo criativo, desconstruindo e utilizando deslocamentos para promover uma nova observação sobre um mesmo produto, a fim de provocar reações por meio de valores simbólicos, emocionais como disseminadores de novos sentidos. A autoria poderia fundamentar-se no “tripé conceitual”: artesanato, arte e design; áreas contíguas que atuam em conjunto. Pois a manualidade é uma presença constante nas obras de cunho autoral, pois é no “fazer com as mãos” na observação dos movimentos desta percepção que surgem formas e novos projetos.

Porém convém destacar que a comunicação é imprescindível e está visível com seus preceitos em todas as peças de autor, sendo então necessário relacionar aspectos teóricos da comunicação como essenciais à autoria no design.

Todavia a palavra autor induz a uma concepção de propriedade e estilo, algo restrito ao privado, particular, Benjamin (1955), em sua análise sobre autoria postula que vem a ser um questionamento da propriedade e da apropriação de uma obra. A autenticidade de uma coisa é a soma de tudo o que desde a origem nela é transmissível, desde a sua duração material ao seu testemunho histórico.

A autoria não encerra, ao contrário expande, apresenta dicotomias, mas é exímia na fusão, na integração de elementos díspares e semelhantes para nesse conjunto indicar novas ideias e novas percepções.

Na busca por definições procuramos cotejar diferentes perspectivas teóricas para formar um *patchwork* conceitual no que se refere à autoria no design.

Há as inevitáveis menções ao autoritarismo relacionadas ao patriarcado, como o “pai de toda a vida” que se associam à palavra autor. O construtor, inventor ou pioneiro de algo que pode se enquadrar nesta acepção.

Porém, Rock (1996) aproxima a autoria da concepção de estilo, referindo à direção cinematográfica, em que Sarris (in Rock, 1996) afirma que um diretor de destaque deveria ter uma assinatura estilística, ser um expert em técnicas, saber escolher os projetos e dar um tratamento cinematográfico para demonstrar consistência de visão e assim indicar um sentido intrínseco e único ao trabalho.

Nesta trilha de incertezas e antagonismos conceituais, encontramos a indicação de que para construir algo novo a priori é preciso destruir definições ultrapassadas. Jameson (1993) indica a morte não só do autor, mas principalmente do individualismo na pós-modernidade. Se no modernismo havia uma reiteração dos estilos singulares e privados, qual as impressões digitais, o modernismo estava vinculado ao “eu” e à personalidade inconfundível de um artista. Esta estética talvez seja o difusor da ideia de isolamento e individualidade do autor no design, porquanto percebe-se que na contemporaneidade este conceito não condiz com a realidade. Este mesmo autor postula que o sujeito individual seja coisa do passado e esteja anexado a um ideário burguês, numa alusão pós-estruturalista, em que o sujeito individual é um mito, não há a ocorrência de autonomia, ao contrário, este constructo se deu pela mistificação da filosofia e da cultura que idealizaram convencer as pessoas de que estas detinham sujeitos individuais. Segundo esta enunciação os artistas, designers e escritores já não podem mais criar nada de novo, como também estilos inéditos, de modo que já foram todos realizados, nos resta somente a imitação.

A utilização de artesanato como aliado do design autoral é consolidada como uma ferramenta da identidade cultural, pois é o estabelecimento de uma postura no design, sem a dependência industrial para a manufatura de artefatos, que ofereçam uma contribuição ao exercício da criatividade individual. (Foto 26)

O design autoral poderia ser o “fazer ver” de Zurlo (2010) manifesto em peças singulares que se sobressaem em camadas que representam todo um contexto sociocultural, em que estão inseridas. O design autoral indica fusão de materiais, de identidades, de culturas e de linguagens, para na prototipagem singular provocar questionamentos sobre os artefatos e a própria contemporaneidade.

Foto 26: Luminárias Anêmonas – Tina e Lui e Ladrilã



Fonte [www.ladrilã.com.br](http://www.ladrilã.com.br)

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao escolhermos como objeto de estudo o design de autor na materialização de uma construção coletiva, supomos a indicação de uma sincronia com o design estratégico por acreditarmos que este possa oferecer o embasamento adequado para investigar as possíveis contingências projetuais em que sejam indicados processos metodológicos, a fim de proporcionar práticas colaborativas entre designers e artesãos e assim atender aos preceitos que pretendemos investigar nesta pesquisa acadêmica.

