

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE HUMANIDADES
MESTRADO PROFISSIONAL EM HISTÓRIA**

CLÉO MEDEIROS PIZZOLATTO

**ETNODESIGN: A PRODUÇÃO ARTESANAL COMO FONTE DE
CONHECIMENTO HISTÓRICO E A SUA CONTRIBUIÇÃO SOCIOAMBIENTAL**

CAXIAS DO SUL

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
Sistema de Bibliotecas UCS - Processamento Técnico

P695e Pizzolatto, Cléo Medeiros

Etnodesign [recurso eletrônico] : a produção artesanal como fonte de conhecimento histórico e a sua contribuição socioambiental / Cléo Medeiros Pizzolatto. – 2023.

Dados eletrônicos.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em História, 2023.

Orientação: Juliane Petry Panozzo Cescon.

Modo de acesso: World Wide Web

Disponível em: <https://repositorio.ucs.br>

1. Artesanato - História. 2. Artesanato - Aspectos sociais. 3. Design. 4. Economia circular. 5. Patrimônio cultural - Aspectos ambientais. I. Cescon, Juliane Petry Panozzo, orient. II. Título.

CDU 2. ed.: 745(091)

Catalogação na fonte elaborada pela(o) bibliotecária(o)
Ana Guimarães Pereira - CRB 10/1460

Etnodesign: a produção artesanal como fonte de conhecimento histórico e a sua contribuição socioambiental

Cléo Medeiros Pizzolatto

Trabalho de Conclusão de Mestrado submetido à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em História, Área de Concentração: Ensino de História: Fontes e Linguagens. Linha de Pesquisa: Linguagens e Cultura no Ensino de História.

Caxias do Sul, 20 de junho de 2023.

Banca Examinadora:

Dra. Juliane Petry Panozzo Cescon
Universidade de Caxias do Sul

Dra. Carina Prina Carlan
Universidade Luterana o Brasil

Dra. Eliana Rela
Universidade de Caxias do Sul

A presente pesquisa teve início em abril de 2021, durante a pandemia de COVID-19¹. Nesse contexto, as aulas do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Caxias do Sul foram realizadas de maneira remota, por meio de videochamadas, e, por isso, algumas saídas de campo não foram possíveis. Nessa época, a utilização de máscaras de proteção era obrigatória, além de outros cuidados para conter a transmissão do vírus. Ainda durante a escrita desta dissertação ocorreram as Eleições Gerais no Brasil, em outubro de 2022, para os cargos de Presidente da República e demais representantes estaduais.

¹ Informações sobre o Covid-19: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: mar. 2023.

Dedico esta pesquisa à memória de meu pai, Ildo Pizzolatto, à minha mãe, Solema Medeiros, e a cada um de meus seis irmãos: chegar até aqui é o resultado de um esforço familiar que veio desde a minha infância, em um histórico que envolve lutas, persistências e amor. Que este trabalho incentive cada um de meus sobrinhos a perseguir as oportunidades que tornarão o seu caminho iluminado pela clareza do conhecimento.

AGRADECIMENTOS

À Profa. Dra, Juliane Petry Panozzo Cescon, primeiramente, pelo aceite da orientação e pela calorosa acolhida ao assunto da pesquisa. Por ter abraçado esse projeto e por ter sido tão cuidadosa durante todo o percurso. Pelo suporte, pelas dicas, pelas trocas, pelos ensinamentos e, sobretudo, por ter sido tão humana. Nada disso teria sido realizado sem a sua presença.

Ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Caxias do Sul, pelos ensinamentos, pelos incentivos e pelo nível altíssimo de competências.

Às professoras que fizeram parte da banca de qualificação e defesa, por suas contribuições tão importantes para a valia desta pesquisa: Profa. Dra. Carina Carlan, Profa. Dra. Eliana Gasparini Xerri e Profa. Dra. Eliana Rela.

À Valéria Vesz e ao Zoé (meu peludo de quatro patas, que inclusive participou de algumas aulas virtuais), por terem sido o motor inicial que me motivou a iniciar a pesquisa e por estarem sempre por perto.

A quatro amigos valiosos que – por questões pessoais – tiveram uma importância enorme, pelo apoio emocional que me deram durante o processo de escrita e principalmente na fase final: Andréa Oliveira, Daniela Flores, Helen Durgante e Marcos Binotto; que sorte a minha encontrá-los nesta vida.

Às minhas sobrinhas Franciele da Silva, Natieli Flôres e Ruana Raiela, pelas conversas diárias, pelo compartilhamento de momentos, pelos incentivos e por se fazerem presente mesmo de longe. À Ruana, ainda, por ter participado efetivamente da pesquisa criando uma arte exclusiva que foi utilizada como identidade visual do tema proposto.

Por último, e não menos importante, agradeço aos ancestrais, pela inspiração, pela condução pelo caminho, e pela ajuda espiritual concedida até a finalização da pesquisa.

*“Na oração que desaterra a terra,
Quer Deus que a quem está o cuidado dado,
Pregue que a vida é emprestado estado
Mistérios mil que desenterra enterra.*

*Quem não cuida de si, que é terra, erra
Que o alto rei por afamado amado,
É quem lhe assiste ao desvelado lado,
Da morte ao ar não desaferra, aferra.*

*Quem do mundo a mortal loucura cura,
A vontade de deus sagrada agrada,
Firmar-lhe a vida em atadura dura.*

*Ó voz zelosa que dobrada brada,
Já sei que a flor da formosura usura,
será no fim dessa jornada nada.”*

***Poema de Gregório de Matos musicado por José
Miguel Wilsnik e interpretado por Wilsnik e
Caetano Veloso***

RESUMO

A dissertação a ser apresentada trata, através de pesquisa, de um recorte acerca do termo Etnodesign, compreendendo o artesanato e a produção artesanal como fonte de conhecimento histórico. Defende-se, aqui, que produto feito a partir da criatividade de artesãos de diversas comunidades gera valores culturais e econômicos e carrega a habilidade dos fazeres e dos saberes transmitidos de geração a geração, além de contribuir com o aspecto socioambiental, uma vez que as técnicas aplicadas na sua produção utilizam-se de materiais não agressivos à natureza, fazendo do trabalho manual um aliado na diminuição de resíduos. Para tanto, abordam-se temas como patrimônio imaterial, práticas sustentáveis, economia circular e criativa e a própria relação “consumidor *versus* consumismo” estabelecida a partir da Revolução Industrial no século XIX, incluindo o fator da obsolescência programada como geradora de descarte na produção em série mecanizada. O objetivo foi demonstrar, através de dados da pesquisa, a contribuição do Etnodesign – um mediador entre o conhecimento de designers e o conhecimento de artesãos – tanto culturalmente quanto na diminuição do impacto negativo ao meio ambiente, tornando os produtos potencialmente objetos de transformação socioambiental. Autores como Roger Chartier, Clifford Geertz e Jacques Le Goff embasaram as considerações sobre história cultural, representações, memória e patrimônio imaterial. William McDonough, Catherine Weetman e Lia Krucken foram utilizados para como suporte à discussão sobre economia circular, práticas sustentáveis e design. Além da pesquisa documental e dos referenciais teóricos utilizados, foi realizada uma entrevista com o designer e artesão cearense, Elizandro Rabelo, a fim de compreender a sua técnica de trabalho manual na produção de peças artesanais e o modelo de economia circular implantado em seu ateliê, e também foi demonstrado um exemplo prático de Etnodesign, por meio do projeto do designer paulistano Marcelo Rosenbaum em conjunto com a comunidade indígena Yawanawás, de realização da coleção de luminárias intitulada “A Força da Floresta”. Como produto desta dissertação, foi realizada uma oficina, intitulada “Saberes e Fazeres: um olhar sobre a Educação Patrimonial”, com os estudantes do quinto ano de uma escola de Caxias do Sul, e formalizado um projeto de nome “Podcast como Ferramenta Educacional”, aplicado junto a uma comunidade que produz artesanato, a fim de se tornar um recurso aos educadores para trabalhar questões de Etnodesign. O resultado deste estudo foi atingido, ao demonstrar que as peças manuais feitas a partir de saberes artesanais carregam conhecimentos ancestrais herdados e são fonte de grande potencial cultural, que preserva identidades, gera valores imateriais e econômicos para as comunidades, provoca transformações sociais e contribui com a preservação ambiental em todas as suas fases, de criação, produção e descarte.

Palavras-chave: design; economia circular; Etnodesign; história; patrimônio imaterial; práticas sustentáveis; saberes e fazeres.

RESUMEN

La disertación que se presentará aborda, a través de la investigación, un apartado sobre el término Etnodiseño, comprendiendo la artesanía y la producción artesanal como fuente de conocimiento histórico como producto elaborado a partir de la creatividad de artesanos de diferentes comunidades, que genera valores culturales y económicos y lleva la destreza de hacer y saberes, transmitidos de generación en generación, además de demostrar su aporte socioambiental, ya que las técnicas aplicadas en la elaboración de los productos utilizan materiales que no son agresivos con la naturaleza desde la creación, reutilización hasta el descarte. Para ello, se exploraron temas como el patrimonio inmaterial, las Prácticas Sostenibles, la Economía Circular y Creativa y la propia relación “consumidor versus consumismo” de la Revolución Industrial del siglo XIX, incluyendo el factor de la Obsolescencia Planificada como generador de residuos en la producción. en los mecanizados en serie y en el trabajo manual como aliado en la reducción de este desperdicio. El objetivo fue demostrar mediante datos la contribución del Etnodiseño -siendo este un mediador entre el saber de los diseñadores y el saber de los artesanos- tanto culturalmente como para reducir el impacto negativo sobre el medio ambiente, haciendo de los productos potencialmente objetos de transformación socioambiental. Autores como Roger Chartier, Clifford Geertz y Jacques Le Goff fueron utilizados como soporte teórico en investigaciones sobre historia cultural, representaciones, memoria y patrimonio inmaterial. Mientras que autores como William McDonough, Catherine Weetman y Lia Krucken se utilizaron para apoyar la economía circular, las prácticas sostenibles y el diseño. Además de la búsqueda de información y los referentes teóricos utilizados, se realizó una entrevista con el diseñador Artesano de Ceará, Elizandro Rabelo, para entender su técnica de trabajo manual en la producción de piezas artesanales y el modelo de economía circular implementado en su taller y, además, se demostró un ejemplo práctico de Etnodiseño, a través del proyecto realizado por el diseñador paulista Marcelo Rosenbaum junto a la comunidad indígena Yawanawás, en la realización de la colección de lámparas titulada “A Força da Floresta”. Como producto de esta disertación, también se produjo un taller con el tema “Saber y hacer: una mirada a la educación patrimonial” con estudiantes de quinto grado de una escuela de Caxias do Sul/RS, además de formalizar un “Podcast como herramienta educativa”. Herramienta”, aplicada a una comunidad que produce artesanías para convertirse en una herramienta a ser utilizada por los Educadores para ingresar al término Etnodiseño. El resultado de este estudio se logró al demostrar que las artesanías elaboradas a partir de saberes artesanales conllevan, además de saberes ancestrales heredados, una fuente con gran potencial cultural, que preserva identidades, genera valores inmateriales y económicos para las comunidades y transformaciones sociales con preservación ambiental, desde la creación, producción, hasta la disposición de las partes producidas.

Palabras clave: diseño; economía circular; etnodiseño; historia; patrimonio inmaterial; prácticas sostenibles; conocimientos y acciones.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Quadro Classificatório de Atividades Criativas - UNESCO	26
Figura 2- Página virtual da Rede Artesol	27
Figura 3 - Pequena Xiloteca Afetiva	34
Figura 4 - Pratos Decorativos	35
Figura 5 - Projeto de Boleira e Espátula Fátima, Boleira e Espátula Fátima, Kit de manutenção e cuidado com a madeira incluso nas peças comercializadas.....	42
Figura 6 - Marcelo Rosenbaum abraça um dos integrantes da comunidade Yawanawá e, ao lado, registro para o catálogo de luminárias “A Força da Floresta” com os Yawanawás	44
Figura 7- Equipe de designers integrados com artesãos da comunidade Yawanawá.....	45
Figura 8 - A representação de uma serpente jiboia, inspirada em lendas, que ilustra as “mirações” recebidas pelos Yawanawá em rituais sagrados, em duas peças distintas de luminárias, feitas de malha de miçangas	46
Figura 9 - Marcelo Rosenbaum, equipe de designers e representantes da Comunidade Yawanawá no Salão Internacional do Móvel de Milão em abril de 2013.....	47
Figura 10 – Aplicação de metodologia – Guia Básico da Educação Patrimonial	50
Figura 11- Ficha dos Saberes – Educação Patrimonial: Inventários Participativos	51
Figura 12 - Mesa com bolo de milho fornecido pela Escola, produtos industrializados feitos a partir do milho e espigas de milho	53
Figura 13 - Apresentação de conceitos para os educandos	53
Figura 14 - Diálogo com os educandos sobre a Oficina.....	54
Figura 15 - Mostra de produtos e questionamentos para os educandos	54
Figura 16 - Explicação sobre o termo Etnodesign.....	55
Figura 17 - Fichas técnicas com as respostas dos educandos.....	55
Figura 18 - Exemplo de duas respostas entregues pelos educandos onde a receita foi passada de geração a geração.....	56
Figura 19 - Exemplo de duas respostas entregues pelos educandos onde a receita não foi passada de geração a geração	56
Figura 20 - Compilação dos slides utilizados para apresentar a Oficina.....	58
Figura 21 – Profa. Ms. Laura Cardoso, aplicando a oficina aos educandos.....	59
Figura 22 - Identidade visual para o podcast criada pela artista Ruana Raiela	63
Figura 23 - Recorte dá página do canal, na plataforma do YouTube	64

SUMÁRIO

MEMORIAL.....	10
1 INTRODUÇÃO	13
1.1 INSPIRAÇÃO PELO TEMA.....	13
1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA E OBJETIVOS	13
1.3 LINHAS METODOLÓGICAS	14
2 ETNODESIGN, PATRIMÔNIO IMATERIAL, PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS, ECONOMIA CIRCULAR = MOVIMENTO SOCIOAMBIENTAL	19
3 O ENTRELAÇAMENTO DO DESIGN, DO ARTESANATO E DO AFETO NAS CRIAÇÕES DO “DESIGNER ARTESÃO”	33
4 ILUMINANDO CULTURAS - COLEÇÃO DE LUMINÁRIAS “A FORÇA DA FLORESTA” DE MARCELO ROSENBAUM COM A COMUNIDADE INDÍGENA YAWANAWÁ.....	43
5 EDUCAÇÃO PATRIMONIAL - O CONSTRUTO DOS SABERES E FAZERES	48
5.1 OBJETO CULTURAL: PRODUTO FINAL DA DISSERTAÇÃO.....	60
5.2 O PROJETO: PODCAST COMO FERRAMENTA EDUCACIONAL - ETNODESIGN	62
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
REFERÊNCIAS	69
APÊNDICES	73
ANEXOS	99

MEMORIAL

*“Eu quis mudar
e isso implicava em deixar para trás
meu chão, meu conforto, o certo, a paz
eu fui à procura de mais.
Não vou voltar
embora me tente olhar para trás
tem noites que eu penso que não vai dar mais
mas ser é melhor que lembrar.
E eu pensei
que o que eu construí tempo atrás
só foi existir
depois que eu fui buscar.”*

Quis Mudar – Tim Bernardes

Nascido em Jaguari, no estado do Rio Grande do Sul, no ano de 1983, já há algum tempo costumo iniciar as minhas apresentações indicando o meu local de nascimento, porque compreendo que o lugar de onde viemos nos constitui como pessoas, profissionais e, no meu caso, também como o pesquisador que me tornei. O território que ocupamos no começo de tudo, que é casa, passa a fazer morada dentro de nós e nos acompanha mesmo quando ali não mais estamos, de uma maneira que é possível constatar até mesmo nas pequenas ações dia a dia. Esse território no qual nasci e cresci, e que portanto vive em mim, é uma pequena cidade do interior, na região central do estado, onde a natureza é a moradora principal, rodeada por morros e transpassada por um rio de água doce, cuja ponte une duas metades onde a minha memória adolescente passeia de bicicleta. Antes ainda da adolescência, na minha infância, posso dizer que fui criado no mato: ele se fazia presente bem atrás de minha residência e era um local de onde meus pais buscavam lenha para fazer fogo no fogão e inclusive tinham uma pequena plantação de mandioca que servia para nosso sustento familiar. Cresci nesse mato e esse mato jamais saiu de mim, embora aquele lugar fosse muito frequentemente passageiro, já que a cidade não possuía potencial empregatício para abrigar todos os seus nativos. O percurso funcionava quase como um ritual, onde os pais colocavam as suas crianças na escola, os protegiam até a adolescência e, após finalizar o ensino médio, esses filhos jaguarienses partiam para outra cidade para a complementação dos estudos em universidades, faculdades ou cursos técnicos. Muitos desses filhos tornaram-se depois apenas visitas naquele lugar, eu incluído. Atualmente, sou morador de Caxias do Sul – também no Rio Grande do Sul – aonde cheguei

em 2009 para cursar Design de Interiores² da Faculdade da Serra Gaúcha (FSG), formação honrada pela instituição com a *Láurea Acadêmica* no término da graduação.

Posso afirmar que foi durante o percurso da graduação que comecei a querer aplicar as minhas funções como futuro designer com um propósito voltado para as transformações socioambientais. Percebia, porém, que a minha relação direta com o curso, seus atributos, informações e aplicações de conhecimento estavam longe de me satisfazer profissionalmente, embora parte de mim fosse estimulada com a potencialidade que o design pode oferecer no cotidiano, proporcionando melhorias em nossa vida que vão desde estímulos sensoriais, estéticos e artísticos à capacidade de transformar espaços de maneira funcional e ergonômica, contribuindo com a nossa saúde física e mental.

Apesar de toda essa potencialidade real do Design de Interiores, eu observava cada vez mais um número significativo de profissionais e colegas, que seriam futuros designers, avançando para um senso comum onde a estética prevalecia e onde produtos estrangeiros eram preferidos aos nacionais, pouco valorizados. Nesse contexto, a troca de estilo de um ambiente importava mais do que o que seria feito com o descarte do material existente, o que me fez refletir se esse seria também o meu objetivo diante da profissão que eu havia escolhido seguir mas não era.

Aventurei-me então em um novo curso, de “Conservação e Restauro”, após conseguir uma bolsa parcial com a nota do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), na mesma instituição em que cursava Design de Interiores, e quis saber mais sobre a técnica *hiperadobe* (terra ensacada) em módulos sobre Bioconstrução. Porém, em ambos os casos, percebi que minha provável habilidade era outra. Nesse caminho, compreendi, por sorte e felizmente, que o que me chamava para esses outros lugares era o “fazer com as mãos”. Eu estava interessado em processos manuais e maneiras de inserir materiais adequados, em um caso e no outro.

Todos esses processos manuais e de busca por materiais adequados envolvem alguma prática sustentável que pode ser definida por uma ação que proteja o meio ambiente e, mesmo assim, gere desenvolvimento econômico e crescimento tanto para a comunidade que produz quanto para a sociedade que o recebe. O termo sustentabilidade sugere algo mais amplo e a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento criada pela Organização das

² O conceito de design muitas vezes causa confusão porque nem sempre fica claro o que se quer dizer com este termo. No dicionário há diversas opções: design = projeto plano. Esboço, desenho, croqui. Construção, configuração, modelo. Daí podemos deduzir que o design é uma ideia, um projeto ou um plano para a solução de um problema determinado. Assim o conceito de design compreende a concretização de uma ideia em forma de projetos ou modelos mediante a construção e configuração resultando em um produto passível de produção em série (LÖBACH, 2001, p. 16).

Nações Unidas (ONU) descreve, conforme Brundtland (1991), que sustentabilidade é suprir as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades. Ou seja, é olhar para o desenvolvimento sem que este esgote os recursos naturais futuros: o desenvolvimento econômico e preservação ambiental devem andar juntos, pois tudo está inter-relacionado.

Pensar em sustentabilidade³ é pensar na garantia da sobrevivência humana, uma vez que os recursos naturais são escassos, o crescimento populacional aumenta gradativamente, o consumismo e o desperdício são exacerbados e a desordem climática está cada vez mais próxima. Por outro lado, quando há pequenas práticas sustentáveis sendo implementadas no desenvolvimento de um produto, consegue-se diminuir esse impacto. São as práticas sustentáveis que tornarão o produto mais significativo, incluindo os saberes e fazeres em relação a valores imateriais. Esse significado e a maneira de condução de como são feitos esses produtos podem chegar até empresas maiores à medida que cada vez mais designers forem incluindo essa consciência aos seus projetos.

Minha mudança começou quando, após alguns anos trabalhando com projetos de móveis planejados, vi a possibilidade de trabalhar mais com materiais artesanais. Visto que, ao sair do nicho de produtos industrializados, majoritariamente utilizados pelos pares, percebi que os produtores com os quais eu poderia tentar me comunicar como profissional faziam parte de uma minoria. Era essa minoria, contudo, que chamava a minha atenção: eles queriam mudanças significativas na forma de pensar o design, sem deixar de lado a valorização ao meio ambiente, mostrando a força do seu impacto social, incentivando comunidades a preservar os seus saberes; eles queriam, ainda, que os produtos tivessem visibilidade e fossem inseridos no cenário econômico gerado pelo design. Eles queriam transformar a minha área de atuação e eu queria encontrar uma maneira de fazer parte dessa transformação.

Assim sendo, cheguei até o Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Caxias do Sul, que abraça áreas como arquitetura, artes e design, entendendo-o como uma oportunidade de elaborar uma pesquisa que ressignificasse o meu percurso como designer, integrando conhecimento histórico, fazeres artesanais, design e valores imateriais.

³ O paradigma sustentável norteia o que é: Orgânico, holístico, participativo/ Fatos e valores fortemente relacionados/ Ética integrada ao cotidiano/ Interação entre o objetivo e o subjetivo/ Seres humanos inseparáveis dos ecossistemas, em uma relação de sinergia/ Conhecimento indivisível, empírico e intuitivo/ Relação não-linear de causa e efeito/ Natureza entendida como um conjunto de sistemas interrelacionados, o todo maior que a soma das partes/ Bem-estar avaliado pela qualidade das interrelações/ entre os sistemas ambientais e sociais/ Ênfase na qualidade (qualidade de vida)/ Síntese/ Descentralização de poder/ Transdisciplinaridade/ Ênfase na cooperação/ Limite tecnológico definido pela sustentabilidade (ALMEIDA, 2002).

1 INTRODUÇÃO

1.1 INSPIRAÇÃO PELO TEMA

A inspiração que gerou o movimento para a transformação e me impulsionou a pesquisar sobre o tema que inclui Etnodesign, História, Práticas Sustentáveis e Economia Circular, chegou até mim tanto por meio de designers e arquitetos que trabalham dentro dessa linha, quanto de ativistas ambientais de outras áreas. O fotógrafo Sebastião Salgado foi um desses lampejos: após assistir ao seu documentário, “O Sal da Terra”, que trata sobre a sua carreira como fotógrafo, compreendi Salgado para além das lentes das câmeras. Ali o vi como um ativista ambiental que, juntamente com sua esposa Lélia Wanick Salgado, através do Instituto Terra, tornou possível um projeto de reflorestamento de uma vasta área desmatada, árida e infértil localizada em Aimorés, MG, restaurando a flora e a fauna do local e praticamente neutralizando a emissão de gás carbônico.

Na área da arquitetura, Gustavo Neves foi para mim também grande inspiração, por elaborar projetos voltados aos pilares da sustentabilidade (econômico, social e ambiental). Em especial, seu projeto “Casa Sumë” – exposto na CASACOR São Paulo em 2019, uma das maiores mostras de Interiores da América Latina, também foi pautado no pilar cultural da sustentabilidade e fez com que meu olhar sobre projetos de interiores se modificasse totalmente.

Em ambos os casos⁴, percebi a responsabilidade ambiental acima de qualquer outro aspecto e, a partir de trabalhos como esses, comecei a pensar em alguma maneira de ampliar o conhecimento na minha área de atuação, o Design de Interiores, seguindo por esse mesmo caminho de cuidado com o meio ambiente. Dessa maneira, cheguei até a presente pesquisa.

1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA E OBJETIVOS

Nesse recorte sobre o tema “Etnodesign: a produção artesanal como fonte de conhecimento histórico e a sua contribuição socioambiental”, tratarei a produção artesanal como fonte de conhecimento histórico e da história cultural, buscando também demonstrar, através de dados, a contribuição do Etnodesign para a diminuição do impacto ambiental ao utilizar os saberes e as técnicas tradicionais para a criação, produção e descarte de um produto.

⁴ Nos Anexos A e B, há maiores informações e imagens acerca dos trabalhos mencionados que serviram como inspiração.

Ainda, discutirei os aspectos que tornam o Etnodesign um patrimônio imaterial e mostrarei a importância das práticas sustentáveis e da economia circular nos processos de elaboração e escolha de um produto no campo do Design de Interiores. Em seguida, identificarei a possibilidade de tornar uma peça de artesanato brasileiro um objeto de transformação socioambiental. A partir desta pesquisa, quero, finalmente, contribuir com uma possível nova noção conceitual sobre o Etnodesign.

1.3 LINHAS METODOLÓGICAS

Para este estudo, além da pesquisa bibliográfica que serviu de fundamentação teórica (citada a seguir na descrição dos capítulos), fiz uma análise do trabalho de dois profissionais brasileiros que incluem, em suas atividades, aspectos culturais, de Etnodesign, patrimônio imaterial e economia circular: Elizandro Rabelo e Marcelo Rosenbaum.

O primeiro, o “designer artesão”, Elizandro Rabelo, cearense radicado na capital paulista, cria manualmente peças em madeira, com responsabilidade ambiental. Rabelo aplica saberes artesanais para a elaboração e fabricação de suas peças, que mesclam madeira reutilizada e vidro – na maioria das vezes, materiais que são recicláveis e sustentáveis –, tornando-as carregadas de valores imateriais. A economia circular se faz presente no processo de produção das suas peças e também no descarte dos materiais.

Com o profissional Elizandro Rabelo, realizei uma entrevista (cuja íntegra está transcrita no Apêndice A) utilizando o método da História oral. Conforme propõe Alberti (2013, p.26), “a entrevista de história oral - seu registro sendo gravado e transcrito - documenta uma visão do passado. Isso pressupõe que essa visão e a comparação entre diferentes visões tenham passado a ser relevantes para estudos na área das ciências humanas”. Essa abordagem metodológica será importante para a análise a ser feita aqui sobre a produção de peças artesanais, o material utilizado, o destino do descarte, a reutilização dos materiais e a conduta comercial em relação à exposição de suas peças.

O segundo profissional, o designer Marcelo Rosenbaum, possui o projeto de luminárias “A Força da Floresta”. Nele, Rosenbaum uniu o trabalho de designers com o trabalho da comunidade indígena Yawanawá, do Acre, elo que resultou na interação de saberes tradicionais com uma maneira contemporânea de pensar o design sustentável, tornando-se um exemplo prático do que vem a ser o Etnodesign. Discutir o desenvolvimento dessa iniciativa e escrever sobre a trajetória e o processo desse trabalho foi possível com base nas informações de fontes

como o site “A Gente Transforma” e o documentário “A Gente Transforma Yawanawá”, produzido em 2013.

Os exemplos dos colaboradores trazidos neste estudo são demonstrações de aspectos pontuais dessa pesquisa: Elizandro Rabelo retoma as práticas manuais de produzir uma peça, com contribuição sustentável (economia circular), embora sem a participação de uma comunidade; e Marcelo Rosenbaum aplica o conceito de Etnodesign ao trabalhar em conjunto com a própria comunidade produzindo peças artesanais que envolvem a troca de saberes entre ela e os designers. Esses objetos – criados e produzidos por artesãos e designers – são carregados de memória e cultura. Além disso, unem tradição e tecnologia, resultando em peças ainda mais atrativas e duradouras, que, por sua vez, geram renda e menor possibilidade de descarte.

Em relação ao produto final da dissertação, para tentar explicar de uma maneira prática e resumida sobre o que se trata o Etnodesign, criei um projeto chamado “*Podcast* como Ferramenta Educacional”, cujo objetivo é instruir e instigar a curiosidade em relação ao assunto, sendo uma ferramenta a ser utilizada por educadores. O *podcast* será disponibilizado nas plataformas virtuais, como recurso para o diálogo entre educadores e educandos, estendendo-se a outros nichos da sociedade. Uma segunda iniciativa, que também é resultado deste trabalho, é uma oficina sobre educação patrimonial, que foi aplicada com alunos do quinto ano de uma escola no município de Caxias do Sul.

A presente dissertação encontra-se dividida em capítulos, sendo, o primeiro, este introdutório, que traz os aspectos gerais da pesquisa, seguido pelos capítulos de desenvolvimento e considerações finais.

No segundo capítulo, “Etnodesign, patrimônio imaterial, práticas sustentáveis, economia circular = movimento socioambiental”, faço uma síntese interligando os temas que dão nome à seção. Para isso, utilizo referenciais teóricos como o antropólogo Clifford Geertz e o historiador Roger Chartier, para falar sobre história, cultura e representação; Marilena Chauí, para conceituar artesanato, e Clifford Le Goff e seu estudo sobre memória, para falar dos saberes e fazeres que permanecem no artesanato provindos de outras gerações. Já o conceito de identidade foi discutido a partir dos estudos do sociólogo Zygmunt Bauman, e o de patrimônio imaterial, com base em Maria de Lurdes Parreiras Horta. William McDonough, Michael Braungart e Catherine Weetman são utilizados ao explicar os fundamentos da economia circular, a ideia de obsolescência programada e o consumismo/desejabilidade nas atribuições de Karl Marx. Enfim, para abordar o tema design e território e a sua relação com práticas

sustentáveis, busco apoio em Lia Krucken, que defende que a sustentabilidade começa com a valorização dos produtos locais, não se limitando aos materiais, mas começando por eles.

É importante considerar que um produto ou um serviço resultam de ações desenvolvidas por um conjunto de pessoas e organizações no tempo e no espaço. Essas redes, muitas vezes, surgem pela sinergia dos atores e estão baseadas no interesse em atuação conjunta. O seu desenvolvimento pode estimular a valorização dos produtos locais e serviços ligados a um dado território, valorizando também as diversidades locais (KRUCKEN, 2009, p. 23).

Ela menciona o desafio de levar esses produtos locais para consumidores que não estão no território de origem dos produtos:

Com a globalização, um dos maiores desafios é comunicar as qualidades e valores de produtos locais para pessoas que não conhecem o seu contexto de origem e a sua história, de modo que possam assimilá-los e reconhecê-los. Para que isso aconteça é necessário compreender a maneira como as pessoas percebem os produtos. Saber como o valor e a qualidade são percebidos, portanto, é fundamental para definir estratégias de comunicação sobre a origem de um produto, seu modo de produção e seus significados (KRUCKEN, 2009, p. 23-24).

Esse desafio, segundo a autora, é tarefa do design, e portanto, é um assunto que permeia a pesquisa, uma vez que a discussão em relação ao tema é gerada a partir da criação do produto nas comunidades, seus significados e a maneira como chegarão até outros territórios. Alguns dos autores mencionados no segundo capítulo serão citados nas próximas seções, com a finalidade de integrar os assuntos abrangidos nesta pesquisa.

No terceiro capítulo, intitulado “O entrelaçamento do design, do artesanato e do afeto nas criações do ‘designer artesão’”, entrevisto Elizandro Rabelo, além de partilhar informações sobre o seu processo criativo e esclarecer o modelo de economia circular utilizado por ele em seu ateliê. Faço algumas considerações sobre o conceito de memória, novamente recorrendo a Le Goff; já quando trato de memória afetiva e valores atribuídos aos produtos de artesanato, utilizo Krucken.

No quarto capítulo, “Iluminando culturas – coleção de luminárias ‘A Força da Floresta’, de Marcelo Rosenbaum com a comunidade indígena Yawanawá”, o projeto que dá nome à seção é dado como um exemplo efetivo de aplicação do Etnodesign, levando em consideração a troca de saberes entre designers e artesãos e mostrando o resultado produtivo dessa integração. Chartier é a principal referência quando menciono a ideia de representação, aqui vinculada às peças artesanais presentes na coleção.

No quinto capítulo, “Educação patrimonial: o construto dos saberes e fazeres”, explicarei o processo de elaboração do produto final desta dissertação, partindo do diálogo

proposto na oficina com os alunos do quinto ano de uma escola de Caxias do Sul, e seguindo com a ideia do projeto “*Podcast* como Ferramenta Educacional”, que será direcionado a professores, como uma maneira de iniciar a abordagem sobre o Etnodesign na escola. Atentando-se à linguagem audiovisual na educação, um vídeo foi produzido para servir como um cartão de visitas desta pesquisa, abordando conceitos presentes no estudo.

Ainda sobre o tema, fiz um levantamento de teses e dissertações no site Google Acadêmico e no repositório da CAPES utilizando as palavras-chaves: “Etnodesign”, “práticas sustentáveis” e “economia circular”, sendo esses termos vinculados aos objetivos desse estudo. Dentre os resultados encontrados, menciono três, que mais se aproximam ao que proponho aqui.

Posso destacar a dissertação de José Francisco Sarmiento Nogueira, “Etnodesign: um estudo do grafismo das cestarias dos M’byá Guarani de Paraty-Mirim”, publicada em 2005 pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), enquanto obra que norteia o conceito de Etnodesign. Sua pesquisa tem aporte específico sobre a produção de cestarias do grupo indígena M’byá Guarani, tendo como foco o estudo de manifestações estéticas do grupo como um sistema de representação. O autor aborda a maneira como as cestas são produzidas, suas funções e a simbologia dos desenhos, os quais são passados das mães para as crianças, além de tratar do aspecto de como o trabalho em grupo contribui para a troca de conhecimento entre os M’byá.

Já a tese de Ana Luiza Cavalcante, intitulada “Design para a sustentabilidade cultural: recursos estruturantes para sistema habilitante de revitalização e conhecimento e local indígena”, de 2014, publicada pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), trata da estruturação desse sistema em uma comunidade Kaingang ao norte do Estado do Paraná. É uma contribuição sobre o conhecimento local, gráfico e visual, especificamente no trançado Kaingang, incentivando assim a revitalização deste conhecimento. A tese ressalta o quanto os conhecimentos local e indígena se encontram em constante risco e sofrem prejuízo, degradação ou apropriação indevida. Para a proposta de revitalização, a autora entrelaça Design, Mídia, Comunicação a Antropologia, Engenharia e Gestão de Conhecimento. A preservação cultural permeia um dos objetivos centrais. Cavalcanti (2014) utiliza o conceito de Etnodesign presente em Nogueira (2005) e também a ideia do Etnodesign como um mediador entre design e artesanato. Como suporte técnico, recorre a autores voltados ao design, sustentabilidade e etnografia, além de diversos recortes de artigos e publicações envolvendo a cultura indígena e o povo brasileiro.

Na pesquisa “Dos saberes imateriais à concepção dos artefatos: uma etnografia do design vernacular em um quilombo da Paraíba”, publicada em 2020 pela Universidade Federal

de Campina Grande (UFCG), Walísson Adalberto dos Santos analisou como o saber imaterial encontra-se simbolizado na concepção dos artefatos produzidos em comunidades quilombolas no Estado da Paraíba. Sua pesquisa trata do resgate dos saberes que foram perdidos ao longo do tempo em decorrência da industrialização dos produtos. Assim, os elementos que são passados como herança tornaram-se obsoletos. Esse estudo acerca do retorno às origens – e no que tange às práticas, saberes, processos, expressões e técnicas reproduzidas dentro de um determinado grupo cultural imaterial – é o que mais se assemelha com uma parte de minha pesquisa, ao referenciar o Etnodesign. Contudo, a ideia de economia circular atrelada a esse tipo de produção manual não é abordada no trabalho de dos Santos.

É possível afirmar que as pesquisas encontradas sobre o tema “Etnodesign” concentram o seu estudo em um determinado grupo étnico, discorrendo sobre as manifestações estéticas, a revitalização dos processos manuais e a importância cultural. Minha pesquisa é inovativa em relação às anteriores na medida em que aborda o Etnodesign entrelaçado com o patrimônio imaterial, as práticas sustentáveis e a economia circular; é, diferentemente das já publicadas, uma análise para compreender que a união entre artesão e designer resulta em uma criação efetiva de produtos que possuem menos demanda dos recursos naturais e ainda promove transformações socioambientais.

A seguir, dou início à discussão acerca do Etnodesign, percorrendo dados, informações e análises sobre o assunto.

2 ETNODESIGN, PATRIMÔNIO IMATERIAL, PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS, ECONOMIA CIRCULAR = MOVIMENTO SOCIOAMBIENTAL

*“Restos de sonhos sobre um novo dia,
Amores nos vagões, vagões nos trilhos.
Parece que quem parte é a ferrovia
que mesmo não te vendo te vigia
como mãe, como mãe
que dorme olhando os filhos
com os olhos na estrada.
E no mistério solitário da penugem
vê-se a vida correndo, parada
como se não existisse chegada
na tarde distante, ferrugem ou nada.”*

Djavan

A presente pesquisa trata sobre a inter-relação entre a História e o Etnodesign e tem o objetivo de ressaltar que as peças artesanais produzidas em território nacional carregam em si uma fonte de conhecimento histórico passado de geração a geração através de saberes compartilhados pelas comunidades e grupos étnicos. Ademais, estabelece relações entre a área do Design de Interiores com o meio ambiente, apontando técnicas possíveis e aplicáveis na criação dos produtos, de maneira a utilizar cada vez menos materiais potencialmente agressivos à natureza. Um dos papéis assumidos pelos profissionais do design é, com efeito, desenvolver, de forma prática, soluções que contribuam para esse resultado, seja ao desenvolver um novo produto ou ao utilizar aqueles já existentes, atentando-se devidamente à composição dos materiais, seu uso e seu descarte.

A produção artesanal é carregada de saberes ancestrais e, ao socializar esses saberes ancestrais com a comunidade escolar, por exemplo, justifica-se não só a (re)produção destes, como proporciona-se a formulação de novos enlaces – nesta pesquisa – entre o Etnodesign, o patrimônio imaterial (perpassando pela história cultural), as práticas sustentáveis e a economia circular. Segundo Sérgio Buarque Holanda (1995), a História apresenta dados e fatos de que os primeiros objetos feitos pelo homem eram artesanais. Isso pode ser identificado no período neolítico (6.000 a.C.) quando o homem aprendeu a polir pedra, a fabricar cerâmica e descobriu a técnica de tecelagem das fibras animais e vegetais. Ou seja, a história do artesanato começa junto com a história do homem, quando este precisa aprender a fazer utensílios que serviriam para a sua sobrevivência, instigando a sua capacidade criativa e produtiva desde então.

Para Marilena Chauí (2000, p. 405), o conceito de arte e artesanato traz a palavra arte, vinda do latim *ars*, e corresponde ao termo grego *techne*, técnica, significando: o que é ordenado, ou toda a espécie de atividade humana submetida a regras. Em sentido lato, significa habilidade, destreza, agilidade. Em sentido estrito, instrumento, ofício, ciência. Assim, a autora empresta um conceito ao próprio artesanato, que além de ser uma técnica manual para fabricação de peças não produzidas em série, tem esse aspecto artístico e utilitário ao mesmo tempo.

A distinção entre artes da utilidade e artes da beleza acarretou uma separação entre técnica (o útil) e arte (o belo) levando à imagem da arte como ação individual espontânea vinda da sensibilidade e da fantasia do artista como gênio criador. Enquanto o técnico é visto como aplicador de regras e receitas vindos da tradição ou da ciência, o artista é visto como um dotado de inspiração, entendida como uma espécie de iluminação interior e espiritual misteriosa que leva o gênio a criar a obra. (CHAUÍ, 2000, p. 406-407).

O artesanato torna-se, dessa forma, uma expressão artística do artesão. Chauí (2000, p. 416) ressalta que a arte como expressão é algo mais profundo, pois procura exprimir o mundo através do artista. Ao fazê-lo, leva-nos a descobrir o sentido da cultura e da história. O artesanato é uma arte popular, pois é manual, não tecnológica. Cada peça carrega em si a singularidade do processo de criação. Walter Benjamin (1994, p. 167) afirma que:

Mesmo na reprodução mais perfeita falta uma coisa: *o aqui e agora* da obra de arte – a sua existência única no lugar em que se encontra. É todavia, nessa existência única, e apenas aí, que se cumpre a história à qual, no decurso de sua existência a, ela esteve submetida. [...] O aqui e agora do seu original constitui o conceito de sua autenticidade.

As peças produzidas através do artesanato são peças únicas e, quando vistas apenas como trabalho artístico, fazem parte da função estética dentro do Design de Interiores, sendo bastante utilizadas na decoração dos ambientes. Quando se tornam itens utilitários, estão além da forma, configurando-se em uma das máximas do design, que atribuiu a um objeto forma e função para configurar-se em um projeto.

Utilizando-se dos saberes passados como herança, o Etnodesign busca uma maneira de perpetuar esse conhecimento dos fazeres de cada comunidade artesã quando produz uma peça. Trata-se de uma apropriação de conhecimento para manter a continuidade dos saberes. Sobre isso, Roger Chartier (1988, p. 26) explica que:

A apropriação, tal como a entendemos, tem por objetivo uma história social das interpretações, remetidas para as suas determinações fundamentais (que são sociais, institucionais, culturais) e inscritas nas práticas específicas que as produzem. Conceder deste modo atenção às condições e aos processos que, muito concretamente, determinam as operações de construção do sentido (na relação de leitura, mas em

muitas outras também) é reconhecer, contra a antiga história intelectual, que as inteligências não são desencarnadas, e, contra as correntes de pensamento que postulam universal, que as categorias aparentemente mais invariáveis devem ser construídas na descontinuidade das trajetórias históricas.

O Etnodesign, portanto, configura-se como um mediador, um recurso que possibilitará a união de conhecimentos tradicionais de uma determinada comunidade artesã – conservados no tempo, mesmo com a industrialização e mecanização dos produtos – com o conhecimento do designer e a possibilidade de utilizar as tecnologias atuais para uma maior durabilidade do produto.

O Etnodesign surge como uma forma de resgatar os processos, a tecnologia e o entendimento daquilo que é produzido por etnias que contribuíram através de seu meio de produção para a formação do universo simbólico de materiais e produtos que fazem parte do cotidiano da população (NOGUEIRA, 2005. P.7).

O Etnodesign, além disso, estreita o relacionamento do designer com as comunidades, uma vez que o profissional tem acesso a produtos e a saberes utilizados pelos artesãos. Uma imersão cultural que adentra no patrimônio imaterial brasileiro. Desse modo, o Etnodesign também surge como uma maneira de compreender a pluralidade cultural do trabalho manual espalhada pelo país e compartilhar o conhecimento para que ele ultrapasse gerações e tenha continuidade. Os saberes e fazeres das comunidades tornam-se a identidade do local, contribuem para o processo criativo artesanal, geram valores e identidade, e fazem parte do patrimônio cultural imaterial. Sobre isso:

Constituem o Patrimônio Cultural Imaterial: as práticas, representações, conhecimento e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares que lhes são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Esse patrimônio que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana (KRUCKEN, 2009, p. 24).

Pensando em patrimônio, sentimento de identidade e continuidade, Zygmunt Bauman (2005) assegura que o Estado tem o poder de reconhecer a identidade nacional de uma pessoa, pois define, classifica, segrega, separa e seleciona os costumes, a língua e dialetos, as tradições e modos de vida de seus habitantes. Para o sociólogo, a identidade ocorre desde o nascimento do indivíduo em um país e sua afirmação dentro dessa nacionalidade. Dessa maneira, compreendo que a identidade de cada comunidade é preservada a partir do indivíduo que nasceu e cresceu em um determinado local, e se afirmou dentro dessa identidade enquanto ideia de

pertencimento àquele grupo, sendo ainda a própria comunidade a entidade que o define enquanto sujeito.

A identidade impressa no artesanato, então, carrega a característica de ser uma técnica ancestral herdada e transmitida, que, por isso, contém em si o modo de viver do artesão, os saberes, a importância cultural emergida de uma peça que demonstra a sua singularidade, que é próprio do seu universo. O seu valor é intangível pois está além da técnica do entalhe em madeira ou da moldagem da cerâmica, por exemplo; está imaterializado com o ensinamento que o avô passou para o neto. O patrimônio imaterial é uma força invisível que faz o artesanato acontecer, ele está além do método: concentra-se no saber humano dentro de uma cultura ou tradição, é a comunicação nas relações estabelecidas que estão presentes na escuta, no olhar e no sentimento que o artesão carrega ao reproduzir aquilo que lhe foi passado e que, posteriormente, será desenvolvido com grande significado.

Portanto, quando falo sobre design e território, promovo a “visibilidade” do artesão local, seu trabalho, sua arte e seus valores. Quando falo sobre os saberes e fazeres e sobre patrimônio imaterial, incluo também a educação patrimonial – quando inserida nas escolas, por exemplo –, como uma potente fonte de acesso a informações culturais, que faz com que o indivíduo enriqueça a sua própria maneira de olhar para um bem material ou imaterial e compreenda a importância desse olhar.

A Educação Patrimonial é um instrumento de “alfabetização cultural” que possibilita ao indivíduo fazer a leitura do mundo que o rodeia, levando-o à compreensão do universo sociocultural e da trajetória histórico-temporal em que está inserido. Este processo leva ao reforço da autoestima dos indivíduos e comunidades e à valorização da cultura brasileira, compreendida como múltipla e plural (HORTA; GRUNBERG; MONTEIRO, 1999, p. 4).

É a partir dos saberes e dos fazeres que o Etnodesign se torna possível; neles, acontece a integração de conhecimentos múltiplos. Na troca de ideias entre designers e artesãos, há contribuições de ambos os lados. As comunidades podem contribuir para o design como referência cultural e como valor de identidade, incentivando o uso de matérias primas locais e processos manuais. A peça produzida por um artesão é carregada de memórias, afetividade, saberes e força, embora haja obviamente um trabalho que envolve a sobrevivência econômica. O artesanato resulta em um objeto transformador, potencialmente criativo, ainda que, por conta da sobrevivência econômica, os produtos possam se repetir. Por sua vez, o design contribui com as comunidades, com o aperfeiçoamento dos processos de produção de um produto, com um

diálogo com a sociedade, com gestão de design⁵ (planejamento, gerenciamento, organização de marca para valorização dos produtos e estratégia de mercado) e com geração de trabalho, renda e exposição de peças artesanais brasileiras.

O diálogo permanente que está implícito neste processo educacional estimula e facilita a comunicação e a interação entre as comunidades e os agentes responsáveis pela preservação e estudo dos bens culturais, possibilitando a troca de conhecimentos e a formação de parcerias para a proteção e valorização desses bens (HORTA; GRUNBERG; MONTEIRO, 1999, p. 4).

Quando pensamos na maneira em que o artesanato é feito, entendemos que a oralidade e a memória são importantes recursos utilizados, pois é através da oralidade que a transmissão do conhecimento da memória acontece, uma vez que, em sua maioria, os objetos produzidos pelo artesanato provêm de ensinamentos passados como herança. O padrão cultural que o artesanato possui provém de tradições de determinadas comunidades, que atribuem singularidade às peças criadas, com linguagem visual e repertório próprios e significações que foram herdadas e começam a ser novamente compartilhadas a partir das peças prontas, inclusive com novas características.

O ser humano possui a capacidade de conservar lembranças e, quando utiliza esse suporte para a manifestação da memória, também costuma querer manipular essas memórias ou inventá-las. Eric Hobsbawm e Terence Ranger (1997) consideram que as tradições inventadas se aplicam como inovações históricas postas de forma anacrônica para impor uma dada identidade pelo viés de uma suposta memória, que se refere a um passado apropriado para tal.

Por “tradição inventada” entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado (HOBSBAWM; RANGER, 1997, p. 9).

Desse modo, a tradição inventada surge como uma maneira de contribuir para a formação da identidade por meio do resgate de memórias do passado, apoiando-se na repetição, que é assimilada pelo imaginário social. Essa repetição de saberes, ainda que reinventada no

⁵ Intitula-se como gestão de design, a atividade gerencial que situa o design dentro das empresas em diferentes níveis organizacionais. Nesse sentido, esse tipo de gestão visa implementar o design como um programa formal de atividades, por meio da comunicação de sua relevância para as metas corporativas, a fim de coordenar os recursos de design em todos os níveis para atingir os seus objetivos. Por isso, o gerenciamento do design compreende um “conjunto de técnicas de gestão dirigido a maximizar, ao menor custo possível, a competitividade que a empresa obtém pela incorporação e utilização do Design como instrumento de sua estratégia empresarial”. (AUTOR, 2016, p. 23)

tempo, aplicada pelos artesãos de uma comunidade, por exemplo, ao criarem uma peça de artesanato, é portanto um retorno às tradições passadas e uma nova maneira de aplica-las, reavivando a identidade daquele grupo.

Quando menciono esses saberes, as significações e os bens culturais de determinado grupo, ressalto a premissa de Le Goff (1992, p. 426-427) de que a memória coletiva é importante para os estudos históricos, uma vez que a memória social é construída a partir de fatos históricos, tradições, identidades e costumes de um tempo. Compreendo que a memória social faz parte daquilo que os grupos mantêm vivo de seu passado – o que eles fazem, como agem por conta desse passado – e que a história se utiliza dessa memória para se constituir. A memória coletiva e social que uma comunidade artesã carrega e que é recorte do passado traz a consciência de tempo presente e das ações necessárias para perpetuar saberes.

[...] a memória coletiva é não somente uma conquista, é também um instrumento e um objeto de poder. São as sociedades, cuja memória social é sobretudo oral, ou que estão em vias de construir uma memória coletiva escrita, que melhor permitem compreender essa luta pela dominação da recordação e da tradição, esta manifestação da memória (LE GOFF, 1992, p. 476).

Observo, também, que a pluralidade cultural no artesanato é resultante de memórias e saberes distintos dessas comunidades. Há um entrelaçamento entre culturas identitárias acontecendo no território de cada comunidade. Posso aqui tratar o Etnodesign como parte da história cultural, justamente porque não diz respeito apenas a produções artísticas ou peças artesanais de design, mas porque suas representações constituem-se em artefatos com contribuições econômicas e sociais.