Nesta investigação, verificou-se como o design de autor pode contribuir para proporcionar metodologias que visem ao desenvolvimento de práticas em colaboratividade entre designers e artesãos. Percebe-se a abertura, o olhar apurado em diagnosticar pela habilidade de absorver informações e envolvimento com as narrativas socioculturais, além de um grande interesse e sintonia por técnicas manuais em que as comunidades artesanais se tornam um grande aporte de inspiração e intercâmbio cultural. Não obstante foram verificados obstáculos para a realização destas ações por meio de oficinas práticas ou imersões, que dependem para sua concretização de intervenções de consultores e instituições externas, que possam oferecer verbas, pois como averiguamos tratam-se de projetos caros que requerem grandes investimentos a fim de captar recursos adequados para a sua instauração. Nestes foram encontrados os subsídios adequados à coletividade aqui ensejada, por envolverem indivíduos de diversos campos como historiadores, fotógrafos, consultores administrativos, designers gráficos entre outros a fim de que o projeto seja

bem-sucedido na observação da cultura local, das técnicas artesanais e na disseminação de práticas do design.

Compreendeu-se que o design autoral seja um caminho para a integração de duas áreas separadas pela forma como se deu a implantação do design no Brasil, na década de sessenta, e que por negar as suas por origens negligenciou o artesanato.

Constatou-se uma visível relação com as práticas metaprojetuais, principalmente no processo criativo de designers autorais, manifestas na habilidade de uma interpretação de seu entorno, pela maior abertura, possibilidades de experimentação e deslocamentos que provocam indagações e propostas projetuais inovadoras formando novos sentidos capazes de transformar e beneficiar o artesão e as comunidades de artesanato pela formulação de identidades estratégicas – que representam a sua cultura, a história e o território como valor agregado na produção e pelo reposicionamento desta produção no mercado consumidor.

Analisou-se a que a intervenção do designer de autor junto às comunidades de artesãos pode ser indicada como um modelo projetual de interação e intercâmbio sociocultural a ser descrita como um modo de transferência de conhecimentos e integração, promovendo o acesso do artesão a novos mercados e ao resgate do valor local e de seu trabalho, assim como ao designer por reconhecer a sua cultura material e a partir desta acessar novos níveis criativos provenientes de suas origens e cultura.

Deste modo, verificou-se a possibilidade de gerar uma aproximação, através de sintonias entre as disciplinas de design, arte, artesanato e comunicação caracterizando estas disciplinas projetuais criativas, que se inter-relacionam e evoluem na experimentação mútua. Por meio da interação dialógica durante a projeção de artefatos pelas metodologias autorais, a partir de técnicas de lúdico, deslocamentos, e compreendendo que os ambientes de co-design podem ser ativados como espaços de transferência de conhecimentos da cultura projetual e deste modo beneficiar-se das práticas reflexivas associadas ao metaprojeto.

Analisaram-se dois processos criativos que ensejassem proposições estratégicas aqui sugeridas, um de base comunitária pela atuação de Tina e Lui a partir do coletivo para a promoção de singularidade materializada em peças exclusivas e de grande valor emocional, para que a partir destas o coletivo seja construído e elaborado em artefatos desenvolvidos pelo grupo. Em contraponto ao processo

criativo de Almeida que utiliza referências da coletividade e da cultura para que por meio de artesãos e colaboradores de diferentes áreas possa construir peças singulares que indiquem o plural, buscando compreender a própria cultura e a miscigenação, como referenciais de valor simbólico de sua cultura material.

A partir da metodologia aqui proposta, através da realização de pesquisas com três designers autorais, pôde-se realizar uma análise do percurso e desenvolvimento do processo criativo destes profissionais, fundamentando a geração das proposições a partir de sua aplicabilidade nos três contextos e prevendo a sua difusão para âmbitos semelhantes.

Compreendeu-se que os espaços de criação dos artefatos apresentam diferenças como pesquisas mais focadas na coletividade e aspectos culturais do país, que partem do macrocosmo como o de Almeida e as pesquisas mais embasadas na relação entre os indivíduos para que no improviso do processo criativo de Tina e Lui, num “fazer na ação coletivo” possam promover mudanças numa construção plural.

Confirmou-se a importância de desenvolver dinâmicas que favoreçam a interatividade nos processos criativos de designers de autor e as comunidades de artesãos, proporcionando uma qualidade dialógica das interações, e a proximidade pelas pesquisas culturais e convivência para promoção de confiança mútua fundamentais para a abertura e a participação a fim de instigar a colaboração dos participantes (horizontalidade) e deste modo estes espaços possam abarcar movimentos criativos de transformação sociocultural.