Pensar de um outro modo a cultura, e por consequência o próprio campo da história intelectual, exige concebê-la como um conjunto de significações que se enunciam nos discursos ou nos comportamentos aparentemente menos culturais, tal como faz C. Geertz: “o conceito de cultura ao qual adiro [...] denota um padrão transmitido historicamente, de significados corporizados em símbolos, um sistema de concepções herdadas, expressas em formas simbólicas, por meio das quais os homens comunicam, perpetuam e desenvolvem o seu conhecimento e as atitudes perante a vida [...]” (CHARTIER, 1988, p.67).

O que Geertz quer dizer é que a cultura é vista como um conjunto de significados, incorporados através de símbolos que se materializam em comportamento. No livro *A interpretação das culturas*, o autor afirma que:

É preciso compreender tanto a organização da atividade social, suas formas institucionais e os sistemas de ideias que as animam, como a natureza das relações existentes entre elas. É justamente nesse sentido que se dirige a tentativa de esclarecer os conceitos de estrutura social e de cultura (GEERTZ, 2008, p.150).

Geertz (2008, p.151) ainda diz que “em qualquer sociedade particular, o número de padrões culturais geralmente aceitos e frequentemente usados é extremamente grande”. Sendo assim, pode-se dizer que o Etnodesign faz parte da diversidade cultural do país, atribuindo características individuais de cada artesão no processo de produção de suas peças e, ao mesmo tempo, carregando um aspecto particular que pertence à comunidade da qual faz parte.

Todos os povos desenvolveram estruturas simbólicas nos termos das quais as pessoas são percebidas exatamente como tais, como simples membros sem adornos da raça humana, mas como representantes de certas categorias distintas de pessoas, tipos específicos de indivíduos. Em cada caso em separado, surge, inevitavelmente, uma pluralidade de tais estruturas (GEERTZ, 2008, p.151).

Observando a pluralidade criativa do artesanato, as peças produzidas nas regiões mais diversas destacam-se cada vez mais por meio das mídias sociais – tanto pelo aumento da procura por compras online (e as redes funcionam como uma vitrine virtual), quanto por conta do crescimento de microempresas e do trabalho autônomo. Em tempos pandêmicos – como o que atravessamos – a exposição de produtos nas redes e a aquisição pelos usuários torna a compra mais segura, já que não é necessário sair de casa. Esse alcance também faz com que as várias possibilidades visuais dos produtos estimulem de diferentes maneiras o consumidor. O design estabelece uma relação com a estética, que comunica e, portanto, impacta a maioria dos produtos, que necessitam da aprovação do consumidor. Nesse caso, em relação à exposição de peças de design artesanal nas mídias sociais, o designer também precisa realizar a curadoria para a escolha das peças que tornarão essa mídia atrativa, a fim de despertar o interesse e convencer o consumidor final.

O crescimento da visibilidade das peças produzidas artesanalmente nas mídias sociais e, sobretudo, o valor cultural representado por essas peças fazem parte do que podemos chamar de “economia criativa”. Tom Fleming (2018, p. 11), em seu estudo sobre a Economia Criativa Brasileira, diz que ela envolve “aqueles setores criativos cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica”.

O autor contribui ainda com a classificação dada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), que define as principais atividades criativas, conforme a Figura 1, a seguir:

Figura 1- Quadro Classificatório de Atividades Criativas - UNESCO

Setores Criativos Nucleares Macrocategorias	Atividades associadas
A Patrimônio Natural e Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Museus • Locais históricos e sítios arqueológicos • Paisagens culturais • Patrimônio natural
B Espetáculos e celebrações	<ul style="list-style-type: none"> • Artes cênicas • Festas e festivais • Feiras
C Artes visuais e plástica	<ul style="list-style-type: none"> • Artesanatos • Pintura • Escultura • Fotografia
D Livros e periódicos	<ul style="list-style-type: none"> • Livros • Jornais e revistas • Outros materiais impressos • Bibliotecas (inclusive virtuais) • Feiras do livro
E Audiovisual e mídias interativas	<ul style="list-style-type: none"> • Cinema e vídeo • Televisão e rádio (incluindo a Internet) • Internet podcasting • Videogames (incluindo on-line)
F Design e serviços criativos	<ul style="list-style-type: none"> • Design de moda • Design gráfico • Design de interiores • Paisagismo • Serviços de arquitetura • Serviços publicitários

Fonte: Fleming (2018).

As fontes desta pesquisa encontram-se no setor C e F, que incluem artesanato e design. A economia criativa em si configura-se em uma abordagem de inclusão social, fortalecendo o desenvolvimento cultural e econômico do país. Exemplo disso é a Rede Nacional do Artesanato Cultural Brasileiro (Rede Artesol)⁶, fundada em 1998, que funciona como uma extensão do princípio da economia criativa ao mapear e articular a cadeia produtiva do artesanato brasileiro, fomentando negócios e incentivando o protagonismo de seus membros. Atua em um processo de inclusão social e cultural sobre artesanato brasileiro, arte popular e artesanato indígena, sendo uma maneira de proteger os saberes artesanais. O endereço eletrônico da Rede Artesol torna-se assim uma vitrine de exposição virtual de artesanato brasileiro (Figura 2), na qual o usuário pode ter acesso a informações sobre os locais onde as peças são produzidas, bem como materiais utilizados e comunidades artesãs, além de traçar uma breve descrição do autor de cada peça.

⁶ Rede Artesol: www.artesol.org.br. Acesso em: set. 2020.

Figura 2- Página virtual da Rede Artesol



Fonte: ARTESOL. Disponível em: www.artesol.org.br. Acesso em: 21 ago. 2023

Segundo Krucken (2009, p. 17):

Os produtos locais são manifestações culturais fortemente relacionadas com o território e a comunidade que os gerou. Esses produtos são resultados de uma rede, tecida ao longo do tempo que envolve recurso da biodiversidade, modos tradicionais de produção, costumes e também hábitos de consumo.

Para a autora, é necessária eficiência na maneira de comunicar esses produtos para consumidores que estão fora do território de origem desses itens. Nesse sentido, a Rede Artesol já citada, que faz essa mediação entre produtores e consumidores, torna-se uma rede potencialmente sensível, responsável pela tarefa de divulgar o artesanato brasileiro por consequência o seu patrimônio imaterial. Nesse contexto, uma das principais tarefas do design, é reconhecer e tornar reconhecíveis valores e qualidades locais, dinamizando os recursos do território e valorizando bens culturais:

As contribuições do design para a valorização dos produtos locais podem ser agrupadas em três linhas: 1. promover a qualidade dos produtos, dos territórios, dos processos de fabricação; 2. apoiar a comunicação, aproximando consumidores e produtores e intensificando as relações territoriais; 3. apoiar o desenvolvimento de arranjos produtivos e cadeias de valor sustentáveis, visando ao fortalecimento de micro e pequenas empresas (KRUCKEN, 2009, p.18).

A economia criativa pode ser vista como uma maneira de transformar criatividade em valor: gera valor com a própria interação humana, com a arte, com as respostas às necessidades da população brasileira e, no que tange às peças artesanais, além da efetivação como renda e da valorização dos saberes imateriais, o artesanal dialoga com as práticas sustentáveis principalmente pelo uso de materiais adequados em seus processos manufaturais.

Quando utilizo “práticas sustentáveis”, o faço em lugar da palavra “sustentabilidade”, para falar sobre soluções que busquem a diminuição do impacto ambiental na produção de um item, considerando as circunstâncias que envolvem esse movimento. Entendo que é mais realista considerar que as empresas incluam em seus processos alguns padrões que causem menores impactos ao meio ambiente, do que o ideal de se tornar uma empresa totalmente sustentável, o que dependeria de inúmeros fatores, como poderá ser visto no exemplo dos transportes dos produtos, logo a seguir. A partir do momento em que uma empresa instala um aproveitamento de água da chuva, por exemplo, ela está implantando uma prática sustentável, ou seja, há uma contribuição para o desenvolvimento sustentável sendo realizada naquele local, embora não inteiramente sustentável. Para a jornalista e crítica de design, Maria Helena Estrada, o percurso para a sustentabilidade ainda é longo:

Materiais ecoamigáveis e métodos de produção socialmente corretos, ou seja, desenvolvidos com responsabilidade social e ambiental, são, sem dúvida os patamares por onde iniciar as interferências nas cadeias produtivas em qualquer seguimento. Mas, já sabemos, é necessário percorrer toda a linha de produção para atermos um produto totalmente sustentável. Vemos também os mesmos problemas em relação à cadeia produtiva no seguimento do mobiliário e dos utilitários, ditos sustentáveis, sejam eles artesanais ou industriais. Afirmar e acreditar que obedecer apenas a uma ou duas características sustentáveis (por exemplo, a duvidosa “origem certificada” da madeira brasileira) faz de um móvel um produto sustentável, é marketing ilusório (ESTRADA, 2014, p.11).

Gostaria de mencionar um exemplo de como a sustentabilidade deve ser analisada de maneira mais ampla: considere-se um consumidor de Porto Alegre que adquire uma peça artesanal de um artesão de Teresina, a qual foi produzida sem qualquer intervenção agressiva ao meio ambiente; esse produto, inicialmente, pode-se entender como sustentável; contudo, deixa de sê-lo totalmente ao chegar em seu destino através de um meio de transporte que queima gás carbônico, pois este tipo de locomoção contribui para o aumento da temperatura terrestre. É impossível, para o artesão de Teresina, distribuir os seus produtos sem contar com um serviço de transporte, ao qual ele possivelmente se apoia também para receber materiais. Enquanto uma mudança extrema não ocorre, porque independem de alguém individualmente, as contribuições podem ser focadas em pequenas ações que envolvam práticas sustentáveis, embora compreenda que o papel fundamental para a mudança está na mão das grandes indústrias.

A sustentabilidade é um mito inventado pelas grandes corporações para justificar o assalto que fazem à nossa ideia de natureza [...] fomos nos alienando desse organismo que somos parte, a “terra”, e passamos a pensar que ele é uma coisa e nós outra: a terra e a humanidade (KRENAK, 2019, p.16).

Ao falar sobre Etnodesign e práticas sustentáveis, é preciso compreender que há uma logística na criação, produção e descarte de um produto. Desse modo, há a necessidade de se entender como a economia circular funciona e como torná-la uma importante aliada à produção. Com base na inteligência da natureza, o conceito da economia circular consiste em eliminar o resíduo de todo produto, possibilitando que, em vez de descarte, haja reaproveitamento. Esse conceito é emprestado da teoria “do berço ao berço” (*Cradle to Cradle*⁷), que surgiu como uma reforma na engenharia e fabricação de produtos.

Desenvolvido pelo arquiteto William McDonough e pelo químico alemão Michael Braungart, o chamado “do berço ao berço” estabelece uma nova relação entre produção e consumo. Esse conceito nasceu inspirado na própria natureza, em seu modelo cíclico, que não deixa resíduos: o material descartado é reutilizado no próprio meio, a natureza não acumula lixo. Das folhas das árvores que caem no solo às sementes de frutas que apodrecem no chão, por exemplo, tudo é reaproveitado, provendo nutrientes para o mesmo organismo que as gerou.

A infraestrutura industrial dos dias de hoje é projetada para buscar o crescimento econômico. Ela o faz à custa de outras preocupações vitais, particularmente da saúde humana e ecológica, da riqueza cultural e natural e até do prazer e do deleite. Exceto por alguns efeitos secundários geralmente conhecidos, a maior parte dos métodos e materiais industriais é involuntariamente empobrecedora. (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2013, p.47).

Com essa proposição de design “do berço ao berço”, pretende-se ocupar o lugar do uso e descarte: o nascimento e morte de um produto. Nessa perspectiva, as fábricas funcionariam preservando todos os materiais em ciclos contínuos, estimulando o uso de energia renovável e valorizando a diversidade. Esse novo modelo reaproveita o material utilizado na concepção de um produto passando por todas as etapas: fabricação, uso, recuperação, desmontagem e reutilização. Ou seja, os resíduos deixariam de existir, diferentemente do atual modelo de reciclagem, que não reutiliza 100% do produto e cujo acúmulo de resíduos no meio ambiente é inevitável.

Os produtos deveriam ser pensados para que “ao fim de sua vida útil, não se transformem em resíduos inúteis, mas que possam ser lançados ao chão para decompor-se e transformar-se em comida para plantas e animais, além de nutrientes para o solo; ou, alternativamente que possam retornar aos ciclos industriais para fornecer matérias-primas de alta qualidade para novos produtos (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2013, p. 92).

⁷Cradle to Cradle: O Conceito da Economia Circular. Uma explicação mais profunda pode ser compreendida por meio deste vídeo, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ij3EIbc6otQ>. Acesso em: 22 jul. 2021.

Ao aplicar o conceito de economia circular no campo do design, o designer de produto estuda a criação de um novo objeto, possibilitando a utilização de um material reaproveitável após o seu descarte. O designer de interiores, por sua vez, pode escolher peças e materiais que serão utilizados nos projetos de interiores com essa mesma perspectiva, de agregar em determinado ambiente materiais que, ao serem desgastados, quebrados ou danificados, mesmo que acidentalmente, possam ser reaproveitados. Incluir as peças que resultam do Etnodesign nessas escolhas, além de contribuir com esse movimento, irá levar para a casa do usuário um objeto com valor cultural, histórico, produzido através de técnicas e saberes ancestrais.

Pressuponho que a mudança em relação a ações significativas para a preservação do meio ambiente hoje – na era industrial e capitalista – não ocorre a partir de mudanças pessoais de hábitos, pois isso é limitado e pouco eficaz. As mudanças precisariam iniciar com as grandes corporações e indústrias, para que efetivamente os resíduos danosos ao meio ambiente obtivessem um resultado satisfatório de regeneração.

A abordagem ambiental do “mau menor” para a indústria tem sido crucial para transmitir mensagens importantes relativas a preocupação ambiental – mensagens que continuam a capturar a atenção pública e a incitar uma importante pesquisa. Ao mesmo tempo, transmitem conclusões menos úteis: em vez de apresentar uma visão de mudança inspiradora e empolgante, as abordagens ambientais convencionais concentram-se sobre o que não fazer. Essas proscricções podem ser vistas como uma espécie de gestão de culpa de nossos pecados coletivos, um conhecido placebo da cultura ocidental (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2013, p.69).

Catherine Weetman (2019, p.48), que complementa o estudo de McDonough e Braungart, compreende que as autores:

[...] encorajam uma abordagem de pensamento sistêmico, reenquadrando o design para torná-lo regenerativo e avançando constantemente de ser ‘menos ruim’ para fazer ‘mais bem’”. Eles rejeitam a ideia de que o crescimento é mau para o meio ambiente, lembrando-nos de que na natureza o crescimento é bom.

O trabalho artesanal é, por si mesmo, adornado por práticas sustentáveis com resultados menores no impacto ambiental provido pela criação, uso e descarte de produtos. Ele assemelha-se ao conceito “do berço ao berço” em uma espécie de rejeição da sociedade do consumismo exacerbado, da sociedade do descarte que nunca questiona a ideia de progresso diretamente associado a economia industrial, em que a grande maioria dos produtos são pensados diretamente para a venda e não necessariamente para o uso, em uma lógica de “obsolescência programada”, termo o qual explicarei a seguir.

Foi a partir da Revolução Industrial⁸, ocorrida na Europa entre os séculos XVIII e XIX, que a mecanização foi implantada na produção das indústrias e a sociedade sofreu a sua maior mudança econômica. Intrínseco a essa mudança, o capitalismo⁹ se sobressai e, diferentemente do consumo, que resulta de uma compra planejada de um item necessário para a vida do usuário, o consumismo – a necessidade de comprar por desejo, sem a real necessidade do produto e de uma maneira não planejada – aumenta consideravelmente.

As pessoas consumiam coisas na cultura pré-industrial. A maioria dos produtos biodegradava-se com segurança quando eram jogados fora, enterrados ou queimados. A exceção eram os metais; vistos como algo altamente valioso, eram derretidos e recusados. (Na verdade, eram o que chamávamos nutrientes técnicos primitivos). Mas à medida que a industrialização avançou, o modo de consumo perdurou, ainda que, na realidade, já não se poderia consumir a maior parte dos itens fabricados (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2013, p.101).

Posteriormente, essa relação entre o usuário e o consumismo teve papel fundamental na introdução da “obsolescência programada” dentro da indústria. A “obsolescência programada” define o tempo de vida útil de um produto que, quando terminado, obriga o usuário a substituí-lo por um modelo atualizado. O dicionário Luft, define aquilo que é obsoleto como algo “que caiu em desuso”.

Segundo Vance Packard (1965), há três formas distintas pelas quais um produto pode se tornar obsoleto: a primeira delas é pela “obsolescência de função”, na qual um produto se torna antiquado porque é introduzido um novo produto que executa melhor a sua tarefa; a outra refere-se a “obsolescência de qualidade”, isto é, o produto é planejado para que em determinado tempo não funcione; e, por fim, há a “obsolescência de desejabilidade” onde o próprio usuário deseja um novo produto mesmo que o atual ainda esteja em perfeito funcionamento. Essa estratégia da indústria visa o lucro, o retorno mais rápido referente a determinada mercadoria e se fortalece no comportamento do próprio usuário que adere a novidades sem que haja a real necessidade de troca. Assim, as grandes indústrias empenham-se na produção em série de itens que logo serão substituídos (seja pela função, durabilidade ou desejabilidade). Contudo, é o meio ambiente que sofrerá com o descarte de milhares de produtos que não foram produzidos com a finalidade de reutilização, pelo contrário, findam com o ciclo.

⁸ O termo Revolução Industrial se refere essencialmente à criação de um sistema de fabricação que produz em quantidades tão grandes e a um custo que vai diminuindo tão rapidamente que passa a não depender mais da demanda existente, mas gera o seu próprio mercado (HOBBSAWN, 1964: 50, *apud* CARDOSO, Rafael 2008: 26)

⁹ Capitalismo: influência ou predomínio do capital, do dinheiro; regime em que os meios de produção pertencem a sociedades privadas ou a particular. (Bueno, Silveira: minidicionário da língua portuguesa/ Silveira Bueno. - 2. Ed.-São Paulo: FTD, 2007. Pag. 145)

Pensando sobre a obsolescência programada, a deseabilidade de um produto, a mercadoria e o valor da mercadoria, suponho que o consumidor não priorize a qualidade do produto, uma vez que a troca é programada na lógica de compra, uso e descarte. Ao falar sobre a qualidade dos produtos artesanais, Krucken (2009, p. 26) diz que a qualidade é o resultado de uma experiência, já que o modo como percebemos a qualidade é um processo subjetivo influenciado por questões culturais. Ela ressalta ainda que “a qualidade percebida” de um produto envolve três momentos: antes, durante e após o consumo, intituladas respectivamente de “qualidade esperada”, “qualidade percebida” e “qualidade experimentada”. Para a autora, o valor de um produto associa-se à “qualidade percebida”, que acontece quando há a integração entre o uso do produto e a confiança do consumidor enquanto usufrui dele. No caso do artesanato, os principais elementos objetivos e subjetivos sobre a percepção da qualidade de um produto são:

a) indicações geográficas da origem; b) indicações da qualidade técnica do produto e do processo e de seu controle; c) indicações da qualidade socioambiental e econômica do produto e de sua cadeia de produção (por exemplo: indicação de comércio solidário; indicação de produtos da agricultura familiar etc.) (KRUCKEN, 2009, p. 29).

Ou seja, o produto artesanal contém uma qualidade geralmente percebida pelos usuários, e essa qualidade pode ainda se potencializar, quando o designer e o artesão trabalham juntos, no Etnodesign. Essa parceria gera valor estratégico para a comercialização dos produtos, uma vez que a visibilidade do trabalho manual no mercado pode alcançar diferentes públicos e, a partir desse alcance, pode chegar até o consumidor das mais diversas localidades. A qualidade impressa no trabalho manual, ao ser percebida pelo consumidor, atribuirá a continuidade da procura pelo produto, e assim, esse setor da economia criativa tende a fortalecer o seu crescimento.

A seguir, mostrarei as contribuições acerca do artesanato e economia circular por meio do trabalho de Elizandro Rabelo, designer e artesão que participa efetivamente desta pesquisa através de entrevista oral, e de Marcelo Rosenbaum, designer e arquiteto que servirá como um exemplo prático de Etnodesign com seu trabalhado em conjunto com a comunidade Yawanawá na coleção de luminárias “A Força da Floresta”.

3 O ENTRELAÇAMENTO DO DESIGN, DO ARTESANATO E DO AFETO NAS CRIAÇÕES DO “DESIGNER ARTESÃO”

*“Já que não estamos aqui só a passeio
 Já que a vida enfim, não é recreio
 Eu vou, na bubuia eu vou
 Flutuo, navegando, sem tirar os pés do chão
 365 dias na missão
 Na bubuia eu vou
 Eu vou, na bubuia eu vou
 Subo o rio no contrafluxo
 À margem da loucura
 Na fé que a vida após a morte, continua
 Eu vou, na bubuia eu vou.”*

Bubuia – Céu, Thalma de Freitas, Anelis Assumpção,

O designer Elizandro Rabelo, natural do Ceará, está radicado na capital paulista onde possui um ateliê próprio para a criação de suas peças. Rabelo, que tem formação em design, tornou-se artesão de maneira autodidata e cria peças manualmente unindo marcenaria e design. Assim nasceu a alcunha de “designer artesão”, fazendo uma aplicação dos saberes artesanais para a elaboração e fabricação de suas criações que mesclam madeira e vidro (na maioria das vezes, materiais que são recicláveis e sustentáveis), tornando as suas peças carregadas de valores imateriais: memórias, modos de fazer e herança cultural.

É importante mencionar que, após a industrialização, na metade do século XIX, houve na Inglaterra o movimento *Arts and Crafts* (Artes e Ofícios, em tradução livre), que queria ser um aliado para unir o trabalho manual à mecanização e à produção em massa, incentivando o artesanato criativo e tratando o artista e o artesão de maneira igual em suas potencialidades. O designer teria surgido a partir dessas ideias.

A base da estética moral do Arts and Crafts foi criada pelo arquiteto e teórico A.W.N Pugin (1812-1852), que em seus livros deixou a herança que deu origem ao movimento. Pugin queria reunir o papel do artista e artesão como acontecia na Idade Média. [...] Escreveu as três regras básicas que deveriam ser seguidas pela arquitetura: 1- Honestidade na estrutura e no uso e aplicação dos materiais; 2- Originalidade no projeto, portanto sem imitações estilísticas; 3- uso de materiais regionais preservando as suas características e as suas cores. Inspirado pelas ideias de Pugin, o líder do Arts and Crafts John Ruskin (1819-1900) defendia o trabalho artesanal e o uso de materiais naturais (TAGLIARI, 2007, p.633).

O *Arts and Crafts* foi um importante movimento por considerar que o uso de materiais naturais, ao desenvolver um produto, seria importante para a singularidade que resultaria de um trabalho envolvendo arte e habilidade manual. Tornava, assim, a produção em série tomada por

uma grande falta de personalidade, e favorecia a humanização do trabalho para além do processo mecanizado industrial.

Rabelo compreende seu papel nesse sentido, e sabe que cada peça feita por ele em um pedaço de madeira é, de fato, única. Escolher a madeira como material principal acabou sendo um processo natural ao tipo de design que ele produz. Outra característica de seu trabalho é que muitas peças são feitas a partir de material descartado, gerando nova utilização de elementos que anteriormente serviriam apenas como resíduo.

Essa prática de reutilização de materiais feita por Rabelo tem base na economia circular, o modelo de produção mencionado anteriormente, o qual inclui a reciclagem e os reparos a materiais que seriam descartados. Em sua coleção, um dos tantos exemplos de economia circular aplicada está na peça Pequena Xiloteca Afetiva, um arquivo de madeira – de diversos tipos – com palavras afetivas gravadas em um dos lados da peça e, do outro, o nome de cada madeira como informação. Essa xiloteca foi criada a partir de resíduos de materiais que sobraram de suas outras criações.

Figura 3 - Pequena Xiloteca Afetiva



Fonte: ELIZANDO RABELO (2022).

O Designer Artesão insere um modelo circular em seu ateliê como parte da estratégia econômica que utiliza. Para Weetman (2019), há vários princípios em comum que podem ser utilizados quando se trata de negócios “circulares” e modelos econômicos:

Entender a vida dos materiais e produtos, onde possível, ao longo de vários “ciclos de uso”. / Adotar o enfoque “resíduos = alimentos” para ajudar a recuperar materiais e garantir que os materiais biológicos que retornam à Terra sejam benignos, não tóxicos.

/ Reter a energia, a água e outros inputs de processos embutidos no produto e no material, por tanto tempo quanto possível. /Adotar métodos de pensamento sistêmico no desenho de soluções. / Regenerar ou pelo menos conservar a natureza e os sistemas vivos. / Promover políticas, tributos e mecanismos de mercado que encorajem por exemplo, políticas e normas do tipo “o poluidor paga” (WEETMAN, 2019, p. 61).