Confirmou-se a utilização de recursos de co-design nestes espaços de interação, de modo que todos sejam ativos na contribuição criativa e das habilidades técnicas como um meio de promover ressignificações dos objetos e novos valores, a fim de incitar um movimento de propagação das técnicas de design como o resgate do artesanato brasileiro, muitas vezes descaracterizado por referências estrangeiras, inadequação ao mercado pelas questões formais como medidas, formatos que não seguem padrões de aceitação por clientes que se disponibilizem a distribuir os objetos no mercado. A participação coletiva nestes processos de autoria, também contribui para que todos se percebam criativos numa criação compartilhada pela projeção de soluções. Houve a percepção de uma dimensão reflexiva no processo de criação destes profissionais como um modo de integração e acesso a representações simbólicas e de experimentações na mistura de materiais e técnicas e pela

desconstrução de elementos provenientes da tradição.

Sugeriu-se, além disso, que se estimule imersões de intercâmbio cultural nas comunidades num diálogo rico e de expressão criativa, em que podemos relacionar à Marfa, localizada no deserto de Nevada nos Estados Unidos, local de grande profusão criativa, justamente por estar distante dos centros urbanos que pelo excesso de informações e estímulos acaba por contaminar o acesso dos designers às dimensões criativas mais livres de regras formais.

Poderíamos relacionar as idas a Muaná no Piauí e Babaçu no Tocantins como “Marfas” brasileiras.

Deste modo acreditamos que seja promovida uma rede de valor proveniente desta troca coletiva para que seja disseminada e incorporada a outros grupos, de modo que, de forma igualitária, estes possam se propagar para diferentes regiões, e ganhar novos campos de atuação disseminando-se como referenciais estéticos e culturais na tessitura coletiva de uma identidade como também da cultura nacional e local.

Acredita-se que as propostas geradas aqui atingiram o objetivo de detectar a atuação dos designers autorais de modo a indicar metodologias de interatividade e participação coletiva e individual onde cada ator encontra a possibilidade de praticar a singularidade consciente de seu estilo e valor.

De modo que esta pesquisa foi conduzida em caráter exploratório, ressalta-se que não houve o esgotamento desta temática que preconiza meios investigativos para pesquisas futuras e o incremento mais abrangente de coleta de dados sobre os processos criativos autorais como geradores de práticas ecossistêmicas, visando o aprimoramento metodológico.

## REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal: ensaios sobre fenômenos extremos**. São Paulo: Papirus, 1991.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida Para Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica**. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1955.
- BORGES, Adélia, **Cabeça, Mãos e Alma : Reflexões sobre o Design+Artesanato na América Latina**, Arquitectos, 141.04 designano 12, fev. 201.
- BOURDIEU, Pierre. *La distinction – critique sociale du jugement*. Paris, Minuit. 1979.
- BÜRDEK, Bernhard. **Diseño. historia, teoria e pratica del desenho industrial**. Barcelona, editora Gustavo Gilli, 1994.
- CAMPANA, Fernando; CAMPANA, Humberto. **Cartas a um jovem designer**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda. 2009.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas, poderes oblíquos** São Paulo: EDUSP. 1997.
- CARDOSO, Rafael (Org.). **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica. 1870-1960**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- CARDOSO, Rafael. **A arte brasileira em 25 quadros [1790-1930]**. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- CATTANI, Icléia. **Mestiçagens na Arte Contemporânea**. Porto Alegre: UFRGS. 2007.
- CELASCHI, Flaviano. **Dentro al progetto: appunti di merceologia contemporanea**. In: CELASCHI, Flaviano.; DESERTI, A. **Design e innovazione: strumenti e pratiche per la ricerca applicata**. Roma: Carocci Editore, 2007, pp. 15-56.

CIPOLLA, Carla, BARTHOLO, Roberto, **Desenvolvimento Local, Empreendedorismo e Sustentabilidade**, Cadernos do Grupo de Altos Estudos, Volume V, E-Papers, 2012.

CIPOLLA, Carla, **Relational services: service design fostering sustainability and new welfare models**, 2nd International Symposium on Sustainable Design (II ISSD) 6, 2009.

CRESTO, L.; QUELUZ, M. **O design-arte dos irmãos Campana**. In: *Cultura Visual*, n. 12, outubro/2009, Salvador: EDUFBA, p. 27-43.

DE MORAES, Dijon. **Metaprojeto como modelo projetual**. *Strategic Design Research Journal*, 3(2): 62-68 maio-agosto 2010 ©2010 by Unisinos - doi: 10.4013/sdrj.2010.32.05

DE MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher. 2010.