Conheci o trabalho do Elizandro Rabelo em 2020, por meio das redes sociais, justamente quando comecei a ter interesse sobre o assunto dessa pesquisa, abrangendo artesanato e economia circular. Seu *slogan* “O designer vê com a mente. O artesão enxerga com as mãos” é de fato um alicerce para a maneira como ele cria e produz suas peças. Rabelo torna arte o descarte. Os produtos criados e desenvolvidos por ele e sua equipe possuem traços singulares com um acabamento que vai além da técnica: passa pela afetividade, e o resultado é poético. No Anexo C podem ser observados alguns de seus trabalhos que incluem produtos para decoração, linha *gourmet*, mobiliário e utilitários. Na Figura 4 é possível ver uma pequena amostra de sua linha de pratos decorativos em madeira, costurados com linha e sensibilidade:

Figura 4 - Pratos Decorativos



Fonte: ELIZANDO RABELO (2022).

Em abril de 2021, entrei em contato com Rabelo para mencionar que o seu trabalho faria parte de minha pesquisa acadêmica e para convidá-lo a uma participação mais efetiva por meio de uma entrevista. Após o seu aceite, minha primeira opção seria ir até o seu ateliê em São Paulo para conhecê-lo pessoalmente e, também, conhecer suas peças. Não sendo possível, contatei-o novamente para que pudéssemos conversar de maneira remota. A entrevista virtual foi realizada no dia 11 de novembro de 2022, com a participação da minha orientadora, Profa. Dra. Juliane Cescon, na apresentação inicial ao entrevistado. As perguntas utilizadas como suporte estão no Quadro 1, porém o diálogo acabou por se dar de maneira coloquial e sua

transcrição está apresentada na íntegra no Apêndice A, respeitando a exata expressão da fala do entrevistado.

Quadro 1 – Roteiro para entrevista com Elizandro Rabelo

1- Qual o caminho que trouxe “O Designer Artesão” até este lugar?
2- Os trabalhos feitos neste espaço são todos produzidos manualmente? Como você chega até os materiais utilizados?
3- Há algum critério específico na escolha dos materiais e onde eles são descartados?
4- Você poderia falar um pouco sobre a valorização afetiva dos usuários em relação as peças artesanais <i>versus</i> a valorização como produto em relação ao mercado?
5- Você está inserido no setor de economia criativa, que inclui artesanato, pintura, escultura, fotografia... e vivendo em uma era tecnológica onde, em grande medida, as peças para a venda são compartilhadas em redes sociais. Como você descreveria a sua conduta comercial, os lugares que deseja chegar com o seu trabalho e o que faz para preservar o sentido da criação de cada peça?
6- E sobre as diferenças mercadológicas de sua terra natal (Ceará) e São Paulo, como isso afetou a sua sensibilidade e criatividade? Quando está finalizando um processo, imagina algum tipo de forma ou material que pode ter uma aceitação maior em determinado local?
7- De que maneira você associa o seu trabalho artesanal e o design como função social?

Fonte: elaborado pelo autor.

A entrevista respeitou, também, as técnicas de entrevistas orais em pesquisas de história, em que, diferentemente de uma entrevista jornalística, o entrevistador elabora suas perguntas e deixa o entrevistado discorrer sem interrompê-lo. Para Verena Alberti (2004), há um fascínio na história oral exatamente pelo fato de ela tornar a memória “viva” quando está sendo contada:

[...] concordamos todos que a impossibilidade de reestabelecer o vivido é coisa dada. Não existe filme sem cortes, edições, mudanças de cenário. Como em um filme, a entrevista nos revela pedaços do passado, encadeados em um sentido no momento em que são contados e em que perguntamos a respeito. Através desses pedaços, temos a sensação de que o passado está presente. A memória, já se disse, é a presença do passado (ALBERTI, 2004, p. 15).

Alberti (2004) diz ainda que a história oral permite não apenas compreender como o passado é concebido pelas memórias, mas, ainda, como essas memórias se constituíram. O limite, para tanto, estaria no próprio enquadramento da memória.

A seguir, apresento transcrição de trechos da entrevista com Elizandro, juntamente com as respectivas análises.

O primeiro trecho trata da resposta à questão número dois do roteiro apresentado no Quadro 1, que indaga acerca da busca pelos materiais:

Madeira eu vou te contar. Aqui em São Paulo é o melhor lugar pra comprar madeira que existe porque, ãh, São Paulo é um grande centro, tipo, de referência, né, pra tudo e aí tudo meio que vem pra cá, né. A gente importa tudo de outros estados pra cá, né. [...] Mas desde o começo eu sempre, eu, eu, assim, eu sempre procurei comprar, por questões de segurança mesmo, eu sempre procurei comprar de fornecedor de porta de rua, que a gente chama. Porque esses são os fornecedores que tem autorização pra, pra operar, né [...] Pra comercializar madeira, que tem Doc [?], documento [?] de florestal, que têm, que vai me emitir uma nota fiscal do que eu tô comprando. Então, nesse sentido. Eu sempre, minha matéria prima vem dessa origem. [...] a gente usa bastante madeira vinda de demolição. Então, boas madeiras que a gente quer num determinado ponto, não dá pra pegar uma tábuia que foi cerrada, por exemplo. É legal pegar uma tábuia que já tá seca, a mais de trinta (30) anos. Então a madeira de demolição... Nesse sentido, é bom pra gente, que a tábuia vem melhor, mais seca. Tem os pregos, óbvio, né, os parafusos, tem que tirar, mas a gente consegue aproveitar bastante. No a gente tá mais ou menos assim, quarenta (40), quarenta (40), sessenta (60) entre madeira cortada, cerrada que a gente chama e a madeira de demolição. Mas geralmente vem dessas duas fontes. [...] [Entrevistado – Elizandro Rabelo]

Segundo Rabelo, as duas fontes de onde provêm os materiais utilizados para a criação de suas peças são de revendas certificadas e, também, de madeira de demolição (ou seja, um reaproveitamento). Essa informação é importante, uma vez que o comércio de madeiras ilegais é crime previsto em lei¹⁰. Vale ressaltar que, conforme o Instituto Brasileiro de Florestas (IBF):

Hoje no Brasil existem três origens diferentes da madeira, sendo elas as que se originam de florestas nativas, ilegais ou plantadas. A nativa – conhecida como primária, virgem ou primitiva – são florestas que tiveram pouca ou quase nenhuma interferência humana. Já a floresta ilegal são aquelas criadas sem seguir as diretrizes legais. E a floresta plantada é aquela cuja finalidade é obter madeira, produtos e subprodutos para fins comerciais de forma intencional e regularizada (IBF, 2020).

A madeira de demolição é, no trabalho de Rabelo, de maneira artística, a representação da transformação do descarte em arte. O reaproveitamento de um material, antes de tornar-se apenas resíduo, se encaixa nas premissas da economia circular, que é um dos pilares de seu trabalho. Por outro lado, quando pensamos em novas peças que serão criadas, produzidas e comercializadas, há um outro ponto que deveria ser analisado, referente à durabilidade. Para Weetman (2019), é ela que configura o bom design, ou seja, aquele que promove a longevidade:

[...] possibilitando que o produto dure mais, na primeira “vida” (ou ciclo) e nas subsequentes, de modo a ser usado sucessivas vezes, por mais tempo [...] O design

¹⁰ Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998: art. 46. Receber ou adquirir, para fins comerciais ou industriais, madeira, lenha, carvão e outros produtos de origem vegetal, sem exigir a exibição de licença do vendedor, outorgada pela autoridade competente, e sem munir-se da via que deverá acompanhar o produto até final beneficiamento: Pena - detenção, de seis meses a um ano, e multa.

Parágrafo único. Incorre nas mesmas penas quem vende, expõe à venda, tem em depósito, transporta ou guarda madeira, lenha, carvão e outros produtos de origem vegetal, sem licença válida para todo o tempo da viagem ou do armazenamento, outorgada pela autoridade competente. Disponível em:

<<https://www.jusbrasil.com.br/busca?q=art.+46+da+lei+de+crimes+ambientais>>. Acesso em: abr. 2023.

deve capacitar e encorajar os fluxos circulares, para manter o produto, as partes e os materiais circulando [...] O design deve simplificar a desmontagem ao fim de cada ciclo de uso, para permitir acesso fácil aos recursos futuros (WEETMAN, 2019, p. 66).

A escolha dos materiais torna-se, assim, fundamental no processo criativo do designer ou do artesão. Na sequência, destaco a fala do entrevistado quando indagado sobre o descarte, conforme questão número três do Quadro 1:

A gente tenta aproveitar ao máximo o que a gente descarta de madeiras. Se você tivesse a oportunidade de vir aqui, que você não teve, a gente tem duas (2) piscinas que a gente chama, duas (2) caixas gigantes de dois (2) metros por dois (2) metros onde a gente vai jogando as madeiras que vão sobrando dos cortes. Ah, tô fazendo aqui uma peça, preciso cortar mais, ainda sobrou um pedaço assim. Vai pra essa caixa, vai pra essa caixa. Depois a gente separa elas por madeira. Ah, uma caixa só de imbu, uma caixa só de freixo, uma caixa só de peroba rosa. Sabe assim, pra ser fácil de achar as madeiras depois. E esses tocos tudo ficando ali. E a gente vai tirando peças cada vez menores, cada vez menores. [...] Até a hora que a gente vê que não dá mais pra tirar nada. E aí a gente faz o descarte [...] [Entrevistado – Elizandro Rabelo]

Esse reaproveitamento máximo é o que permite gerar o mínimo de descarte. Em “Do berço ao berço”, McDonough e Braungart (2013) trazem uma breve reflexão sobre o impacto da produção para o descarte, ao falar sobre a Revolução Industrial, seus prós e contras. Os autores mencionam mudanças sociais positivas na economia, melhorias nos padrões de vida, na educação, na medicina, eletricidade, avanços tecnológicos e produtivos entre outros. Por outro lado, elucidam falhas cruciais que acarretaram consequências devastadoras, principalmente para o meio ambiente. Os autores também nos põem a pensar como consumidores, ao falarem sobre os produtos que utilizamos e que são descartados:

Imagine o que você encontraria hoje em um típico aterro sanitário: móveis velhos, estofamentos, carpetes, televisores, roupas, sapatos, telefones, computadores, produtos complexos e embalagens plásticas, bem como materiais orgânicos como fraldas, papel, madeira e restos de comida. A maioria desses produtos foi feita a partir de materiais valiosos que exigiram esforço e dinheiro para serem extraídos e elaborados; são bilhões de dólares em bens materiais. Os materiais biodegradáveis – como a matéria alimentar e o papel – também têm valor. Poderiam decompor-se e assim devolver nutrientes biológicos ao solo. Infelizmente, todas essas coisas são amontoadas em um aterro sanitário, onde o seu valor é desperdiçado. São os produtos finais de um sistema industrial projetado em um modelo linear, uma via de mão única do berço à cova (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2013, p.33-34).

Para o autor, praticamente tudo o que é produzido é projetado para ser jogado fora posteriormente, embora questione: onde é o fora? O fora está nos aterros, no meio ambiente, ou seja, ao nosso redor. Quando Rabelo tenta reaproveitar os materiais de maneira quase totalitária em seu processo criativo e produtivo, ele está fazendo com que o acúmulo de resíduos não aumente lá fora, isto é, diante de nós. Segundo Jacqueline Annes (2005, p. 20):

O conceito de Desenvolvimento Sustentável deve ser levado em conta em toda a sua complexidade e o quanto antes no desenvolvimento dos novos objetos de consumo, da preservação da natureza e da busca pela qualidade de vida da sociedade. Há necessidade de considerar as questões ambientais no design de produto de uma forma mais abrangente, analisando os problemas de maneira interativa.

Os produtos não precisam ser feitos para durar para sempre, mas devem sim ser pensados de maneira a serem reaproveitados quando a sua vida útil termina, incluindo modos de atribuir novas funções para algo que se tornaria obsoleto.

Para a questão número seis do roteiro de entrevista (Quadro 1), sobre o valor do trabalho manual, as diferenças mercadológicas entre regiões e a criatividade, o Designer Artesão aponta:

[...] Quem trabalha ainda com o feito à mão, o handmade, é mais caro. A madeira é uma matéria prima que custa muito caro. O metro cúbico de qualquer madeira média custa mais ou menos quinze mil reais (15.000,00) [incompreensível 32min51seg] custa vinte (20), entendeu. É muito caro a madeira, a matéria prima. Sem falar que, todo o trabalho pra você aparelha a madeira e utilizar, o tempo que você leve, o meu trabalho, falando do meu trabalho, ele é artesanal. Você chegar aqui, vai ver que tem um monte de máquina. As máquinas só entram pra aparelhar a madeira, deixa ela lisa e a gente pode cortar as coisas e poder começa a trabalhar. Mas todo mundo individualmente aqui é um artesão. Às vezes uma pessoa que pega uma peça de um começo e vai até o fim com ela. Isso encarece porque é mão de obra, que cê tem que especializar, é curso que é mais alto, a matéria prima é mais alta. Todos os insumos são mais caros, entendeu. Isso torna o produto realmente mais caro quando você trabalha, quando você é um produtor pequeno e individual como eu [...] em algum momento, talvez uma ou outra coisa que um dia eu fiz, quem sabe, vai ser copiado por uma outra empresa que trabalha com o mercado mais popular e aquilo vai se tornar popular. E aquele design meu que era inacessível, vai ficar acessível pra todo mundo [...] Enquanto isso não acontece, a minha estratégia como, como designer é: ah meu, acho que eu consigo fazer uma peça mais barata, né, pra pessoa que curte o meu trabalho. Eu tenho peças no meu site que vão de oitenta reais (80,00), cem (100) reais a catorze mil reais (14.000,00), você escolhe. É, é um espectro gigante e você pode escolher, mas [incompreensível 34min16seg], eu acho que o design é uma coisa que tem que ser para todos [...] [Entrevistado – Elizandro Rabelo]

O valor atribuído ao produto artesanal e ao produto industrializado é significativamente diferente. Isso ocorre porque, em uma produção em série ou em massa (veja-se a Revolução Industrial), basicamente a indústria tem seu lucro baseado na quantidade de produção e comercialização, enquanto o artesão visa o seu lucro baseado na qualidade e exclusividade da peça, que mesmo produzida em série – manualmente, em sua grande maioria – é única. O valor atribuído às peças de sua criação, como cita Rabelo, resulta do esforço do trabalho manual, já que o maquinário do ateliê é utilizado apenas para acabamentos e, também, porque a matéria-prima mais utilizada em suas peças – a madeira – torna o produto final singular: cada peça carregará atributos incomuns devido à sua textura e tonalidade, por exemplo. Nessa análise

pressuponho que ambos os produtos possuam qualidade similar, tanto o produto industrial quanto o produto artesanal, entretanto esta pesquisa tem foco no trabalho manual.

O preço – o valor dado a um produto –, para Krucken (2009), divide-se em seis etapas, sendo que duas dessas se relacionam diretamente com a percepção do consumidor de produtos manuais:

[...]VALOR AMBIENTAL - vinculado principalmente à prestação de serviços ambientais por meio do uso sustentável dos recursos naturais como as florestas. Os principais serviços ambientais são a proteção das bacias hidrográficas (produção de água em boa quantidade e qualidade), a conservação da biodiversidade e o sequestro de carbono no contexto das mudanças climáticas; VALOR SIMBÓLICO E CULTURAL – profundamente relacionados às outras dimensões da qualidade -, relaciona-se à importância do produto nos sistemas de produção e consumo, das tradições e dos rituais relacionados, dos mitos e dos significados espirituais, da origem histórica, do sentido de pertença que evoca. Está associado ao desejo de manifestar a identidade social, pertença em grupo étnico, posicionamento político entre outras intenções. Fortemente influenciado pelo contexto sociocultural (época, local) e pelos fenômenos contemporâneos, esta dimensão está relacionada ao “espírito do tempo” e a condição de interpretações do produto em um referencial estético; [...] (KRUCKEN, 2009, p. 27-28).

Continuando suas observações, agora sobre a diferença no processo criativo em relação ao tipo de produto que venderia mais em cada região (considerando sua terra natal, o Ceará, ou São Paulo), Rabelo menciona:

De alguma forma, embora eu seja bastante autoral e eu uso como princípio sempre fazer aquilo que eu acho legal, que eu queria, eu acho que, e assim, ali eu falando como empresário, e aí que eu acho, nesse momento é que esse tipo de informação se torna fundamental na minha tomada de decisão, sobre o que fazer e o que não fazer, acho que aí sim eu também levo em consideração. Algumas coisas, entendeu. Tipo se aquele produto, ele passa imagem legal, se ele tem uma imagem interessante, se ele transmite uma ideia legal ou se...eu entendo o que você quer dizer, eu entendo, eu levo em consideração isso também. Mas eu confesso que isso não é o meu peso maior. Meu peso maior. [...] é fazer aquilo que eu acho que é legal, que eu acho que é bacana, que eu teria, eu curto. E o resto assim, eu tento entender mais ou menos porque querendo ou não, eu já sei mais ou menos o que que as pessoas que, que, o público que me segue e que consome, que compra as coisas que eu faço, eu sei mais ou menos como é que a mentalidade deles e como é que é o lifestyle deles. Então eu também levo em consideração isso, que aquela peça vai se enquadrar naquilo. Eu se é uma coisa só minha. E às vezes cara, quando é uma coisa só minha, sabe o que eu faço? Eu faço só pra mim. Muita peça que eu fotografo e que eu nunca coloquei no meu site pra vender. Eu fiz só pra mim. Porque aquilo tem sentido pra mim[...]., [Entrevistado – Elizandro Rabelo]

Dessa maneira, compreendo que, embora haja o pensamento estratégico empresarial por trás das peças criadas pelo Designer Artesão, o seu processo criativo permanece inerte à demanda do mercado. Quando questiono se há diferenças entre a procura de um consumidor do Ceará em relação ao consumidor de São Paulo, ele afirma que há diferenças, mas não foca o seu próprio trabalho nessas diferenças, uma vez que consegue analisar o tipo de cliente que

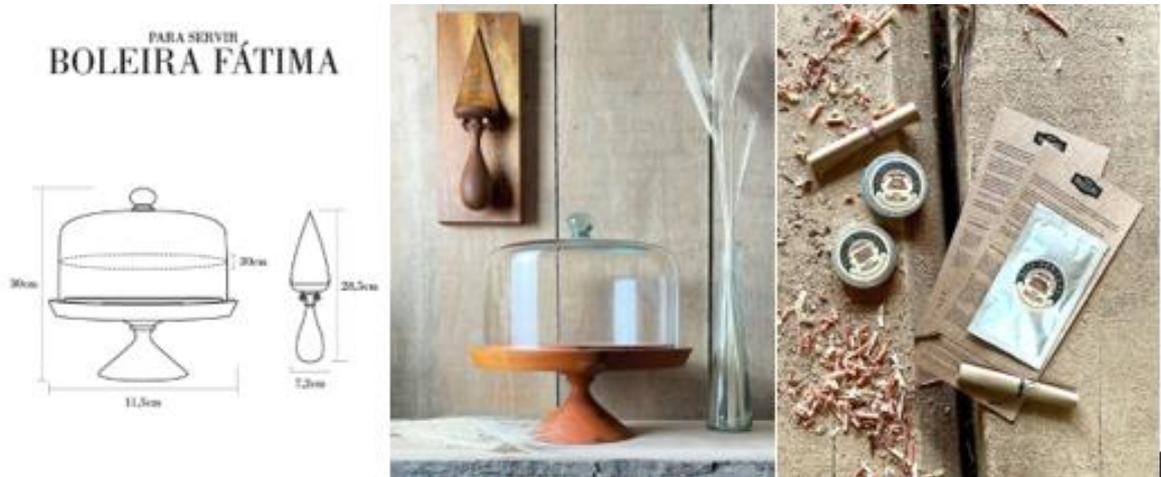
acompanha o seu trabalho e, é a partir daí que – mais uma vez – o valor é atribuído a seus produtos. Para Weetman (2019, p.47), “é importante observar que o valor de um produto se estabelece de forma interativa, como equilíbrio ao valor potencial, criado pelos produtores, e o valor real, atribuído pelo consumidor e/ou usuário após consumir o produto”.

O valor afetivo também está presente nas criações de Rabelo e algumas de suas peças nasceram a partir de memórias familiares. Sobre memória, Le Goff (1992, p.423) afirma que ela, “como propriedade de conservar certas informações, remete-nos em primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas”. Já José Manuel Moran (1994, p. 235) define afeto como:

[...] outro componente básico do conhecimento e está intimamente ligado ao sensorial e ao intuitivo. O afetivo se manifesta no clima de acolhimento, de empatia, inclinação, desejo, gosto, paixão, de ternura, da compreensão para consigo mesmo, para com os outros e para com o objeto do conhecimento. O afetivo dinamiza as interações, as trocas, a busca, os resultados. Facilita a comunicação, toca os participantes, promove a união. O clima afetivo prende totalmente, envolve plenamente, multiplica as potencialidades.

Logo, é possível associar a memória afetiva como um acontecimento rememorado, onde o indivíduo constrói um sentido do próprio passado através de elementos sensoriais e emocionais. Rabelo, em uma de suas memórias afetivas, carregava o cheiro de bolos feitos pelas tias quando ainda morava no interior do Ceará. O designer, então, projetou boleiras – pratos para armazenar os bolos – e espátulas – para o corte dos bolos – homenageando suas tias, inclusive colocando o nome delas nessas peças. Há aqui uma integração entre o design, o artesanato e o patrimônio imaterial (os saberes e fazeres de receitas culinárias). Na Figura 5, imagens de uma boleira e uma espátula, criada por Rabelo em homenagem à sua tia Fátima.

Figura 5 - Projeto de Boleira e Espátula Fátima, Boleira e Espátula Fátima, Kit de manutenção e cuidado com a madeira incluso nas peças comercializadas



Fonte: ELIZANDRO RABELO (2022).

O trabalho do Designer Artesão é repleto de originalidade, afeto e responsabilidade ambiental. A economia circular se faz presente em seu processo criativo e sua poética fica impressa em cada uma de suas peças artesanais. Todos os seus objetos decorativos, utilitários e mobiliários podem ser utilizados no Design de Interiores a partir do estudo do espaço, das referências que os usuários buscam e do conceito a ser utilizado no projeto. Produtos como esses, e outros de várias comunidades artesãs, são uma alternativa aos Designers de Interiores que desejam incluir peças provindas de práticas sustentáveis em seus projetos. Quando o usuário preferir em seu morar o artesanato brasileiro e a afetividade, as peças criadas por Elizandro Rabelo certamente serão sugestão da composição estética e funcional desse ambiente. No próximo capítulo falarei sobre as contribuições acerca do Etnodesign do designer Marcelo Rosenbaum.

4 ILUMINANDO CULTURAS - COLEÇÃO DE LUMINÁRIAS “A FORÇA DA FLORESTA” DE MARCELO ROSENBAUM COM A COMUNIDADE INDÍGENA YAWANAWÁ

*“Eu tenho Zumbi, Besouro
O chefe dos tupis, sou tupinambá
Tenho os erês, caboclo boiadeiro, mãos de cura
Morubichabas, cocares, arco-íris
Zarabatanas, curares, flechas e altares
A velocidade da luz, o escuro da mata escura
O breu, o silêncio, a espera...”*

Carta de amor - Maria Bethânia

O designer Marcelo Rosenbaum, nascido em Santo André, na região metropolitana de São Paulo, já está há mais de vinte anos desenvolvendo trabalhos em sua área. No escritório de design que leva o seu sobrenome, a memória cultural, as tradições e o artesanato brasileiro são, para além de inspirações, importantes suportes para o seu processo criativo. Um de seus projetos, intitulado “AGT - A Gente Transforma”, tem no próprio nome o significado de trabalho em conjunto. Trata-se de um projeto que visa valorizar a criatividade e o patrimônio cultural de comunidades tradicionais brasileiras e desenvolver o que chama de “design essencial”, o qual refere-se, justamente, à capacidade de olhar para a cultura de uma comunidade e potencializar os seus valores e seus saberes através do design. É uma ferramenta de transformação colaborativa e que eleva a economia criativa dessas comunidades, inserindo-as no mercado de maneira estratégica, segundo as palavras do próprio Rosenbaum.

No site do Instituto “A Gente Transforma”, Rosenbaum resume a experiência de colaboração com a comunidade Yawanawá como um ato de valorização e respeito. O designer – que conheceu o trabalho dos Yawanawá em 2012 durante o Festival Índigena Yawa, no Acre, onde eles se pintam, dançam, cantam e brincam para mostrar sua cultura – teve o despertar do interesse na criação do projeto entendendo o trabalho do cacique Biraci Brasil Yawanawá, que buscava o resgate de sua cultura, a liberdade, a autonomia e a construção de alianças. A ideia foi mostrar a riqueza cultural dos Yawanawá como parte da economia criativa brasileira, sendo a coleção “A Força da Floresta”, composta por nove luminárias, o resultado de um trabalho em equipe: seis designers e setenta e oito artesãos.

Figura 6 - Marcelo Rosenbaum abraça um dos integrantes da comunidade Yawanawá e, ao lado, registro para o catálogo de luminárias “A Força da Floresta” com os Yawanawás



Fonte: Instituto A Gente Transforma (2022).

O projeto de Rosenbaum foi o resultado de uma imersão de 21 dias na Aldeia Nova Esperança e contou também com a participação de artesãos da Aldeia Amparo. O designer e sua equipe se deslocaram de São Paulo até o Acre em janeiro de 2013. Essa ideia de uma imersão no território Yawanawá fez com que os designers pudessem ter o contato real com a história da comunidade, seus saberes e fazeres, suas lendas e mitos e, a partir dessa integração, iniciar o processo de cocriação das peças. O material escolhido para a produção das luminárias foi a miçanga de vidro – reciclável e sustentável –, familiar ao artesanato feito pela comunidade indígena que também utiliza sementes e outros materiais orgânicos. A escolha do material influencia diretamente na durabilidade do produto e, neste caso, enquanto a comunidade artesã oferece seus saberes em relação à técnica de produzir peças com miçangas, o designer idealiza um projeto em que a troca de material possibilita um avanço estratégico na durabilidade para a comercialização daquele produto. É dessa troca entre saberes do artesão e do designer que surge o Etnodesign.

Para promover a concepção de soluções sustentáveis é necessário desenvolver uma visão sistêmica e integrar competência de diversos atores. O designer, portanto, assume o papel de facilitador, ou agente ativador, de inovações colaborativas, promovendo interações na sociedade. Sob essa perspectiva, uma das principais responsabilidades do designer, é promover novos critérios de bem-estar, baseados na qualidade (consumir menos e melhor) e não na quantidade (KRUCKEN, 2009, p. 48).

Para a coleção de luminárias, a equipe de designers primeiramente identificou os conceitos e os elementos da comunidade e, assim, os principais traços criativos produzidos pelos artesãos – nesse caso os Kenês – foram utilizados nas peças:

Os Kenês, são desenhos figurativos de animais e elementos da natureza representados por meio de grafismos geométricos e tornaram-se os elementos gráficos dos produtos

como padronagem e estampa. São mensageiros dessa cultura que não vê separação entre o homem e a natureza (ROSEMBAUM, 2015, p. 25).

Figura 7- Equipe de designers integrados com artesãos da comunidade Yawanawá



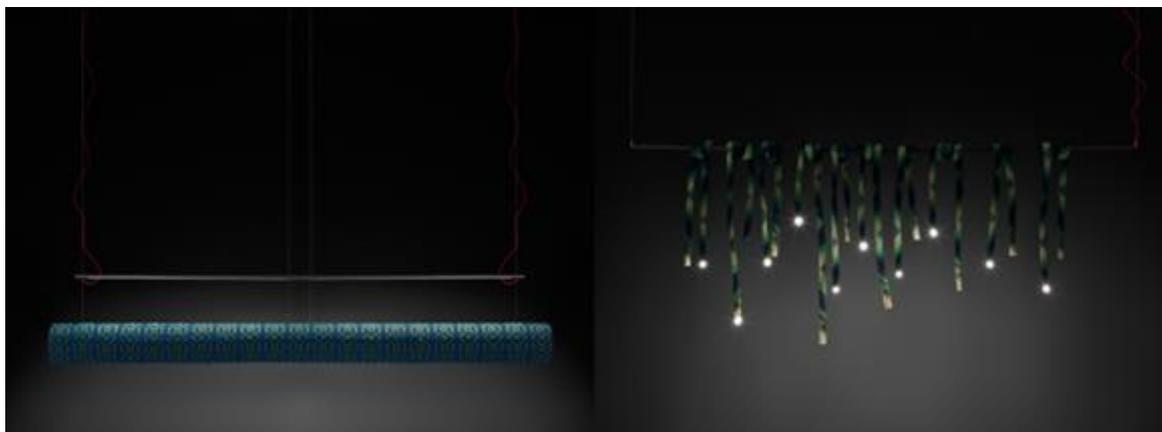
Fonte: Instituto A Gente Transforma (2022).

A jiboia é um símbolo de sabedoria para os Yawanawás e a sua representação por meio do trabalho com miçangas em desenhos geométricos é uma maneira de tornar a serpente simbolicamente presente. Espig (2003, p. 53) explica que:

[...]a noção de representação tanto poderá “dar a ver algo ausente”, como poderá exibir uma presença, como apresentação de algo ou alguém. Em ambos os casos, colocará “algo no lugar de”, ou seja, simulará uma presença, não uma simples presença, mas uma presença munida de significado simbólico.

A representação atribuída em determinada peça artesanal – nesse caso a jiboia, conforme Figura 8 – configura uma relação simbólica que a peça poderá transmitir. Desse modo, um pássaro de madeira, por exemplo, produzido manualmente, tem a sua representação configurada em liberdade, na capacidade de o pássaro poder estar tanto na terra, na água ou no ar. Por sua vez, utensílios produzidos para serem postos à mesa poderão representar fartura, união ou um outro aspecto maternal, da mesma forma como simbolicamente, para a comunidade dos Yawanawás a jiboia tem o significado de sabedoria. Chartier (1988, p. 20-21) menciona que “uma relação compreensível é, então, postulada entre o signo visível (neste caso o pássaro, os utensílios de mesa e a jiboia) e o referente por ele significado (respectivamente a liberdade, o maternal, a sabedoria) – o que não quer dizer que seja necessariamente estável e unívoca”.

Figura 8 - A representação de uma serpente jiboia, inspirada em lendas, que ilustra as “mirações” recebidas pelos Yawanawá em rituais sagrados, em duas peças distintas de luminárias, feitas de malha de miçangas



Fonte: Instituto A Gente Transforma (2022).

Para além da significação simbólica como signo¹¹, a representação também pode ser encarada como valor de representar um povo, uma comunidade. Para Chartier (1988), a representação é um instrumento pelo qual um indivíduo ou grupo de indivíduos constrói significados para o mundo social: um processo de significação intencional. Desse modo, a produção artesanal de diferentes grupos étnicos pode ser vista como uma maneira de representar valores que são importantes para uma respectiva comunidade ou um indivíduo dessa comunidade que está produzindo o mesmo trabalho em outro território, que é o caso de artesãos que migram para outros lugares, levando consigo valores que tornam as peças produzidas com uma característica particular do lugar de onde veio e, portanto, dos valores que carregam.

Um dos objetos maiores da história da psicologia colectiva é constituída pelas ideias-forças e pelos conceitos essenciais que habitam o “mental colectivo” (o termo é de A. Dupront) dos homens de uma época. As ideias apreendidas por meio da circulação das palavras que a designam situadas nos seus enraizamentos sociais, pensadas na sua carga afectiva e emocional, tanto quanto no seu conteúdo intelectual, tornam-se assim, tal como os mitos ou os complexos de valores, uma dessas “forças colectivas pelas quais os homens vivem o seu tempo” e, portanto, uma das componentes “psique colectiva” de uma civilização. (CHARTIER, 1988, p.43).

Os valores culturais estão no inconsciente coletivo de um determinado grupo, sendo assim, a produção artesanal com características próprias de um local será carregada de valores

¹¹ O objeto-signo, segundo Baudrillard, é um instrumento para manter e concretizar relações de consumo e de diferenciação social advenientes. Não é o simbolismo deste objeto-signo nem a sua utilidade que lhe dão sentido. O estímulo para sua aquisição se dá a partir de um conjunto de conotações e propriedades que lhe diferencia de outros objetos, conferindo os mesmos atributos a seu usuário. Não se consome o objeto em si, pela sua utilidade, e sim pelo que ele representa, pela sua capacidade de diferenciar, de remeter o consumidor a uma determinada posição, a um determinado status (TOALDO, 2008, p.90).

pertencentes a este grupo ou comunidade. O projeto de luminárias “A Força da Floresta”, por sua vez, conseguiu integrar efetivamente alguns dos conceitos que citei acima. Primeiramente porque é um exemplo vivo, teórico e prático de Etnodesign, que contribui para que haja a visibilidade desse projeto para outros designers e artesãos, potencializando novas iniciativas de cocriações entre eles. Além disso, perpassa a história cultural, representando por meio de objetos a identidade de um povo – nesse caso a comunidade indígena dos Yawanawás –, reconhecendo e valorizando os seus saberes e fazeres, assim como a permanência de sua própria cultura. A coleção foi apresentada no Salão de Móveis de Milão, na Itália, em 2013, mostra que é referência no setor de Design de Interiores. Na ocasião, Rosenbaum convidou alguns representantes da comunidade Yawanawá, que se fizeram presentes no evento (Figura 9).

Figura 9 - Marcelo Rosenbaum, equipe de designers e representantes da Comunidade Yawanawá no Salão Internacional do Móvel de Milão em abril de 2013



Fonte: Instituto A Gente Transforma (2022).

Essa visibilidade com relevância internacional possibilitou à comunidade Yawanawás aumentar a sua fonte de renda, dando continuidade na produção de peças através das miçangas de vidro com o entendimento de que as peças podem ser melhoradas quando há um projeto em conjunto. Ou seja, o Etnodesign contribui ainda, para o desenvolvimento socioeconômico local: é o design essencial como um agente transformador.

5 EDUCAÇÃO PATRIMONIAL - O CONSTRUTO DOS SABERES E FAZERES

*“Mas eu não estou interessado em nenhuma teoria,
em nenhuma fantasia, nem no algo mais.*

[...]

Amar e mudar as coisas me interessa mais.

Amar e mudar as coisas, amar e mudar as coisas me interessa mais”.

Alucinação – Belchior

Desde o início da pesquisa, quando pensei no projeto para o produto final desta dissertação, exigido pelo Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Caxias do Sul, mantive a ideia de um podcast que serviria como ferramenta educacional. Durante o percurso essa ideia se fortaleceu, tendo em vista que, sendo o Etnodesign possível somente em uma relação de troca entre designer e artesão – e tendo este último a função de perpetuar saberes e fazeres que lhe foram ensinados e deixados como herança –, falar sobre educação patrimonial e patrimônio imaterial tornou-se indispensável. No decorrer da escrita novas ideias foram surgindo e surgiu também a intenção de ministrar uma oficina em ambiente escolar para que os educandos tivessem a oportunidade de aprendizagem tanto sobre Educação Patrimonial quanto sobre Etnodesign.

Para as autoras Horta, Grunberg e Monteiro (1999, p. 4), a Educação Patrimonial consiste em

[...] um processo permanente e sistemático de trabalho educacional centrado no Patrimônio Cultural como fonte primária de conhecimento e enriquecimento individual e coletivo. A partir da experiência e do contato direto com as evidências e manifestações da cultura, em todos os seus múltiplos aspectos, sentidos e significados, o trabalho da Educação Patrimonial busca levar as crianças e adultos a um processo ativo de conhecimento, apropriação e valorização de sua herança cultural, capacitando-os para um melhor usufruto destes bens, e propiciando a geração e a produção de novos conhecimentos, num processo contínuo de criação cultural.

Entende-se que a aplicação no ensino das escolas precisa ser permanente, pois trata-se de um enriquecimento cultural individual e coletivo, cuja metodologia se aplica a:

[...] qualquer evidência material ou manifestação cultural, seja um objeto ou conjunto de bens, um monumento ou um sítio histórico ou arqueológico, uma paisagem natural, um parque ou uma área de proteção ambiental, um centro histórico urbano ou uma comunidade da área rural, uma manifestação popular de caráter folclórico ou ritual, um processo de produção industrial ou artesanal, tecnologias e saberes populares, e qualquer outra expressão resultante da relação entre indivíduos e seu meio ambiente (HORTA; GRUNBERG; MONTEIRO, 1999, p. 4).

Quando pensei na oficina sobre a Educação Patrimonial, além da proposta de integração e da oportunidade de estar apresentando uma pequena amostra do tema que trato nesta pesquisa, entendi que o encontro também funcionaria como uma imersão cultural em um assunto que – como as autoras citadas abordaram – precisa ser contínuo dentro das escolas, universidades e faculdades de ensino. Quando se estuda sobre patrimônio imaterial, a pluralidade e a diversidade cultural brasileiras são reafirmadas dentro da educação, o que permite aos educandos conhecer diferentes contextos culturais, tornando a educação e a cultura imanescentes. Assim sendo, a oficina proporcionaria uma experiência educativa, de entendimento do elo entre o tema em questão e outras áreas da vida individual e coletiva dos estudantes, no momento em que dão sentido ao assunto e o reconhecem em suas práticas cotidianas.

Não se trata, portanto, de pretender imobilizar, em um tempo presente, um bem, um legado, uma tradição de nossa cultura, cujo suposto valor seja justamente a sua condição de ser anacrônico com o que se cria e o que se pensa e viva agora, ali onde aquilo está ou existe. Trata-se de buscar, na qualidade de uma sempre presente e diversa releitura daquilo que é tradicional, o feixe de relações que ele estabelece com a vida social e simbólica das pessoas de agora. O feixe de significados que a sua presença significante provoca e desafia (BRANDÃO, 1996, p.51).

Segundo Morin (2000, p. 77):

[...] todas as culturas têm virtudes, experiências, sabedorias, ao mesmo tempo que carências e ignorâncias. É no encontro com seu passado que um grupo humano encontra energia para enfrentar seu presente e preparar seu futuro. A busca do futuro melhor deve ser complementar, não mais antagônica, ao reencontro com o passado. Todo ser humano, toda coletividade deve irrigar sua vida pela circulação incessante entre o passado, no qual reafirma a identidade ao restabelecer o elo com os ascendentes, o presente, quando afirma suas necessidades, e o futuro, no qual projeta aspirações e esforços.

O diálogo com os educandos, colocando os saberes do passado em perspectiva, é, dessa forma, uma maneira de incentivar a percepção cultural do presente.

Em novembro de 2022, então, apresentei a oficina intitulada “Saberes e Fazeres: um olhar sobre a Educação Patrimonial”, para uma turma do quinto ano do Ensino Fundamental de uma escola de Caxias do Sul, sob os cuidados da Prof^a Ms. Laura Cardoso. Para esse estudo, analisei alguns exemplos de métodos de exercícios, vistos tanto no manual de aplicação “Educação Patrimonial: Inventários Participativos” (2016), quanto no Guia Básico da Educação Patrimonial (1999), ambos do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Horta, Grunberg e Monteiro (1999, p.7) salientam que:

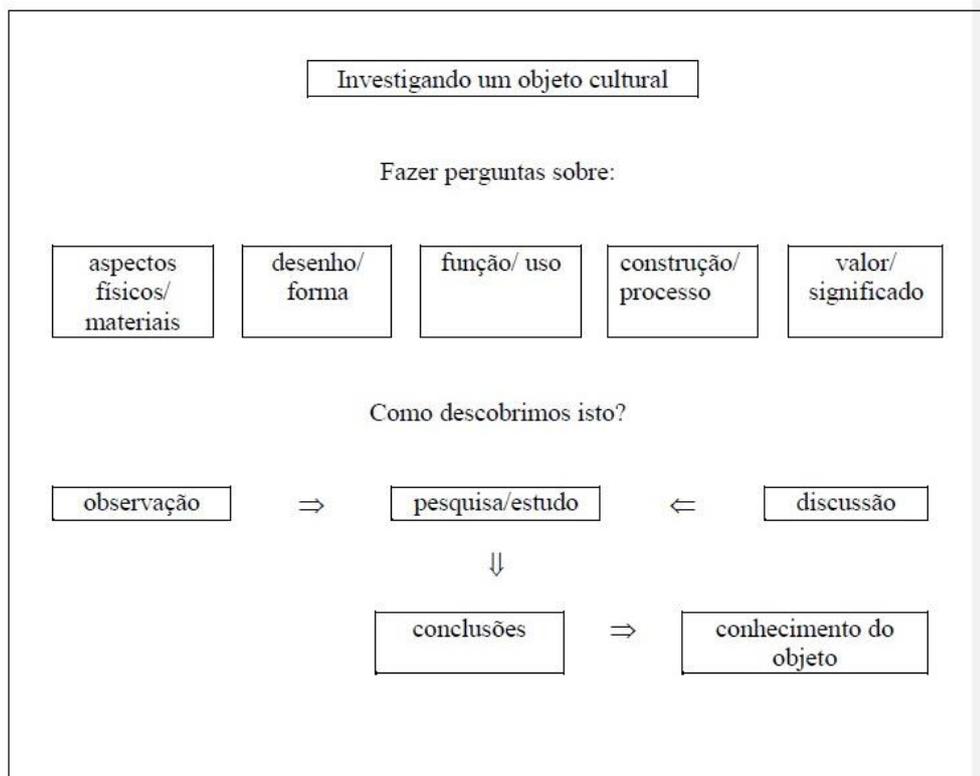
Nada substitui o objeto real como fonte de informação sobre a rede de relações sociais e o contexto histórico em que foi produzido, utilizado e dotado de significado pela sociedade que o criou [...] descobrir esta rede de significados, relações, processos de

criação, fabricação, trocas, comercialização e usos diferenciados, que dão sentido às evidências culturais e nos informam sobre o modo de vida das pessoas no passado e no presente, em um ciclo constante de continuidade, transformação e reutilização é a tarefa específica da Educação Patrimonial.

Figura 10 – Aplicação de metodologia – *Guia Básico da Educação Patrimonial*

APLICANDO A METODOLOGIA DA EDUCAÇÃO PATRIMONIAL

A análise de um objeto ou fenômeno cultural pode ser feita através de uma série de perguntas e reflexões:



QUADRO IV

Fonte: Horta, Grunberg e Monteiro (1999).

Figura 11- Ficha dos Saberes – *Educação Patrimonial: Inventários Participativos*

The image shows two pages of a form titled 'Ficha dos Saberes'. The left page (numbered 69) is the 'Ficha dos Saberes' form, and the right page (numbered 118) is the 'SABERES' form. Both pages have a header 'Educação Patrimonial: Inventários Participativos'.

Page 69: FICHA DOS SABERES
 Orientação de preenchimento
IDENTIFICAÇÃO
NOME
 Escrevam o nome mais comum do saber que escolheram pesquisar e outros nomes pelos quais é conhecido.
 No caso de haver mais de um, informem todos os nomes que surgirem durante a pesquisa.
IMAGEM
 No quadro de imagem insiram fotos ou façam um desenho do saber. Lembrem-se de que há um espaço para as imagens coletadas na Ficha do Relatório de Imagens. Para a primeira página, selecionem a que o grupo considera a mais representativa do saber.
O QUE É
 Contem de forma resumida o que é o saber.
 Não é necessário detalhar; outros campos da ficha são para informações mais completas.
 Por exemplo: "é o ofício dos artesãos, que criaram o centro de reciclagem do bairro"; "a forma de fazer doces de compota, característica da região" etc.
ONDE ESTÁ
 Localizem o saber a partir das referências mais fáceis e conhecidas. Informem onde ele ocorre e como é esse local. Se houver algum motivo

Page 118: SABERES
NOME
 Escrevam o nome mais comum do saber e outros nomes pelos quais é conhecido.

IMAGEM
 No quadro de imagem, insiram fotos ou façam um desenho do saber.

Fonte: Florêncio (2016).

Na oficina para os educandos apliquei o exercício conforme a ficha descritiva que pode ser observada a seguir:

- Identificação da atividade: Oficina Saberes e Fazer: um olhar sobre a Educação Patrimonial
- Instituição: Escola
- Período, faixa etária e carga horária: a atividade foi presencial e teve em torno de duas horas de duração, entre apresentação, bate-papo, falas teóricas e demonstração.
- Objetivos: demonstrar a importância do conhecimento, da troca de saberes passados de geração a geração, e que a ideia de "Patrimônio¹²" não se refere somente àquilo

¹² O patrimônio cultural forma-se a partir de referências culturais que estão muito presentes na história de um grupo e que foram transmitidas entre várias gerações. Ou seja, são referências que ligam as pessoas aos seus pais, aos seus avós e àqueles que viveram muito tempo antes delas. São as referências que se quer transmitir às próximas gerações. Entre elementos que constituem a cultura de um lugar, alguns podem ser considerados patrimônio cultural. São elementos tão importantes para um grupo que o adquirem o valor de um bem – um bem cultural – e é por meio deles que o grupo se vê e é reconhecido (IPHAN, 2016, p.7) Nessa pesquisa sobre o Etnodesign, tratei sobre saberes e patrimônio imaterial como uns dos aspectos principais nos fazeres artesanais das comunidades e a troca de conhecimento com os Designers. Dessa maneira, a Oficina "Saberes e Fazer: um olhar sobre a Educação Patrimonial" veio a contribuir para a divulgação de informação e compreensão do tema.

que é material; instigar a curiosidade dos educandos para os saberes que o cercam; incentivar o espírito crítico e o olhar cultural.

e) **Conteúdo programático ou transversal:** utilizei a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), página 415, 5º ano: Os patrimônios materiais e imateriais da humanidade. A BNCC assegura aos estudantes dez competências gerais como direito a aprendizagem e desenvolvimento, entendendo a competência como uma mobilização de conhecimentos (conceitos e procedimentos), habilidades (práticas cognitivas e socioemocionais), atitudes e valores para resolver demandas complexas da vida cotidiana, do pleno exercício da cidadania e do mundo do trabalho. Dessa maneira, a BNCC reconhece que a educação deve afirmar valores e estimular ações que contribuam para a transformação da sociedade, tornando-a mais humana, socialmente justa e, também, voltada à preservação da natureza.

f) **Atividades realizadas - Etapas de descrição:** utilizando uma atividade lúdica, falei sobre receitas de bolo de milho para que, por meio dos saberes e fazeres, os alunos compreendessem as etapas de construção do patrimônio imaterial. Os educandos receberam uma ficha técnica que foi preenchida na semana anterior ao nosso encontro. A tarefa foi entrevistar uma pessoa que soubesse cozinhar (poderia ser seus pais, avós, tios, amigos etc.) e que revelasse a eles uma receita prática de bolo de milho. Na ficha, constavam os seguintes questionamentos: nome do entrevistado; receita do bolo de milho, incluindo ingrediente e preparo; questão 1: “a receita foi ensinada por alguém?”; questão 2: “a receita foi ensinada para alguém?”.

A proposta para o dia da apresentação foi levar um bolo de milho para a sala de aula (que foi entregue pela própria escola), além de alguns produtos feitos a partir do milho e espigas de milho. Nessa etapa, contextualizei sobre o milho – com uma breve história – e sobre os seus diferentes tipos, aguçando a curiosidade e percepção dos educandos referente às possibilidades dos saberes e fazeres. Comentei sobre as “maneiras” como cada pessoa descreveu o modo de fazer seu bolo de milho e como essas “maneiras” podem transformar-se em patrimônio imaterial. Questionei os educandos sobre os saberes, instigando-os a dar exemplos do que é possível fazer quando adquirimos um conhecimento. Nesta etapa, iniciei a apresentação mostrando objetos de decoração feitos por artesãos e por comunidades e, por fim, concluí a Oficina com apresentação de material e vídeo sobre a pesquisa de Etnodesign.

Figura 14 - Diálogo com os educandos sobre a Oficina



Fonte: acervo pessoal do autor

Figura 15 - Mostra de produtos e questionamentos para os educandos



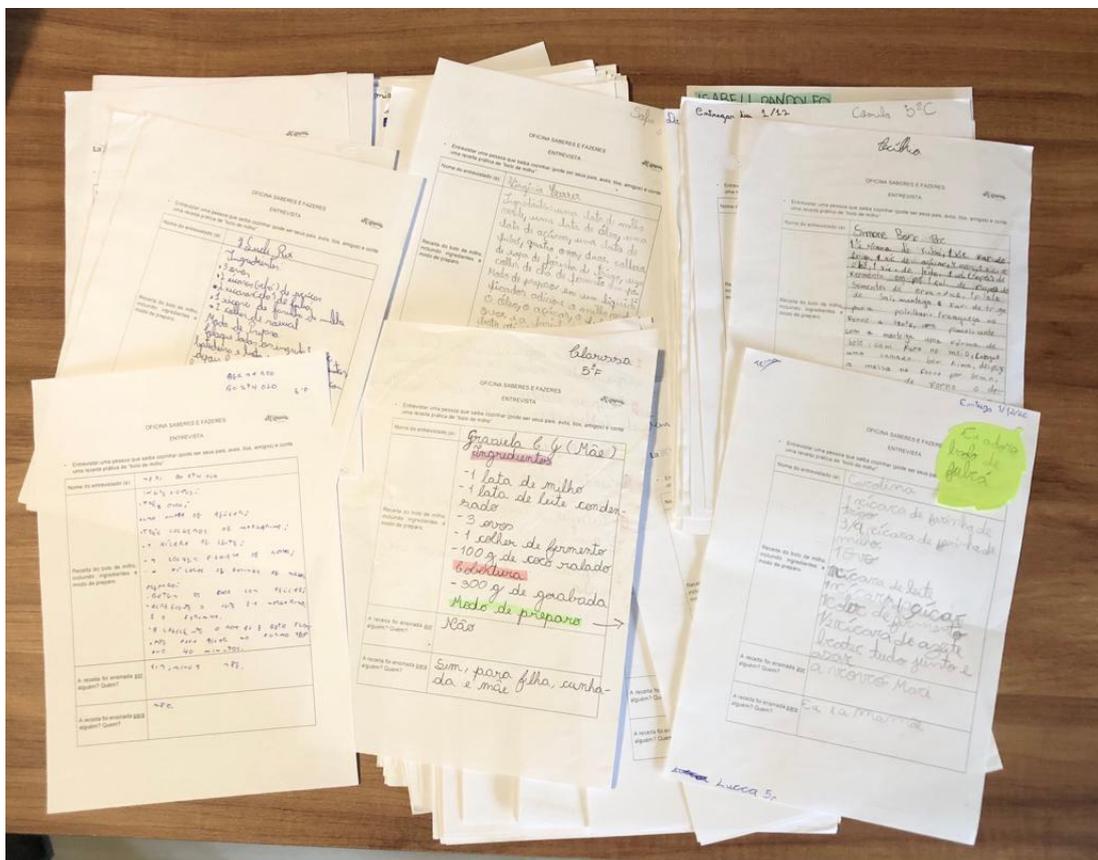
Fonte: acervo pessoal do autor.