DE MORAES, Dijon. **Análise do Design Brasileiro: entre mimese e mestiçagem**, São Paulo, Blucher, 2005.

DORMER, Peter. **Os significados do Design moderno – a caminho do século XXI**. Porto: Ed. Porto/Centro português de Design, 1995.

FAVARETTO, Celso Fernando. **A invenção de Hélio Oiticica**. 2. ed. São Paulo, SP. Ed. Universidade de São Paulo - Edusp – Fapesp, Texto e Arte (coleção 6), rev. 2000.

FERRETI, Fernanda Seidl, FREIRE, Karine. **Tu me ensina a fazer renda que te ensino a projetar: o papel do designer em processos colaborativos para inovação**. *Strategic Design Research Journal*, 6(2): 64-71 May-August 2013 ©2013 by Unisinos – doi: 10.4013/sdrj.2013.62.03.

FINDELI, Alain, **Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, Methodological, and Ethical Discussion**, DESIGN ISSUES: VOLUME 17, NUMBER 1 WINTER 2001.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo, Cosac Naify, 2007.

FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo: Design e Sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Editora Loyola, São Paulo, 1971.

FRANZATO, Carlo. et al. **Inovação Cultural e Social: Design Estratégico e Ecossistemas Criativos**. Porto Alegre: Unisinos, 2015.

FRANZATO, Carlo. **O processo de inovação dirigida pelo design: um modelo teórico**. REDIGE, Revista de Design, Inovação e Gestão Estratégico. 2011.

GOLLEY, F. B. **A history of the ecosystem concept in ecology**. New Haven, CT: Yale University Press. 1993.

\_\_\_\_\_; Gonçalves, Martim. **Bahia: exposição no Parque Ibirapuera**, São Paulo – Brasil São Paulo: [s.n.], Folder da Exposição, 1959.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP &A, 2003.

KAPLAN, E. Ann (Org.) **O Mal-Estar no Pós-Modernismo**, Rio de Janeiro, Editora Jorge Zahar, 1993.

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

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio - Ensaio sobre o individualismo Contemporâneo**. Lisboa: Relógio D'Água Editores Ltda, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

NIEMEYER, Lucy, **Elementos de Semiótica Aplicados ao Design**, Teresópolis, Editora 2AB, 2016.

MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade: Comunidades Criativas organizações colaborativas e novas redes projetivas**. Rio de Janeiro: E-papers. 2008

MANZINI, Ezio. **New Design Knowledge**. *Design Studies*. [S.l.]: v. 30, n. 1, p. 4-12, Jan. 2009.

MAURI, Francesco. **Progettare Progettando Strategia**. Milano: Dunob, 1996.

MERONI, Anna. **Creative communities. People inventing sustainable ways of living**. Milão: Edizioni Polidesigned, 2007.

MERONI, Anna. **Design estratégico: onde estamos agora? Reflexão em torno dos alicerces de uma disciplina recente**. *Strategic Design Research Journal*, 1(1):31-38 julho-dezembro 2008 ©2008 by Unisinos - doi: 10.4013/sdrj.20081.05.

MORAES, Eduardo Jardim de. **A constituição da ideia de modernidade no Modernismo brasileiro**. Tese de doutorado. Instituto de Filosofia e Ciências Sociais/UFRJ, 1983.

MORIN, Edgar. **Introduction à la pensée complexo**. São Paulo: Meridional/Sulina, 2005.

MUNARI, Bruno, **Design e Comunicação Visual**, São Paulo, Editora Martins Fontes.1990.

ROCK, Michael, **Graphic Authorship**, An examination from 1996 of the history and concept of the designer as author, starting in the first decades of the 20th century. *Eye Magazine*, 1996.

ROSSETTI, Eduardo Pierrotti, **Tensão moderno/popular em Lina Bo Bardi: nexos de arquitetura (1)**, arqtextos ISSN 1809-6298, 032.06 ano 03, jan. 2003.

SANDERS, Elizabeth. Stappers, Pieter Jan, CoDesign Vol. 4, No. 1, March 2008, 5–18, Taylor and Francis Group, Columbus University, OH, USA.

SCHÖN, Donald, **Educando o profissional Reflexivo: um novo design para o ensino e a aprendizagem**, São Paulo, Artmed, 2000.

VASSÃO, Caio Adorno. **Metadesign, ferramentas estratégicas e ética para a complexidade**. São Paulo: Blucher. 2010.

VERGANTI, Roberto. **Design Meanings and Radical Innovation: A Metamodel and Research Agenda**. Journal of Product Innovation Management, v. 25, n. 5, p. 436-456, 2008.