Figura 16 - Explicação sobre o termo Etnodesign



Fonte: acervo pessoal do autor.

Figura 17 - Fichas técnicas com as respostas dos educandos



Fonte: acervo pessoal do autor.

A interação com os educandos aconteceu de maneira natural, utilizando uma fala bastante clara e simplificada para que eles conseguissem assimilar as informações. Segundo Morin (2000, p.104) “a compreensão é ao mesmo tempo meio e fim da comunicação humana. O planeta necessita, em todos os sentidos, de compreensões mútuas. Dada a importância da educação para a compreensão, em todos os níveis educativos e em todas as idades [...]”. A minha intenção era que eles compreendessem o propósito do assunto abordado.

Na ocasião, a Profa. Ms. Laura estava com uma programação semanal sobre patrimônio imaterial e sugeriu aos educandos que, após a minha apresentação, eles fossem instrutores junto a ela em uma nova apresentação no auditório da escola, onde compartilhariam com os demais educandos – de outras turmas de quinto ano – a Oficina “Saberes e Fazer: um olhar sobre a Educação Patrimonial”.

O material criado para esta apresentação foi a base para esse compartilhar. A descrição dos slides (Figura 20) é a seguinte: breve história do milho, cultivo pelos indígenas, exportação após a colonização pelos Portugueses e o milho como um dos alimentos mais consumidos no mundo; exemplo dos três tipos de milho mais utilizados no Brasil: milho verde, milho duro e milho branco; curiosidade: milho azul (México) e milho roxo (Peru); produtos industrializados feitos com diferentes tipos de milho; [pausa para os comentários das receitas de milho levadas pelos educandos; questionamentos sobre os saberes e fazeres e o que pode ser produzido através do conhecimento]; explicação sobre patrimônio imaterial; explicação sobre Etnodesign; produtos feitos artesanalmente: exemplo de cestarias e cerâmicas; projeto de luminárias “A Força da Floresta”, de Marcelo Rosenbaum e comunidade Yawanawá; boleiras artesanais produzidas pelo Designer Artesão Elizandro Rabelo exemplificando um produto criado por um artesão e designer com a função de armazenar o bolo de milho; vídeo sobre a minha pesquisa de mestrado.

Figura 20 - Compilação dos slides utilizados para apresentar a Oficina



Fonte: elaborado pelo autor.

Figura 21 – Profa. Ms. Laura Cardoso, aplicando a oficina aos educandos



Fonte: rede social da Escola.

A seguir, transcrevo o depoimento da Profa. Ms. Laura Cardoso sobre a Oficina “Saberes e Fazeres: um olhar sobre a Educação Patrimonial”:

Um dos conteúdos do 5º ano é o patrimônio cultural. Muito mais do que identificar conceitos como o termo patrimônio cultural – material, imaterial, natural –, tombamento, plano de salvaguarda, museu, as instituições que cuidam da preservação do patrimônio, o reconhecimento dos itens que o constituem o patrimônio cultural, está a educação patrimonial, que conforme o IPHAN consiste em proporcionar para diferentes grupos um conhecimento ativo de apropriação e valorização do patrimônio cultural e ao mesmo dar condições para que estes usufruam desses bens e os preservem para as gerações futuras. O IPHAN entende que “a Educação Patrimonial é um

instrumento de ‘alfabetização cultural’ que possibilita ao indivíduo fazer a leitura do mundo que o rodeia, levando-o à compreensão do universo sociocultural e da trajetória histórico-temporal em que está inserido. Este processo leva ao reforço da auto-estima dos indivíduos e comunidades e à valorização da cultura brasileira, compreendida como múltipla e plural.” (IPHAN, p. 5, Sem data, http://portal.iphan.gov.br/uploads/temp/guia_educacao_patrimonial.pdf.pdf).

Durante o último trimestre do ano, dedico esse tempo a debater sobre o tema do patrimônio cultural. Entre as atividades desenvolvidas estão a apropriação dos conceitos, pois acredito que eles são a base para o entendimento do que é patrimônio e como a vida de cada um está imersa nas questões culturais, a visita virtual para alguns patrimônios mundiais, pesquisa individual sobre os diferentes patrimônios mundiais e brasileiros, apresentação aos colegas após a pesquisa, reconhecimento dos patrimônios da cidade de Caxias do Sul. A atividade mais fascinante aos estudantes é quando esses identificam os saberes passados de geração em geração pela própria família, o que constitui um saber e uma herança cultural. Junto a essa atividade dos saberes familiares passados de geração em geração, os estudantes criam caixas de memória com os itens que possuem e acreditam que deixam marcas na vida deles. É também realizada uma pequena Oficina de higienização de fotografias e documentos para que estes saibam cuidar de seu próprio patrimônio.

No ano de 2022, foi proporcionado uma atividade diferente: primeiramente foi feita uma pesquisa onde os estudantes tiveram que trazer para a escola uma receita de bolo de milho feito pela família. A partir disso, o Cléo desenvolveu com uma turma e eu posteriormente repliquei para outras cinco turmas, atividades que se referiam aos saberes passados de geração em geração, bem na linha que também já havia destacado nas aulas, onde foi proporcionado aos estudantes reflexões mais aprofundadas sobre o tema e ao mesmo tempo introduziu o conceito de Etnodesign, novo para os estudantes e para mim também. A partir desse conceito, os alunos puderam aprofundar, se identificar e aprender a valorizar os saberes tradicionais, assim como aprenderam a valorizar os saberes passados na própria família.

Acredito que a Oficina desenvolvida foi de extrema importância e de valoroso significado para as turmas que no final puderam comer um bolo de milho pois muitos nem ao menos sabiam o que era um bolo de milho (CARDOSO, 2023).

Como pôde ser visto no depoimento da professora, a oficina proporcionou aos educandos uma reflexão de que os saberes e os fazeres são parte do patrimônio imaterial e, muitas vezes, nos cercam sem que saibamos se tratar de um patrimônio. Ao aguçar esse olhar dos educandos, a proposta da oficina tornou-se um espaço educativo e contribuiu para estimular e desenvolver a alfabetização cultural, bem como para o conhecimento acerca do que trata a educação patrimonial.

5.1 OBJETO CULTURAL: PRODUTO FINAL DA DISSERTAÇÃO

Como mencionei anteriormente, a proposta para o produto final da dissertação é um objeto cultural e consiste no projeto “Podcast como Ferramenta Educacional”, ou seja, um recurso em prol da educação, abordando os principais tópicos do tema dessa pesquisa. De acordo com Jesus (2014), o podcast é uma mídia de áudio, vídeo e imagens na internet que pode ser reproduzida em qualquer aparelho com capacidade de leitura de arquivos de áudio. Uma maneira democrática e contemporânea de levar a informação a diferentes nichos da sociedade

por meio das mídias e utilizando a tecnologia a favor do conhecimento, o que resultará em um conteúdo que propicia subsídios também para educadores.

O podcast é uma mídia de cibercultura, como aponta Luiz (2010), funcionando como uma ferramenta que ficará disponível em um servidor vinte e quatro horas por dia, todos os dias do ano (a menos que o conteúdo seja excluído do local onde foi hospedado). Esse formato de produção e distribuição diferencia-se de programas radiofônicos, pois o acesso às plataformas fica disponível em tempo integral e permite a interconectividade de ouvintes ou grupos de discussão.

Estamos inseridos dentro de uma sociedade cada vez mais tecnológica, o que tem permitido o compartilhamento de conhecimento através da internet de forma sempre mais frequente, utilizando-se de ferramentas como videochamadas através de aulas online, videoconferências para apresentações ou salas de bate-papo virtuais, como uma extensão do ensino e aprendizagem na educação. Para que seja atrativa ao ouvinte, a locução deve acontecer de maneira clara e objetiva, atentando-se para que o tom de voz emita uma qualidade sonora que possa trazer sentido para ouvinte, assim como quando escutamos os anúncios ou programas radiofônicos. Quando se trata acerca da voz e das percepções que ela proporciona, o psicólogo alemão Rudolf Arnheim (1980, p. 28) considera que:

A voz na performance do locutor apresenta a sua materialidade como recurso para superar o aspecto referencial e redundante que tem predominado nas locuções radiofônicas num estilo referencial/narrativo que age apenas como suporte, como meio para a comunicação de um texto verbal-oral regido pelas convenções que dão significado aos símbolos originando como resposta do ouvinte o desinteresse em virtude da pasteurização sonora: “Se ao locutor falta expressão e musicalidade, o ouvinte se vinga dele da forma mais simples: troca o dial do rádio [...]

Mesmo que nesse caso Arnheim esteja se referindo à locução radiofônica, os podcasts se tornaram tão populares – a ponto de uma boa parcela de ouvintes de rádio também aderirem a escuta dessa mídia –que hoje trazem como conteúdo os mais diversos assuntos, desde informações jornalísticas e bate-papos até a cultura pop, para citar alguns. Então, a ideia de a locução ser atrativa para o ouvinte desde a voz até a entonação e a expressão faz com que a proposta funcione como ferramenta educacional. Além disso, o podcast tende a potencializar a construção do conhecimento entre educandos e educadores, uma vez que a experiência de ouvir individualmente pode trazer diferentes perspectivas sobre o tema e, a partir dessa discussão, novas informações podem ser acrescentadas, incluindo novas pesquisas ou experimentos.

5.2 O PROJETO: PODCAST COMO FERRAMENTA EDUCACIONAL - ETNODESIGN

A seguir, descrevo as etapas do projeto:

- a) Para o “Podcast como Ferramenta Educacional” as informações compartilhadas terão base no conhecimento de dados pesquisados, verificados e transmitidos através da linguagem oral.
- b) Trata-se de informações resumidas acerca da pesquisa “Etnodesign: a produção artesanal como fonte de conhecimento histórico e a sua contribuição socioambiental”, onde eu mesmo terei a tarefa de ser o locutor e uma vez perpassando pelo tema, o exemplificarei mencionando o trabalho artesanal de uma comunidade local/regional após visita a esta comunidade para entendimento dos saberes e fazeres, reforçando os principais pontos da pesquisa nos aspectos presentes na maneira como produzem os seus produtos artesanalmente.
- c) A gravação será feita em estúdio profissional e a duração do podcast será breve, de cerca de vinte minutos, para que a atenção do ouvinte não se disperse.
- d) O podcast será primeiramente direcionado à educadores – tanto de Design quanto de História – e trará subsídios para a discussão do tema proposto, onde o educador poderá acessá-lo até mesmo em sala de aula e conversar com os educandos sobre o assunto pesquisado – o Etnodesign. Uma das contribuições que um podcast pode trazer à educação é que, uma vez hospedado em um servidor, o áudio ficará disponível para que o aluno possa ouvir em momento oportuno – não estando em sala de aula – repetidas vezes. Além disso, como se trata de um áudio gravado, ele também poderá ser distribuído para aquelas que não tiverem acesso às plataformas de streaming.
- e) O objetivo é instigar os educandos e propor uma abordagem didática, motivacional e aberta, em que o aluno, ao ouvir o podcast, poderá pesquisar novas informações sobre o assunto a fim de discuti-las – seja em sala de aula ou no ambiente virtual – reforçando que a interação entre aluno e professor seja maior, ao invés de apenas o professor permanecer com a meta do ensino. Em resumo, será como uma transição na forma de pensar a educação que envolve tecnologia e comunicação como aliados na construção do conhecimento e na difusão de informações corretas para a sociedade.
- f) Como identidade visual, o podcast terá uma capa – idealizada pela artista Ruana Raiela – para ilustrar visualmente a pesquisa, criada através da técnica de colagem,

misturando elementos simbolicamente presentes como grafismo indígena¹³, sustentabilidade e natureza.

Figura 22 - Identidade visual para o podcast criada pela artista Ruana Raiela



Fonte: do autor.

Após a gravação do podcast, com as devidas informações sobre a pesquisa, o áudio será hospedado em um servidor com a finalidade de ser compartilhado e, a partir de então, iniciar um diálogo sobre Etnodesign, patrimônio imaterial, práticas sustentáveis e economia circular com os mais diferentes nichos da sociedade.

No início de minha pesquisa, também foi produzido um vídeo com duração de 60 segundos, utilizando a linguagem audiovisual para instigar a curiosidade sobre o Etnodesign, assunto principal que permeia esse estudo. Criei um canal na plataforma Youtube¹⁴, onde o vídeo está disponível para acesso. O vídeo também foi elaborado para ser uma espécie de “cartão de visita”, o qual enviarei para algumas escolas, faculdades, universidades, ONGs e afins, solicitando um espaço de diálogo através de apresentações da pesquisa (presenciais e

¹³ Em âmbito nacional, a Lei nº 11.645, de 10 março de 2008, torna obrigatório o estudo da história e cultura indígena e afro-brasileira nos estabelecimentos de ensino fundamental e médio, porém não prevê a sua obrigatoriedade nos estabelecimentos de ensino superior para os cursos de formação de professores (licenciaturas).

¹⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qdAGvJzo_aE>. Acesso em: 22 jan. 2022.

virtuais). Além do mais, o audiovisual como suporte para os educadores tende a tornar o ensino dinâmico.

A modernidade é audiovisual. Essa é a premissa de que deve partir a educação hoje. Essa modernidade, no entanto, impregna a realidade social e psicológica dos indivíduos. A escola não precisa criá-la artificialmente no estrito contexto dos mecanismos formais de ensino/aprendizagem. O educador deve buscar a compreensão da natureza dos processos de realização e fruição da linguagem audiovisual (FRANCO, 1987, p. 41).

Essa fruição faz com que o espectador torne a experiência de assistir ao vídeo mais prazerosa e não monótona, e, dessa maneira, há mais atenção sobre o assunto. O vídeo produzido por Rafael Guerra e Állison Oliveira faz com que, em poucos segundos, o espectador receba a informação tanto através do áudio – onde explico de maneira resumida o Etnodesign – quanto pelas imagens que mostram, além de produtos artesanais, cenas de integração com o meio ambiente.

Figura 23 - Recorte dá página do canal, na plataforma do YouTube



Fonte: CLÉO MEDEIROS [canal no YouTube] Disponível em:

<https://www.youtube.com/channel/UCUCNlz3eyEcXESAbV6Xxraw>. Acesso em: 15 dez. 2022

Além do vídeo estar disponível na página do Youtube, podendo ser acessado por qualquer pessoa ou ser compartilhado através de um link, o seu formato também permite que ele seja compartilhado como anexo por e-mail. A finalidade é que o vídeo seja visualizado por

todos aqueles que se interessam pelo tema e que dialogue com quem ainda desconhece o assunto. Quanto mais expectadores, maior o número de possíveis discussões, ampliação do pensamento crítico e interesse por continuidade de pesquisas sobre o tema proposto.

Encerrando a apresentação dos produtos desta pesquisa, e antes de passar às considerações finais deste trabalho – para uma maior compreensão acerca delas –, retomo o pensamento de Chartier (1988, p.16) de que “a história cultural tal como a entendemos tem como objetivo identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler”. A maneira pela qual, através de práticas comuns, uma comunidade produz sentido, vive e pensa a sua relação com o mundo e complemento com Morin (2000, p. 56):

A cultura é constituída pelo conjunto dos saberes, fazeres, regras, normas, proibições, estratégias, crenças, ideias, valores, mitos, que se transmite de geração em geração, se reproduz em cada indivíduo, controla a existência da sociedade e mantém a complexidade psicológica e social. Não há sociedade humana arcaica ou moderna, desprovida de cultura, mas cada cultura é singular.

E não há como existir um conjunto de saberes sem memória. Para Le Goff (1992, p.477), “a memória, onde cresce a história, que por sua vez a alimenta, procura salvar o passado para servir o presente e o futuro”. A memória salva o conhecimento do passado e este pode ser perpetuado como herança. A memória é onde nasce o artesanal e, posteriormente, onde houver o encontro entre artesanato e design, haverá uma melhoria nas peças produzidas. Para Weetman (2019, p. 52), há necessidades a serem consideradas no design:

O design de produtos e sistemas requer uma abordagem diferente para possibilitar, a reutilização, a reciclagem e o “cascadeamento” (o resíduo de um processo tornar-se outro) do produto. Isso requer competências, informação e metodologias avançadas. As áreas de foco incluem seleção de material e padronização ou componentes modulares. O design deve visar à durabilidade, à facilidade de reutilização no fim da vida, à classificação ou separação de produtos e materiais e à busca de possíveis subprodutos e usos para os resíduos.

Ou seja, o fazer de peças manuais também requer uma visão apurada do design visando durabilidade no produto ou a reutilização de materiais após o uso, para não se tornar descarte. Nisso, ensinamentos e aprendizados aplicados são valores imateriais: o modo como se faz, o saber guardado e compartilhado. Segundo Horta (2005), o patrimônio material não existe, visto que há apenas um tipo de patrimônio, que é de natureza imaterial, aquele que é construído em nosso imaginário: “este patrimônio é aquilo que permanecerá, mesmo que sua expressão material tenha desaparecido, como os dinossauros” (HORTA, 2005, p. 229). Os saberes herdados precisam ser transmitidos, assim haverá continuidade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

*“Daqui desse momento, do meu olhar pra fora
o mundo é só miragem.
A sombra do futuro, a sobra do passado
assombram a paisagem.
Quem vai virar o jogo e transformar a perda
em nossa recompensa?
Quando eu olhar pro lado
eu quero estar cercado só de quem me interessa...”*

É o que me interessa – Lenine

O objetivo desta pesquisa foi demonstrar através de dados a contribuição do Etnodesign – sendo este um mediador entre o conhecimento de artesãos e o conhecimento de designers – tanto culturalmente, quanto para diminuir o impacto negativo ao meio ambiente, tornando os produtos potencialmente objetos de transformação socioambiental. Esse objetivo foi concluído a partir do desenvolvimento desse estudo, desse recorte de pesquisa acerca do Etnodesign, onde constatei que o artesanato e a comunidade artesã que o produz são verdadeiras fontes de conhecimento histórico e história cultural, uma vez que funcionam a partir de saberes ancestrais que foram perpetuados através de gerações e aplicadas como técnicas manuais na elaboração dos produtos. É o caso da comunidade artesã indígena Yawanawá, do Acre, presente nessa pesquisa como um exemplo prático de Etnodesign ao trabalhar em conjunto com o designer Marcelo Rosenbaum e sua equipe no projeto de luminárias “A Força da Floresta”. O designer criou um projeto que manteve a padronagem, os grafismos com desenhos geométricos que faziam parte do conhecimento histórico daquela comunidade, e a comunidade, por sua vez, imprimiu a sua realidade, suas vivências e a percepção da sua cultura nos traços da coleção, demonstrando a contribuição do Etnodesign culturalmente.

Os saberes compartilhados pelas comunidades artesãs são uma fonte inesgotável de conhecimento e cultura. As histórias partilhadas através da oralidade e memória dos avós para os netos, dos pais para os filhos ou dos mestres para o grupo fazem com que os saberes se perpetuem tanto na comunidade quanto para fora dela, comunicados através do artesanato. Aspectos como a maneira de trabalhar com miçangas, o grafismo com representações de animais e elementos da natureza, o fazer manual e os entalhes nas criações de peças em madeira são algumas das técnicas artesanais que mostrei nessa pesquisa através das contribuições dos designers e artesãos. Todas elas agregam valores imateriais à produção artesanal e esses aspectos tornam o artesanato um patrimônio imaterial.

A expressão do artesanato é o seu próprio fazer: é onde o passado e o presente se encontram e coexistem. Está além de apenas uma técnica, pois transmite significados e valores. Aliás, a transmissão de saberes e o aprendizado através dos modos de fazer constituem-se como patrimônio imaterial. É importante mencionar que o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) possui um livro¹⁵ com o registro de todos os saberes e modos de fazer que são parte do patrimônio imaterial brasileiro e que pode ser acessado através do site oficial da instituição.

Por meio da entrevista com o Elizandro Rabelo, o designer artesão, confirmei a importância das práticas sustentáveis e da economia circular no processo de elaboração de um produto e nas escolhas de peças a serem utilizadas nos projetos de Design de Interiores para a diminuição do impacto ambiental. Constatei, por sua narrativa, que o processo de elaboração de um produto é pensado desde a sua criação, passando pela produção e até o seu descarte, indo ao encontro dos valores da economia circular. Menciono dois exemplos de práticas sustentáveis inclusas em seu ateliê: a escolha de material como madeira de demolição para fazer suas peças – ou seja, uma madeira provinda de descarte sendo reaproveitada – e recipientes que servem para guardar sobras de materiais para reutilização em novas peças. A reutilização de materiais até que estes realmente não possam mais ser aproveitados, transformando-se em resíduos, é uma das premissas da economia circular.

O produto manual cocriado por artesãos e designers pode efetivamente partir de um projeto em conjunto desde a criação até o estudo para a escolha dos materiais, e a aplicação os saberes e as técnicas herdadas pelo artesão que são transmitidas para o fazer daquela peça. O conhecimento do designer acrescenta novas tecnologias para que aquele item tenha maior durabilidade ou seja planejado de maneira a ser reutilizado no término de sua função antes de seu descarte total. A essa troca entre artesão e designer com a finalidade de criar produtos que potencialmente contribuam com a preservação do meio ambiente chamamos Etnodesign. A partir dessa pesquisa e a imersão nos referenciais teóricos, proponho uma nova noção conceitual: o Etnodesign é a união de conhecimento entre o artesanato e o design; resulta de um diálogo entre artesão e designer, envolvendo valores imateriais com a finalidade de cocriar e produzir peças manuais que expressem com legitimidade o conhecimento histórico da comunidade artesã e a preservação da memória dos seus saberes e fazeres, incluindo o aperfeiçoamento das peças possibilitado através do design. O intuito é de prolongar a vida útil, além de estabelecer as devidas funções de cada artefato, com o propósito de tornar o artesanato

¹⁵ Os bens registrados, dos saberes e modos de fazer encontram-se na página oficial do IPHAN através do link <http://www.ipac.ba.gov.br/patrimonio-imaterial/bens-registrados> . Acesso em: abr. 2023.

um objeto de transformação socioambiental, uma vez que gera renda para a comunidade e preservação dos recursos naturais na elaboração dos produtos.

O Etnodesign é um recurso para que peças do artesanato brasileiro se tornem um objeto de transformação socioambiental. Demonstro essa possibilidade nessa pesquisa com o exemplo do objeto luminária “Jiboia” presente na coleção de luminárias “A Força da Floresta”, do designer Marcelo Rosenbaum em conjunto com a comunidade Yawanawá. Essa peça representa uma ação coletiva, que visou um uso responsável dos recursos naturais, com um modo de produção mais sustentável. O projeto entregou para a comunidade, além de uma experiência, uma estratégia de aumento de renda através de seus saberes e fazeres e levou para o consumidor final a oportunidade de adquirir uma peça com relevância ambiental, produzida com materiais provindos de práticas sustentáveis, agregada a valores simbólicos e imateriais.

A transformação socioambiental faz parte de um envolvimento de participação conjunta e ativa que parte do princípio da preservação do meio ambiente como fonte geradora de recursos naturais e está intrínseca em uma peça de artesanato – neste caso na luminária Jiboia – porque nessa peça há uma intenção que vai além da produção de um objeto para ser colocado no mercado. Há nela a percepção dos valores imateriais, o retorno à sabedoria ancestral, o cuidado com o material.

O Etnodesign possibilita que a comunidade artesã torne-se autônoma e organizada, utilizando-se de técnicas ancestrais para a ampliação de renda, inclusive ampliando a maneira com que se relacionam com a comercialização de suas peças. Assim, o artesão torna-se esse agente transformador enquanto o design possibilita que esse artesanato chegue até outros lugares fora do território de origem e retorne com mais renda que, por sua vez, também viabiliza a transformação social e econômica da comunidade. Ademais, quando o conhecimento herdado é transmitido e potencializado através da criatividade e da inclusão, há um estímulo para que haja continuidade no trabalho autoral dos artesãos, que passam a ser valorizados por suas habilidades e criações que surgem através da manifestação da memória. Saberes e fazeres tornam-se ações que movimentam a produção artesanal e geram cultura e preservação ambiental. O Etnodesign ocupa um lugar de afeto.

REFERÊNCIAS

ALBERTI, Verena. **Manual de História Oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

ALBERTI, Verena. **Ouvir contar: textos em história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

ANNES, Jacqueline. **Manufatura ambientalmente consciente**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005. 126 p.

ALMEIDA, Fernando. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002. 191p.

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e Percepção Visual**. São Paulo: Editora Pioneira, 1980.

ARTESOL. Rede nacional do artesanato cultural brasileiro - Patrimônio Imaterial Cultural. YouTube, 09 set. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mSrdCc5DOpk>. Acesso em 30 abr.2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. *In*: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 2. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O difícil espelho**: limites e possibilidades de uma experiência de cultura e educação. Rio de Janeiro: IPHAN/DEPRON, 1996, p. 293-294.

BRUNDTLAND, Gro Harlem. **Nosso futuro comum**: Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

CARDOSO, Rafael. **Uma Introdução à História do Design**. 3. ed. São Paulo: Editora Blucher, 2008.

CASA Sumê / Gustavo Neves. **ArchDaily**, 2022. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/924535/casa-sume-gustavo-neves>. Acesso em 29 de mar. 2022.

CAVALCANTE, Ana Luisa Boavista Lustosa. **Design para a sustentabilidade cultural**: recursos estruturantes para sistema habilitante de revitalização de conhecimento local e indígena. 2014. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2014. f. 321.

CHARTIER, Roger. **A história cultural entre práticas e representações**. Tradução: Maria Manuela Galhardo. Lisboa: Difusão Editora, 1988.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Editora Ática, 2000.

DANNORITZER, Cosima. **The Light Bulb Conspiracy**, 2010. Disponível em: [The Lightbulb Conspiracy on Vimeo](https://www.vimeo.com/100000000). Acesso em 03 de abr. 2022.

- ESPIG, Márcia Janete. O conceito de imaginário: reflexões acerca de sua utilização pela História. **Revista Textura**, Canoas, v. 5, n. 9, p. 49-56, 2003. Disponível em: <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/view/701/522>. Acesso em: 21 abr. 2022.
- ESTRADA, Maria Helena. O pensar sustentável. In JATOBÁ, Waldick *et al* – **Desafios do design sustentável brasileiro**. Rio de Janeiro: Editora Versal, 2015, p. 8-17.
- FLEMING, Tom. **A economia criativa brasileira**: análise da situação e avaliação do Programa de Empreendedorismo Social e Criativo financiado pelo Newton Fund. São Paulo: Sebrae, 2018.
- FLORÊNCIO, Sônia Regina Rampim *et al*. **Educação Patrimonial: inventários participativos**: manual de aplicação. Brasília: IPHAN, 2016. p.134.
- FRANCO, Marília da Silva. **Escola Audiovisual**. 1987. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de São Paulo. São Paulo, 1987.
- GARCIA, Kaio (Dir.). **Brasil Criativo.DOC**: Economia Criativa do Brasil. Produção: Marcela Ribeiro. YouTube, 2020. 48 min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NfuiJDpfc4>. Acesso em 01 mai. 2022.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008. 323 p.
- HOLANDA, Sérgio Buarque. **História geral da civilização brasileira**. São Paulo: Difel, v. Tomo I, v. 2, 1995.
- HORTA, Maria de Lourdes Parreiras; GRUNBERG, Evelina; MONTEIRO, Adriane Queiroz. **Guia básico de Educação Patrimonial**. Brasília: IPHAN, 1999.
- HORTA, Maria de Lourdes Parreiras. Lição das coisas: o enigma e o desafio da educação patrimonial. In: CHAGAS, Mario (Org.). **Museus: antropofagia da memória e do patrimônio. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. n. 31. IPHAN, 2005. p. 220-233.
- HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- INSTITUTO A GENTE TRANSFORMA (Brasil). **Yawanawá**. © 2022. Disponível em <https://agentetransforma.org.br/projetos/yawanawa>. Acesso em: 16 nov. 2022.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORETAS (Brasil). **Entenda as licenças ambientais para exploração da madeira**, © 2020. Disponível em <https://www.ibflorestas.org.br/conteudo/licencas-ambientais-exploracao-madeira>. Acesso em: 27 mar. 2022.
- JATOBÁ, Waldick *et al* – **Desafios do design sustentável brasileiro**. Rio de Janeiro: Editora Versal, 2015. 192 p.
- JESUS, Wagner Brito. **Podcast e Educação: um estudo de caso**. 2014. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual Paulista: São Paulo. 2014.

KRENAK, Ailton. **Ideias para adiar o fim do mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

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

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Tradução: Bernardo Leitão *et al.* 2.ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1992.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial: bases para a Configuração dos Produtos Industriais**. Trad. Freddy Van Camp. São Paulo: Editora Blucher, 2001.

LUIZ, Lúcio. **O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia**. 2010. IV Simpósio Nacional ABCiber. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2010.

MARTINS, Mirian Celeste (coord.). Curadoria educativa: inventando conversas. Reflexão e Ação. **Revista do Departamento de Educação / UNISC**. Santa Cruz do Sul: vol 14, n.1, jan, 2006, p.9-27.

MCDONOUGH, William; BRAUNGART; Michael. **Cradle to Cradle: criar e reciclar ilimitadamente**. Trad. Frederico Bonaldo. 1. ed. São Paulo: Editora G. Gili, 2013.

MORAN, José Manuel. Influência dos meios de comunicação no conhecimento. **Ciência da Informação**, v. 23, maio/ago. 1994. p. 233-238.

MOREIRA, Bruna Ruschel *et al.* **Gestão do Design na prática: Framework para implementação em empresas**. Porto Alegre: Marca Visual, 2016.

MORIN, Edgard. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. Tradução: Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

NOGUEIRA, José Francisco Sarmento. **Etnodesign: um estudo do grafismo das cestarias dos M'byá Guarani de Paraty- Mirim (RJ)**. 2005. Dissertação (Mestrado em Artes e Design) – Pontifícia Universidade Católica. Rio de Janeiro, 2005.

O Designer Artesão. Homepage. 2022. Disponível em <https://odesignerartesao.com.br/>. Acesso em 19 de mar. 2022.

PACKARD, Vance. **Estratégia do Desperdício**. São Paulo: Editora IBRASA, 1965.

RAPOSO, Sérgio (Dir.). **A Força da Floresta**. Produção: Cinegroup. 2013. 53 min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Xrito1jMk4>. Acesso em: 15 abr. 2022.

ROSEMBAUM, Marcelo. A transformação pelo design. *In* JATOBÁ, Waldick *et al* – **Desafios do design sustentável brasileiro**. Rio de Janeiro: Editora Versal, 2015. p. 18-25.

SALGADO, Juliano; WENDERS, Wim (Dir.). **O Sal da Terra**. 2004. 110 min. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=2h1PHq_2xi0. Acesso em: 03 abr. 2022.

SANTOS, Walísson Adalberto dos. **Dos saberes materiais à concepção dos artefatos: uma etnografia do design vernacular em um quilombo da Paraíba.** 2020. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal de Campina Grande. Paraíba, 2020. f. 148.

TAGLIARI, Ana. **O movimento inglês *Arts and Crafts* e a arquitetura norte-americana.** São Paulo: UNICAMP, 2007

TEMPERO DRAG. **Consumo Consciente.** YouTube, 31 dez. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ef4T7DrTvmI>. Acesso em: 26 mar. 2022.

TEMPERO DRAG. **Descartabilidade.** YouTube, 25 fev. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AmjGn1kw97Y>. Acesso em: 26 de mar. 2022.

TOALDO, Mariângela Machado. Sob o signo do consumo: status, necessidades e estilos. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 4, n. 7, p. 89–97, 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/2989>. Acesso em: 21 ago. 2023.

WEETMAN, Catherine. **Economia Circular: conceitos e estratégias para fazer negócios de forma mais inteligente, sustentável e lucrativa.** Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. 1. ed. São Paulo: Autêntica Business, 2019.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Entrevista na íntegra com “O Designer Artesão” Elizandro Rabelo e imagens de peças criadas e produzidas em seu ateliê

LEGENDA:

- [incompreensível]- quando não se entende/ouve o que é dito;
- Números escritos por extenso e (algarismo);
- [risos]: sinalização das risadas;
- [vozes sobrepostas]: quando duas pessoas falam ao mesmo tempo e compromete o entendimento da locução;
- Diálogo dentro da frase, abertura de aspas simples ‘’;
- Transcrição pontuada de acordo com o entendimento sonoro da frase, favor verificar.
- [?] dúvidas sobre a grafia correta da palavra e/ou sigla
- Cléo: Entrevistador || Entrevistado: Elizandro

“Entrevistador: A primeira (1ª) pergunta que eu gostaria de te fazer é, como eu te falei, eu vi vários vídeos teus já, eu tenho esse entendimento e tal, mas, num resumo assim, o que que tu poderia me falar sobre qual caminho que te levou até esse espaço que tu está hoje, até o teu ateliê que tu está hoje, qual foi esse caminho que te levou pra estar situado agora em São Paulo também, né. O que te levou até esse espaço?”

Elizandro: Eu...na verdade eu vim pra São Paulo porque eu queria estudar *design* mais afundo, mais específico...quando eu cheguei aqui, eu vinha de Fortaleza, na minha cidade eu fazia faculdade de moda lá, eu já tava no terceiro (3º) ano da faculdade e aí surgiu uma chance de trabalho em São Paulo, numa fábrica grande, que eu trabalhava com produto, eu fazia faculdade de moda não com, com mentalidade de quem queria fazer moda pra passarela, eu queria trabalhar com produção, produção, produção mesmo, né. Trabalhar com o desenvolvimento de produtos pro setor têxtil, abrangendo toda a área, tanto de criação do produto, né, que vai pra, pra arara, né, baseado nos, baseado nos *insights* que a gente tinha nas referências de coleção, de estação...

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: O que vinha de fora do Brasil, né, e transformava isso em produto e fazia, ao mesmo tempo, todo o material de ponto de venda porque eu trabalhava pra uma rede de lojas da minha cidade, e tinha uma grande fábrica de *jeans*, né, enfim. E era uma produção grande, de larga escala. Eles fazem [incompreensível 8min25seg] pra várias marcas no Brasil na época e de fora do Brasil e eu cuidava só da marca própria, mas era uma produção muito grande. E eu aprendi muito lá dentro sobre produto, produção, é fábrica, como é que funciona. Da criação até você transformar num produto, ficha técnica e a importância de uma ficha técnica pra você fazer um determinado produto e pode replica ele outras vezes, né, tipo e você criar práticas pra que você possa, rotinas pra que você possa juntar pra fazer determinado efeito naquele determinado produto. Isso é muito bom pra isso, só que aí, mas eu sempre fui muito ligado mais ao *design* gráfico. Eu entrei na faculdade de moda porque na minha cidade não tinha faculdade de *design*. Tinha o curso de arquitetura, mas eu achava ruim porque não tinha a menor vontade de ser arquiteto...

Entrevistador: [Risos].

Elizandro: E, é, só tinha duas (2) cadeiras de programação visual. No curso todo! E eu falei, condição nenhuma de estudar isso, eu disse 'poh, quatro (4) anos pra poder ter duas (2) cadeiras de comunicação visual, sabendo que o curso de moda é mais legal porque te dá uma ampla base'. Você vai estudar desenho, fotografia, vídeo, ãh, história da arte. Então eu achei o curso mais robusto pro que eu queria. Então tem que adaptar. E usei bastante esse conhecimento. Porque quando eu fui trabalhar nessa empresa, eu já fui trabalhar, eu trabalhava três (3) dias dentro da fábrica cuidando do produto e dois (2) dias eu ficava alocado dentro da agência cuidando do PDV [?], *outdoor*, material do ponto de venda, logotipia, tudo que ia pra mídia eu cuidava. Então foi um trabalho que me ensinou muito assim, tipo a gerenciar tudo, da produção até a comunicação final pra que tudo tivesse uma mesma linguagem, tivesse encaixado, entendeu. Tudo isso de uma maneira bem, como que partindo da mesma ponte, né. Isso é muito bom. Aí eu vim pra São Paulo, pra uma empresa do setor têxtil me contratou e falei 'ai, acho que eu vou fazer o seguinte: vou pra São Paulo e aí eu vou tentar de repente começar uma outra faculdade lá. Eu vou tentar terminar meu curso, eu não consegui, porque se não consegui terminar o curso aqui, não conseguia a faculdade que, que me encaixasse o conteúdo programado que eu já tinha...

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: Porque eu tava numa federal e todas aqui eram particulares as faculdades de moda, é e aí eu acabei mudando de ideia e falei 'quer saber'...Eu fui chamado por uma agência pra trabalhar, fiquei seis (6) meses nessa empresa no setor têxtil e aí quando foi com seis (6), uma agência me chamou pra trabalhar em São Paulo, pra trabalhar na área de *design* mesmo e aí já foi uma outra área. Eu saí da moda que era uma área que tinha total liberdade. Eu fui trabalhar numa agência pra trabalhar com comunicação corporativa, comunicação B2B entre bancos, entre investidores e era um outro universo, completamente diferente. Mas eu adorei porque eu ia trabalhar com *design* e ainda tinham clientes bons. Fiquei lá bastante tempo, aí mudei meu curso, fui fazer belas artes aqui em São Paulo, procurei o curso de artes visuais da belas artes, comecei de novo, do zero (0). Finalizei, terminei o curso, depois fui fazer uma especialização de *design*, mas também *design* gráfico, tipografia eu lembro, né...

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: Mas continuei trabalhando no setor de comunicação corporativa, mas assim. Desde o meu histórico lá atrás em Fortaleza eu já tinha um conhecimento muito grande do feito a mão. Mesmo quando você pensa na fábrica, quando você pensa numa produção mais é, um pouco mais potencializada, com mais gente trabalhando, você tem que entender que tudo aqui é feito a mão. As máquinas não fazem nada sozinhas, né. Então o processo de se fazer à mão, eu já tinha mais ou menos na minha cabeça. É, quando eu fui pro, pro, comecei a fazer as primeiras (1ª) peças, fui muito experimental, comecei a fazer coisas pra mim, pra minha casa. Sabe assim, uma coisa realmente aquele cara que quer fazer pra si. Eu queria muito, eu separei uma época, o desenho artesão mesmo começou assim, eu separei uma época, eu acho que em dois mil e treze (2013) e fui morar sozinho em dois mil e catorze (2014). Eu fui morar numa casa, eu tinha que mobiliar a casa, não tinha muita coisa ainda.

Entrevistador: Certo.

Elizandro: E aí eu comecei a ver que tudo que eu gostava era muito caro, eu tava duro na época, não podia comprar nada, tinha acabado de separar, aí eu era sócio também e aí a gente era sócio, tinha negócio, aí eu separei, vendi minha fábrica. E pelo dinheiro que eu tinha recebido, eu já tava com essa coisa de fazer as coisas da minha casa. Eu falei 'ah, eu vou fazer o seguinte, eu vou, eu fazer um, eu vou montar uma Oficina pequenininha pra mim, porque

nessa casinha do lado aqui que tem aqui na vila que tá desocupada, eu criei um ateliezinho pra mim. Pra eu fazer as minhas coisas e ganhar uma graninha por fora, porque eu acho, que eu vou continuar trabalhando, fazendo meus projetos de comunicação com o mercado corporativo e tal e nas horas vagas eu vou fazer as minhas coisas aqui e ganhar uma grana extra, beleza. É, só que chegou dois mil e catorze (2014), que era de dois mil e treze (2013) pra dois mil e catorze (2014). Chegou dois mil e catorze (2014) e teve aquela crise, saída da Dilma, o Brasil afundou em uma crise, as empresas que me contratavam pra trabalhar com *design*, elas pararam de se comunicar, de investir em comunicação. Foi um corte total de gastos. Então, o meu plano B que era tipo assim a Oficina, que era uma coisa que eu tava fazendo como *hobbie* e ia desenvolver com calma, se tornou meu único plano A. Eu não tinha mais pra onde ir, porque eu tinha gasto todo o dinheiro que eu tinha pra montar a Oficina, não tinha mais um [incompreensível 13min41seg], nada e eu montei a Oficina e falei 'agora eu vou ter que trabalhar e eu tinha, na época eu não trabalhava com madeiras ainda, madeira de lei. Eu trabalhava só com pinus que era mais barato, eu não tinha dinheiro pra comprar madeira e também como tava começando, eu tinha ciência de que eu não podia desperdiçar madeira, porque tipo, quando você tem ideia, uma tábua de pinus você paga, sei lá, quarenta (40), cinquenta (50,00) reais uma tábua de pinus de três (3) metros aqui com uma bitola de três (3) centímetros. A mesma tábua de imbu, ela vai custar quatrocentos (400,00) reais.

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: Não dá pra você trabalhar, é com uma, você tá aprendendo e você trabalhar com esse material. Então acho que assim, se eu tiver que resumir bem como é minha forma de trabalhar, falo o seguinte 'a cada etapa, a cada mês que eu aprendi uma técnica nova na Oficina, eu sou completamente autodidata, eu, eu lembro que na época eu comprei uns cursos que vinham em CD, tinha um cara ensinando umas técnicas básicas...

Entrevistador: Sim [risos].

Elizandro: Pra usar um maquinário. Eu comprei um maquinário, cara, eu não sabia nem ligar, porque até então eu tinha trabalhado com ferramenta de mão. E eu tinha feito curso por correspondência, entendeu, pra entender como é que ligava as máquinas, como é que eram as máquinas pra desempenhar a madeira. Tudo isso eu fui vendo em rede, teoria. Aí quando as máquinas chegaram eu instalei e agora eu olhei falei 'puts, e agora'? [incompreensível 15min] ,

nenhum centavo no bolso, não tenho trabalho, mas eu tenho essas máquinas aqui, duas (2) mãos, essas madeiras, vamo faze alguma coisa. Aí comecei a desenhar peças. Aí comecei a pensar em várias coisas. Quando você tá começando, cê quer atirar pra tudo quanto é lado. Eu fiz de tudo. Fiz um pouco de mobiliária, eu fiz um pouco de peças, é funcionais pra mesa, um pouco de escultura, um pouco de, uma peças pequenas. Eu tava indo pra todos os lados, porque onde eu tinha uma ideia que eu achava legal, queria exercitar. E como eu trabalhava sozinho, eu mesmo executava, então comecei assim. Fui lá, comecei a produzir, fotografar as peças e eu acho que aí o conhecimento que eu apliquei, eu acho que durante esses anos trabalhando com *design*, com comunicação me ajudou bastante. A fotografia, né, que é o ponto de contato entre o que eu faço e o público, né, que é fundamental, né, que essa é porta de entrada. Foi uma coisa que eu já tinha uma base por conta desse período que eu, por conta desse período que eu trabalhei em agência com moda, enfim, consumo de maneira geral. ãh, tudo isso eu acho que eu trouxe pra cá, pra dentro do negócio. Toda essa expertise eu acabei aproveitando de alguma forma pra fazer o meu trabalho aqui, tá. É e o caminho que eu fui, né, descobrindo pra fazer isso como eu faço hoje, foi muito, tateando e ao mesmo tempo querendo fazer uma coisa que fosse, em termos de comunicação, que representasse realmente o que eu gostava. O meu ideal de que, que era uma coisa legal. Como princípio, eu assim, eu nunca faço uma coisa que eu não acredito. Por exemplo, eu deixo de fazer muito trabalho de cliente que aparece aqui pedindo peças por encomenda, porque às vezes a peça é uma coisa que eu não acredito, eu acho feio ou então eu nunca teria aquilo dali. Eu não pego.

Entrevistador: Legal, ótimo. Fiquei loco de vontade de falar, mas como te falei, não posso [risos], ali enquanto tu tava comentando. Então tá. ãh, uma outra, um outro questionamento. Todos os trabalhos que tu faz nesse espaço, todos eles são manuais? E tu já me deu, uma pitada ali falando sobre os materiais, né, e como que tu chega até esses materiais assim, como que é teu, a tua pesquisa até chegar esses materiais? Como que tu busca os materiais...

Elizandro: Madeira eu vou te contar. Aqui em São Paulo é o melhor lugar se pra comprar madeira que existe porque, ãh, São Paulo é um grande centro, tipo, de referência, né, pra tudo e aí tudo meio que vem pra cá, né. A gente importa tudo de outros estados pra cá, né. Eu tenho amigos que moram em Curitiba, no sul, no Rio Grande do Sul e vem pra cá pra comprar madeira, que também trabalha com marcenaria, com madeira, com *design*, vem aqui pra comprar madeira que tem mais opção. Mas desde o começo eu sempre, eu, eu, assim, eu sempre

procurei comprar, por questões de segurança mesmo, eu sempre procurei comprar de fornecedor de porta de rua, que a gente chama. Porque esses são os fornecedores que tem autorização pra, pra operar, né...

Entrevistador: Sim.

Elizandro: Pra comercializar madeira, que tem Doc [?], documento [?] de florestal, que têm, que vai me emitir uma nota fiscal do que eu tô comprando. Então, nesse sentido. Eu sempre, minha matéria prima vem dessa origem. É, aqui e ali, aquele não. Hoje eu acho que com mais, com maior quantidade. No começo era pouco, agora é bem mais, a gente usa bastante madeira vinda de demolição. Então, boas madeiras que a gente quer num determinado ponto, não dá pra pegar uma tábua que foi cerrada, por exemplo. É legal pegar uma tábua que já tá seca, a mais de trinta (30) anos. Então a madeira de demolição...

Entrvistador: Certo.

Elizandro: Nesse sentido, é bom pra gente, que a tábua vem melhor, mais seca. Tem os pregos, óbvio, né, os parafusos, tem que tirar, mas a gente consegue aproveitar bastante. No a gente tá mais ou menos assim, quarenta (40), quarenta (40), sessenta (60) entre madeira cortada, cerrada que a gente chama e a madeira de demolição. Mas geralmente vem dessas duas fontes.

Entrevistador: Ótimo. Eu já vou lincar nesse, nessa pergunta que eu te fiz então, tu já me respondeu uma, uma próxima. É e daí como que tu faz com o material que sobra, o que resta, como que é o teu descarte, como que tu faz com o descarte?

Elizandro: A gente tenta aproveitar ao máximo o que a gente descarta de madeiras. Se você tivesse a oportunidade de vir aqui que você não teve, a gente tem duas (2) piscinas que a gente chama, duas (2) caixas gigantes de dois (2) metros por dois (2) metros onde a gente vai jogando as madeiras que vão sobrando dos cortes. Ah, tô fazendo aqui uma peça, preciso cortar mais, ainda sobrou um pedaço assim. Vai pra essa caixa, vai pra essa caixa. Depois a gente separa elas por madeira. Ah, uma caixa só de imbu, uma caixa só de freixo, uma caixa só de peroba rosa. Sabe assim, pra ser fácil de achar as madeiras depois. E esses tocos tudo ficando ali. E a gente vai tirando peças cada vez menores, cada vez menores.

Entrevistador: Certo.

Elizandro: Até a hora que a gente vê que não dá mais pra tirar nada. E aí a gente faz o descarte.

Entrevistador: Certo. ãh, no caso teu trabalho, tu como *designer* e artesão, tá inserido no setor de economia criativa, né, que daí a gente tem o artesanato, pintura, escultura, fotografia, como tu já, mencionou antes. ãh mas assim, ao mesmo tempo como a gente tá vivendo nessa era tecnológica, né, onde em grande medida as peças são comercializadas nas redes até propriamente, elas, hoje elas são uma porta maior, né. Tu tem o site que, que tá lá com todos os valores, mas basicamente, né, você linka ali o instagram, facebook que vai, vai...

Elizandro: É, hoje em dia, hoje em dia a gente tem muitas ferramentas pra vender online. O próprio instagram disponibiliza pra que, uma conta comercial.

Entrevistador: Exato. E, como que então assim tu, tu descreveria tua, tua conduta comercial em relação a, aos lugares onde tu quer chegar com o teu trabalho? É...

Elizandro: Tá, isso eu tenho...

Entrevistador: O que tu, o que tu de repente consegue preservar, o que que tu quer preservar no sentido de criação de cada peça? Tu já comentou um pouquinho antes, mas, aonde tu quer que chegue essas peças, onde tu quer que chegue esse teu trabalho?

Elizandro: Na verdade eu tenho alguns, eu assim, eu nunca redigi pra minha empresa, o meu negócio, o sabe assim, ai, quando você para e você...e olha que eu trabalho com *branding* e eu poderia ter feito isso já e não fiz, mas eu não, eu nunca fiz isso de sentar pra escrever os pilares, né, da minha empresa, tipo os, os objetivos, a visão, missão, valores, né. Mas eu tenho alguns valores que servem de guia pra mim. Por exemplo, é, eu não faço *gift*, eu não faço brinde, muitos clientes querem presentear corporativo, querem presentear com alguma peça minha porque madeira, querendo ou não, ela tem algo de muito afetivo nela. Então você quer dar presente, se você quer ser lembrado por aquele presente, por ele ser especial, é batata. Você vai pra alguma coisa de madeira, alguma coisa que foi feita a mão, que tem algum toque humano. E a madeira consegue traduzir todos esses sentimentos porque ela é uma matéria prima viva,

porque ela vai ficar bonita com o tempo, porque ela tem um comportamento também que ela não é estável, ela vai se transformar com o tempo. Ou seja, é uma matéria prima diferenciada em relação a todas essas outras. Não que as outras sejam de menor valor, mas essa pra mim é especial. Por conta disso. A madeira é uma matéria prima imprevisível e pra finalidade própria. Cada madeira, às vezes uma mesma peça apresenta diversas colorações. Isso é a personalidade da madeira, a gente não tem como tira isso, que também é uma dificuldade pra quem trabalha com vendas e produtos à base de madeira, né...