ZURLO, Francesco. **Un modello di lettura per il Design Strategico. La relazione tra design e strategia nell'impresa contemporanea**. Dottorato di Ricerca in Disegno  
ZURLO, Francesco. **Design strategico**. In: XXI Secolo. Roma: Enciclopedia Treccani, 2010. v. 4, Gli spazi e le arti Industriali - XI ciclo. Politecnico di Milano, Milano, 1999.

Zero Hora, Caderno Casa e Cia, O Brasil feito à mão, contracapa, publicação nº 916, 30 de março de 2016.

[Http://abstracaocoletiva.com.br](http://abstracaocoletiva.com.br) (acessado em março 2015)

[Http://www.agenciaalagoas.al.gov.br/noticia/item/4810](http://www.agenciaalagoas.al.gov.br/noticia/item/4810) (acessado em maio de 2016)

[Http://www.bichosmardedentro.com.br/](http://www.bichosmardedentro.com.br/) (acessado em abril de 2016)

[Http://blogneobambu.com/tag/irmaos-campana](http://blogneobambu.com/tag/irmaos-campana) (acessado em abril de 2015)

[Http://www.casaelectrolux.com.br/index.php/novidades/rodrigo-almeida-design-brasileiro-em-ascensao](http://www.casaelectrolux.com.br/index.php/novidades/rodrigo-almeida-design-brasileiro-em-ascensao)

[Hhttp://casavogue.globo.com/Interiores/apartamentos/noticia/2014/04/rodrigo-almeida-casa-e-rotina-em-sp.html](http://casavogue.globo.com/Interiores/apartamentos/noticia/2014/04/rodrigo-almeida-casa-e-rotina-em-sp.html) (acessado em outubro de 2015)

[Hhttp://casavogue.globo.com/Design/noticia/2012/03/rodrigo-almeida-faz-homenagem-franca.html](http://casavogue.globo.com/Design/noticia/2012/03/rodrigo-almeida-faz-homenagem-franca.html) (acessado em novembro de 2015)

[Http://casavogue.globo.com/colunas/gemada/noticia/2016/06/ilha-do-ferro-nova-marfa.html](http://casavogue.globo.com/colunas/gemada/noticia/2016/06/ilha-do-ferro-nova-marfa.html) (acessado em maio de 2016)

[Http://www.cooperativacasulo.com.br/](http://www.cooperativacasulo.com.br/) (acessado em março de 2016)

[Http://disegnoamilanese.blogspot.com.br/2011/04/mestre-achillecastiglioni.html](http://disegnoamilanese.blogspot.com.br/2011/04/mestre-achillecastiglioni.html)  
(acessado em abril de 2015)

[Http://www.dunneandraby.co.uk](http://www.dunneandraby.co.uk) acessado em setembro de 2015

[Http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa1646/lina-bo-bardi](http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa1646/lina-bo-bardi) (acessado em 15 de março de 2015).

[Http://www.eye4design.com.br/design/rodrigo-almeida-1](http://www.eye4design.com.br/design/rodrigo-almeida-1) (acessado em 5 de fevereiro de 2015).

[Http://www.ladrila.com.br/portal/index.php](http://www.ladrila.com.br/portal/index.php) (acessado em março de 2016)

[Http://www.marceduchamp.com](http://www.marceduchamp.com) (acessado em abril de 2015)

[Http://www.stageonews.com](http://www.stageonews.com) (acessado em julho de 2015)

[Http://www.studiorodrigoalmeida.com/](http://www.studiorodrigoalmeida.com/) (acessado em 20 março de 2015).

[Http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/12.141/4235](http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/12.141/4235) (acessado em janeiro de 2016)

**ANEXO A**

Foto 27: Catálogos desenvolvidos para os projetos coletivos/Tina e Lui



Fonte: elaborado pela autora

Foto 28: Cesta e Artefato (Cantina Benta) desenvolvidos em trançagem



Fonte: elaborado pela autora

Foto 29: Artefatos desenvolvidos em material reciclado/ pet e papel de bala



Fonte: elaborado pela autora

Foto 30: Porta-prato elaborado em técnica de trançagem dressa



Fonte: elaborado pela autora

Foto 31: Artefato galinha – Cantina Benta



Fonte: elaborado pela autora

Foto 32: Cavalos Fazendinha



Fonte: elaborado pela autora

Foto 33: Ovelhas de lã natural



Fonte: elaborado pela autora

Foto 34 e 35: Cartazes evento Domingo no Jardim e loja Histórias na Garagem



Fonte: colagem elaborada pela autora