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: Que usam madeira como matéria prima. Porque as pessoas tão acostumadas a comprar tênis que vem igual ao que tá na foto. Madeira não é assim, né, é bem diferente, vai a mesma madeira, mas coloração, tonalidades um pouco diferentes daquela que você comprou. Mas não tem problema, se você entende de madeira, já tá aberto a essa possibilidade, mas enfim. Eu tenho isso como princípio. Então como matéria prima pra mim tem esse significado, tem esse valor, as empresas também enxergam isso. Muitos clientes corporativos procuram a gente e aí eles lá vem com aquela história de 'ah, você coloca o meu logo numa peça sua porque quero dar de presente', eu falo 'não, a gente não coloca logo de nenhum cliente, de ninguém, nas peças'. Eu não coloco. O meu próprio, eu não tenho nem sequer o meu logo mesmo vai de maneira super discreta nas peças lá embaixo, vai o meu nome, a data e a madeira que foi utilizada naquela peça. É quase que um *tag* de informação técnica. Então, não é uma coisa que eu acho que, que eu quero competir com, com o que eu faço. Eu não quero competir com a obra, eu não quero competir com a peça. Eu quero que a peça, que ela tenha o destaque dela, que ela, que ela merece. Eu não coloco. Eu já deixei de ganhar dinheiro porque eu não coloco logo nas minhas peças. Eu não coloco. Princípios são princípios. E talvez isso traduza a minha relação de amor, de respeito ou mesmo minha relação pessoal com o que eu faço, eu não coloco. Aquilo que eu te falei, é, eu tenho, como eu tenho isso em mente, esse valor das coisas que eu produzo, esse cuidado, eu também tenho muito cuidado onde eu quero colocar as minhas peças, onde eu quero chegar. Aí outro princípio que eu tenho é: o *design* é para todos. O *design* no Brasil ainda é visto como um artigo de luxo. Eu acho um erro isso e eu acho que aí sim é uma coisa pessoal, eu acho que todo *designer*, eu tô falando de mim, tá?

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: Talvez deveria ter o compromisso de ter essa mentalidade de que o *designer* é para todos e quando você começar a criar, desenvolver uma linha de peças, você pode ser o Jader Almeida, mas você tem que imaginar o seguinte 'poh, se eu tenho um talento pra criar uma cadeira que custa vinte e cinco mil (25.000,00) reais, e não tenho talento pra criar uma, um aparador de porta que vai custar trezentos (300), duzentos (200), cem reais (100,00). E vai ter a minha assinatura. E pra quem gosta do que eu faço, vai ficar acessível.

Entrevistador: ok.

Elizandro: Aí esse, é isso que eu acho que esse bairrismo, sabe, assim de classes que existe dentro do *design*, que talvez me incomode e eu acho que nesse ponto eu sou um outsider porque eu não vim desse mercado. Eu vim de um outro seguimento e caí aqui, nesse daqui, né. Eu não sou uma pessoa dos eventos de *design*, não sou uma pessoa que fica, eu não tenho uma relação com arquiteto, entendeu. Eu não participo, eu não, falando por mim, tá. Eu não participo do que eu chamaria dessa pequena feira de vaidades...

Entrevistador: Certo.

Elizandro: Que envolve o mercado de *design*. Então eu tenho, eu gosto de fazer meu trabalho sossegado, ser remunerado por ele. E eu não tenho esses, esses, do tipo 'ai, eu quero ser famosíssimo, eu quero que minha peça seja [incompreensível 25min32seg] porque, é outro princípio meu. Tem gente que faz arte e tem gente que quer ser artista. E eu prefiro fazer arte. Eu nunca, eu não tô atrás de, que meu nome, minha cara apareça. Eu gosto de fazer o meu trabalho e tenho prazer em fazer o que eu faço. E ponto final. Eu acho que a gente passa a vida sobrecarregado com ideia de que você tem um sucesso em alguma coisa, que você tem que ser o melhor em alguma coisa. Eu nunca tive isso na minha cabeça. Pode parecer medíocre, mas essa verdade é que eu acho que é uma dor de cabeça ser o melhor em alguma coisa, porque depois que você é o melhor em alguma coisa, nunca mais você vai poder ser pior em nada.

Entrevistador: [risos] Verdade.

Elizandro: É uma chatice. Sua vida fica um inferno, você perde o prazer de fazer aquilo que você gosta, que você acredita, pra fazer aquilo que as pessoas vão aplaudir. Eu nunca quis isso. Então, eu acho assim, eu não tenho assim tipo, grandes ambições no sentido 'ah, eu quero

ser um *designer* reconhecido'. Eu acho que esse reconhecimento, cara, ele vai vim com o tempo, se você continuar fazendo aquilo que você faz, entendeu. É isso é de pessoa pra pessoa, de artista pra artista. A minha história é uma, a do Sérgio Rodrigues é outra, sabe assim, cada um vai construir de um jeito. E aí, o que eu quero, assim, eu gosto da ideia de ser reconhecido, sim, gosto de ser reconhecido pelos meus pares, pelos meus amigos que são *designers*. Porque essa validação é legal pra mim do ponto de vista profissional, entendeu. Do ponto de vista pessoal eu não tenho essa ambição de ser um superstar ou que minhas peças estejam na casa da Madonna, entendeu [incompreensível 27min05seg].

Entrevistador: [risos] Certo.

Elizandro: Sabe assim. Eu gosto da ideia de que as pessoas curtam o que eu curto e como eu curto o que eu tenho que fazer, entendeu, do jeito que eu curto. Pra mim...O meu princípio básico de criação é, eu faço uma coisa que eu goste, entendeu, que eu teria e eu rezo pra que outros malucos por aí tenham a mesma ideia e queiram usar aquilo dali. Pra mim toca nessa ideia, abrace essa ideia.

Entrevistador: Ótimo.

Elizandro: É isso.

Entrevistador: Ótimo. É e daí, assim até, nisso eu posso te fazer um comentário. Eu, eu sempre percebo e tu comentou antes ali sobre a, sobre o afetivo da madeira, né, das peças artesanais que, que se tem bastante e, mas ao mesmo tempo que eu vejo dentro do mercado essa...É uma diferenciação entre os valores que eu agrego a uma peça, afetivos, afetiva a essa peça, mas a valorização mercadológica dessa peça assim...porque muitas vezes a pessoa diz, ela olha pra uma peça e diz 'nossa que lindo, isso me remete a tal coisa, isso me remete'; e daí quando ela pergunta o valor daquela peça ela já não quer mais. Tem todo um valor emocional, tem todo um valor afetivo, mas às vezes o valor comercial, mercadológico dessa peça, ele, ela não bate com, com esse, com essa, esse outro tipo de valor que, que o usuário dá, né, assim. O que que, qual que, o que que tu pensa sobre isso, em relação...

Elizandro: É cara, eu, esses dias eu fiz uma live e essa pergunta apareceu. Não essa pergunta, mas a pergunta era o seguinte: você acha que o *design* é um luxo? Eu falei não cara,

o que é, o que é, porque que o *design* é tão caro, o *design* assinado, por que que o *design* é caro? Eu falei 'não, o *design* não é caro, o que é caro é a mão de obra, é o meio de produção. É isso que é caro'. Porque se você para pra pensar cara, você tá sentado no *design* da hora que você acorda a hora que você vai dormir. Tudo que você usa foi projetado por alguém, então o *design* tá presente na sua vida, ele é acessível até certo ponto. Só que pra determinados produtos e objetos que tem outro tipo de valor e outro tipo de técnica de produção por trás, esse valor muda completamente. Por quê? A gente tá muito acostumado, é, são, pra ti dar uma referência no mundo da moda. Tipo, como é que funciona o mundo da moda, eu trabalhei com o produto, eu trabalhava com o produto, né, ah, classe A e B. Trabalhava numa rede de lojas e a gente recebia os *looks* e tendências com aquilo que iria ser tendência naquela própria estação. Dali tipo a quatro (4) mês, três (3) meses, mais ou menos a gente já se antecipava, produzia pra vender dali a três (3) meses, já com as informações da estação que vinha com as cores e tal. Aí se pergunta, como é que funciona esse processo? Mas ou menos assim óh. Lá na França, em determinado período do ano tem um desfile de moda de um grande estilista, um [? – nome de estilista] da vida, um [? – nome da estilista] quando tava viva, [? nome estilista] que tá vivo ainda [incompreensível 30min11seg - nome estilista] já morreu, mas enfim. Se um grande estilista vai lá e faz um desfile de moda e ele naquele desfile, com todas aquelas loucuras que você vê na passarela, algumas coisas ali são pinçadas. Óbvio, muita coisa ali é vendido diretamente, muita coisa é só inspiração. Mas dessa inspiração, as pessoas que trabalham com moda, e com tendências, elas chegam à seguinte informação. O cara coloca numa passarela um monte de modelo vestindo azul, verde, azul [?], azul, todo tipo de azul. E aí o pessoal, e aí quem trabalha com tendência entende que aquele azul vai ser tendência da estação, que vai ditar a moda para a próxima estação. Que aquele cara definiu, que é o cara que cria, que aquela vai ser a cor da estação, que é a cor que ele criou e isso vai sendo filtrado por um mercado menor. Aí depois que sai aquela informação de que isso vai ser tendência, o que que acontece, os grandes, as grandes marcas de moda, o próprio, esse próprio estilista que com a marca, né, que faz tanto a roupa de passarela como faz a roupa que vai para o consumidor final, que tá na arara [incompreensível 31min17seg], essa informação vai pra nova paleta de cores da próxima coleção, tá. Na sequência, todo mundo que curte moda, todo mundo que segue celebridades, gente muito rica nas redes sociais, vai ver elas usando essas cores, essas roupas, esses detalhes. O que que vai acontecer? Os grandes magazines vão lá, que já tiveram, que já, os que tem muito dinheiro, eles tem acesso a essa informação na primeira (1ª) fila...

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: Entrou no desfile de moda em Paris, tudo bem que lá tem a primeira (1ª) fila pra galera que é *hypada*, tal, mas e lá atrás cara? É gente que trabalha com produto pra todo tipo de marca no mundo, entendeu...

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: Que vai copiar ali pra copiar tendência, cores, acabamentos. Ai, tal estilista usou um monte de babado, um monte de coisa com estampa de animal *print*, é tendência. Aquilo vai virar tendência. Então isso vai sendo filtrado até chegar numa versão barata, bem barata, tá. Quando a gente começou, a gente tava falando de uma roupa de passarela que custava oitenta mil dólares (80.000,00), sei lá, quatrocentos mil dólares (400.000,00), um vestido daquele estilista. Só que isso vai sendo filtrado, essa informação, até chegar lá na ponta e uma grande fábrica como a C&A transformar num produto que vai valer quarenta e nove reais (49,00) na arara, entendeu. E eu acho que no mercado em *design* acontece a mesma coisa. Quem trabalha ainda com o feito a mão, o *handmade*, é mais caro. A madeira é uma matéria prima que custa muito caro. O metro cúbico de qualquer madeira média custa mais ou menos quinze mil reais (15.000,00) [incompreensível 32min51seg] custa vinte (20), entendeu. É muito caro a madeira, a matéria prima. Sem falar que, todo o trabalho pra você aparelha a madeira e utilizar, o tempo que você leve, o meu trabalho, falando do meu trabalho, ele é artesanal. Você chegar aqui, vai ver que tem um monte de máquina. As máquinas só entram pra aparelhar a madeira, deixa ela lisa e a gente pode cortar as coisas e poder começa a trabalha. Mas todo mundo individualmente aqui é um artesão. Às vezes uma pessoa que pega uma peça de um começo e vai até o fim com ela. Isso encare porque é mão de obra que cê tem que especializa, é curso que é mais alta, a matéria prima é mais alto. Todos os insumos são mais caros, entendeu. Isso torna o produto realmente mais caro quando você trabalha, quando você é um produtor pequeno e individual como eu.

Entrevistador: Certo.

Elizandro: Entendeu? Então aqui, o que que acontece. Algum momento, talvez um ou outra coisa aqui um dia eu fiz, quem sabe, vai ser copiado por uma outra empresa que trabalha com o mercado mais popular e aquilo vai se tornar popular. E aquele *design* meu que era inacessível, vai ficar inacessível pra todo mundo.

Entrevistador: Entendi.

Elizandro: E ele vai sendo filtrado. É assim que vai acontecer, entendeu? Enquanto isso não acontece, a minha estratégia como, como *designer* é: a meu, acho que eu consigo fazer uma peça mais barata, né, pra pessoa que curte o meu trabalho. Eu tenho peças no meu site que vão de oitenta reais (80,00), cem (100) reais a catorze mil reais (14.000,00), você escolhe. É, é um espectro gigante e você pode escolher, mas [incompreensível 34min16seg], que eu acho que o *design* é uma coisa que tem que ser para todos. Eu acho muito, e isso talvez seja uma coisa que eu não gosto muito desse universo do *design*.

Entrevistador: Certo, entendi.

Elizandro: Não sei se eu te respondi porque eu fiquei divagando aqui.

Entrevistador: Me respondeu sim. E quando tu pensa assim, claro, já faz tempo que tu tá em São Paulo e tudo mais, ãh, tu consegue vê uma grande diferença assim, mercadológica na tua terra natal, né, em relação a São Paulo também? E eu queria entender se isso afeta, se isso afetou de alguma maneira a tua sensibilidade, a tua criatividade enquanto tu faz as peças. E junto a isso, se quando tu tá finalizando algum processo, ãh, tu imagina, tu tá finalizando teu processo criativo, enfim, tu imagina algum tipo de forma ou de material que ele possa ter uma aceitação maior em determinado local? Se tu chega a pensar nisso ou não, se só flui mesmo, ãh, em relação a tua criação, o que tu que vê é a produção, o produto final ali.

Elizandro: Não, eu acho que, acho que a pergunta que você quer fazer é tipo se eu, eu sofro influência de alguma, de algum tipo de critério mercadológico...pra produzir.

Entrevistador: Isso.

Elizandro: É, eu acho que sim. De alguma forma, embora eu seja bastante autoral e eu uso como princípio sempre fazer aquilo que eu acho legal, que eu queria, eu acho que, e assim, ali eu falando como empresário, e aí que eu acho, nesse momento é que esse tipo de informação se torna fundamental na minha tomada de decisão, sobre o que fazer e o que não fazer, acho que aí sim eu também levo em consideração. Algumas coisas, entendeu. Tipo se aquele produto,

ele passa imagem legal, se ele tem uma imagem interessante, se ele transmite uma ideia legal ou se...eu entendo o que você quer dizer, eu entendo, eu levo em consideração isso também. Mas eu confesso que isso não é o meu peso maior. Meu peso maior...

Entrevistador: Certo.

Elizandro: É fazer aquilo que eu acho que é legal, que eu acho que é bacana, que eu teria, eu curto. E o resto assim, eu tento entender mais ou menos porque querendo ou não, eu já sei mais ou menos o que que as pessoas que, que, o público que me segue e que consome, que compra as coisas que eu faço, eu sei mais ou menos como é que a mentalidade deles e como é que é o *lifestyle* deles. Então eu também levo em consideração isso, que aquela peça vai se enquadrar naquilo. Eu se é uma coisa só minha. E às vezes cara, quando é uma coisa só minha, sabe o que eu faço? Eu faço só pra mim.

Entrevistador: [risos].

Elizandro: Muita peça que eu fotografo e que eu nunca coloquei no meu site pra vender. Eu fiz só pra mim. Porque aquilo tem sentido pra mim.

Entrevistador: Bacana. Eu já tô, faltam só mais duas perguntas (2), daí já vo te libera. Mas assim, tem algumas peças que, ãh, como eu te falei, vi alguns vídeos teus e tudo mais também pra me, pra adentra tua história que, que até leva o nome das tuas tias, né. Por exemplo.

Elizandro: Ai, eu tenho uma relação muito boa. Eu falei disso outro dia aqui. Hoje mesmo eu falei da minha família. A gente é muito assim, a gente é muito fruto daquele bolo em que a gente foi criado, né. Eu sou muito fruto.

Entrevistador: Então, olha só, essa é a pergunta que eu queria, que eu quero encaixar, tu já tá me respondendo. Como que os saberes e os fazeres familiares, eles influenciaram no teu processo? E por exemplo assim, se tu pode compartilha algum, né, porque às vezes dentro desse processo, é, o teu fazer hoje com, com madeira, tua produção é essa, mas, teve alguma tia que tinha algum fazer especial, que aquilo, a maneira como ela fazia, o saber dela naquilo te influenciou também diretamente? Como tu pode comentar sobre isso.

Elizandro: Eu não tenho aquele *storytelling* bacana pra contar do tipo, olha, o meu pai era marceneiro, aprendeu com meu avô que também era marceneiro e...

Entrevistador: [risos] Sim.

Elizandro: Não. Minha família tem gente que não bate um prego numa barra de sabão.

Entrevistador: [risos].

Elizandro: Eles fazem nada. É, mas na verdade cara, a influência das minhas tias, a inspiração que vem delas, da minha família, vem muito mais na questão afetiva e de como eu, eu fui, eu fui criando coisas que pareciam que eram acessórias. Se eu parar pra pensar, dentro dessa questão afetiva. Nenhuma das minhas tias, óbvio, sabia nada de madeira, nada sobre, nada dessas coisas, o que eu faço. Mas as minhas tias cozinhavam bem, mas a minha tia faz um bolo que todo mundo adorava e a gente ia pra casa dela comer o bolo que ela fazia. E o bolo precisava de um lugar pra servir. Então quando eu fui dar o nome pra algumas peças, eu lembrei, eu tinha essa referência, entendeu. E meu motivo de ter feito era, porque 'poxa, você faz um bolo maravilhoso, ah, merece um lugar legal pra você poder colocar ele'. Então eu acho que essa relação familiar, afetiva e tal, eu acho que, e querendo ou não, tudo o que a gente faz, o que a gente produz, humanamente falando, é meio que resultado de tudo, da bagagem que a gente adquiriu. A gente é a soma das nossas experiências, das nossas vivências e querendo ou não, de alguma forma isso tá filtrado dentro, tá traduzido dentro do meu trabalho. Porque essas referências estão lá, entende? Então assim, é muito, muito natural você vê de vez em quando eu cria uma peça onde o cenário é completamente o agreste, entendeu, é o artesanato local, é as coisas que recordo da minha terra, é a palha, entendeu. Porque são coisas que as pessoas consideram de menor valor, entendeu, sabe. Materiais até de menor valor, mas que eu acho que no contraste com a madeira que é tão inclusiva, né, que é um material que se dá bem com todos os outros materiais, né, ele, ele fica bonito. Então acho que eles têm um diálogo, porque tudo o que parte de uma fibra natural, como a palha, a madeira, querendo ou não, cria um certo diálogo, né. Então, eles têm uma relação ali e fica bonito. Enfim, eu trago muito mais as referências pro meu trabalho, em relação ao porquê de eu criar certas peças.

Entrevistador: Entendi.

Elizandro: A motivação era essa, entendeu.

Entrevistador: Ótimo. E por último Elizandro e não menos importante, claro, assim, é, o entendimento, de que maneira que, que tu ãh, associa o teu trabalho artesanal e o *design* como função social também? Tu consegue, é, ter essa associação, de que maneira tu associa isso dentro do teu...

Elizandro: Eu vou parecer bem decepcionante nessa resposta, bem simplista, tá bom? Mas a minha resposta é a seguinte. Quando eu comecei, eu comecei isso aqui sozinho. Eu trabalhava o dia todo dentro da Oficina, eu te falei, né, eu já tava falindo. Eu trabalhava durante quatro (4) anos eu trabalho sozinho dentro da Oficina. Eu acordava, ia pra Oficina, produzia, produzia, produzia, produzia, produzia, parava almoçava e produzia, produzia, produzia e ia por torno, produzia, produzia, chegava a noite exausto. *Puff*, tomava um banho, trocava de roupa, jantava, pegava peças, peças que eu produzi durante o dia, colocava lá na minha casa, no cenário que eu improvisei, fotografava e postava, lindamente lá no instagram. E alguém se interessava e comprava. E aí isso fez, isso foi meu caixa durante...

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: No meu processo de vida, foi isso daí. Nesse momento eu trabalhava sozinho, tá. Quando as pessoas começaram a vir trabalhar comigo, comecei a capacitar pessoas e a compartilhar os saberes que eu tinha pra produzir aquelas peças. É, pra cê ter uma ideia do que eu faço numa perspectiva social no seguinte sentido: vi que eu tinha pessoas que trabalhavam pra mim, eu dependia dessas pessoas, eu dependo dessas pessoas, entendeu. Eu dependo, por ser um artesão, querendo ou não, no momento em que eles estão, determinam muito a qualidade do que eles tão fazendo com as mãos, entendeu. Então, se eu quiser produzir de maneira, é, que eu acho que o que eu faço possa traduzir não somente um conceito de *design* interessante, mas também o *lifestyle* de escolha de vida né, que eu fiz. Eu tenho que, de alguma forma, compartilhar com essas pessoas o que eu tô fazendo aqui, o que eu tô ganhando, de alguma forma. Então, como é que eu vi isso. Eu comecei pela consciência empresarial diferente. Eu comecei a perceber que eu precisava fazer com que essas pessoas participassem de tudo, a gente trabalha de uma maneira bastante colaborativa todo mundo aqui. É, eu [incompreensível 43min08seg] e dei benefícios que tavam acima do que era permitido, do que era geralmente

dado nos lugares que eles costumavam trabalhar, né, porque muita gente vem de marcenaria, que é um trampo, você sabe, não é um trabalho leve.

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: E aqui a gente mudou um pouco essa perspectiva, entendeu. E aí outros benefícios foram englobados, a gente paga pro funcionário uma participação a cada seis (6) meses, pra eles também terem participação do que a gente faz aqui. A gente é inclusivo no sentido de fazer essa distribuição no núcleo dentro da empresa e eu acho, cara, que o papel social talvez vem disso. Porque querendo ou não eu tenho hoje vinte (20) pessoas que dependem de mim, dependem do meu trabalho, do meu esforço, depende do que eu faço pra que as coisas funcionem, depende que eu acorde todo dia, faça uma foto e faça a peça vender. Porque todo mundo que trabalha aqui, não tem um, e assim, tem marcenaria [incompreensível 44min04seg] em fábrica, mas assim, quem trabalha em fábrica, já tinha fábrica minha mesmo, confecção. A rotatividade é altíssima. É altíssima.

Entrevistador: Sim.

Elizandro: Por quê? Baixo salário, onde a pessoa prefere ficar em casa ganhando seguro desemprego do que ir trabalhar pra ganhar o mesmo salário.

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: Entendeu. Então é muito alta a rotatividade. E na minha empresa eu não tenho rotatividade. As pessoas que trabalham comigo estão comigo há anos. Porque eu comecei a entender que essas pessoas, de alguma forma, elas são, é, ãh, fundamentais pra aquilo que eu faço. Então eu preciso desenvolver uma relação muito saudável, muito sustentável com elas, entendeu? Eu tinha que devolver pra elas da melhor forma possível tudo aquilo que elas também me dão. E do ponto de vista social eu tenho tido essa consciência, de que eu precisava, ãh, do que eu preciso fazer com que as pessoas que trabalham comigo participem daquilo que a gente faz aqui. Então tudo o que é feito, tudo que é decisão que é tomado no que diz respeito ao, a vida de cada um aqui, a convivência de cada um, o que vai acontecer aqui dentro é feito coletivamente. Eu não gosto de impor as coisas, eu gosto, as pessoas têm que trabalhar, cumpre esse horário, faz tudo da melhor maneira possível...

Entrevistador: Ah, tu, (tua imagem) travou um pouquinho mas já voltou.

Elizandro: Tá me vendo? Tá. Porque muitas das leis trabalhistas foram escritas...voltou? E acho que muitas leis trabalhistas foram escritas por homens brancos que tinham dinheiro, entendeu, que não tavam dispostos...

Entrevistador: Uhum.

Elizandro: A dar tanto assim pra quem trabalhava pra eles. Então eu acho que tá um pouco nesse sentido essas nossas leis trabalhistas. Não que eu acho que elas sejam [incompreensível 45min57seg] porque que empresário sabe, você já [incompreensível 46min02seg] de carteira assinada com o seu CNPJ. Se sabe a dificuldade que é de ter [incompreensível 46min05-06] com isso. É, mas eu acho que dá pra se dar mais do que a lei determina. Então você tem que fazer.

Entrevistador: Ótimo.

Elizandro: Entendeu. E assim cara, a minha ideia é o seguinte, óh. Eu, é óbvio que eu procuro, me preocupo com questões globais, mas eu parto dos seguinte princípio, se todo mundo, todo mundo, todo mundo fizesse o seguinte: determinar se você vai melhorar a vida só de dez (10) pessoas ao seu redor. Só de dez (10), não precisa ser do mundo inteiro, só de dez (10). Se todo mundo tivesse essa consciência, muito problemas de ordem social tariam resolvido.

Entrevistador: Sim.

Elizandro: Então, se você quer que a coisa melhore, é, você não precisa pensar de maneira global, você pode fazer aqui dentro do seu pequeno espaço, entendeu, do seu pequeno cercadinho ali, as coisas funcionarem de uma maneira melhor do que elas funcionam lá fora. Talvez é um princípio. Por isso que te falei, é uma resposta simplista, entendeu, pra uma pergunta, maior do que talvez a resposta.

Entrevistador: Não, imagina. E, hoje vocês são quantos aí? Tu tem quantas pessoas trabalhando contigo?

Elizandro: Vinte e uma (21).

Entrevistador: Nossa, é bastante, vinte e uma (21) pessoas.

Elizandro: Mas é muito engraçado porque a maior parte das pessoas fica no, no manuseio, na acabamento.

Entrevistador: Sim.

Elizandro: Porque se vier, você vai ver. A peça, muita peça, às vezes, ela fica na mão do mesmo artesão do começo ao fim, dependendo da peça, tá. E outras peças a gente consegue fracionar o trabalho, olha você faz até aqui e aí a outra pessoa que vai fazer esse outro pedaço aqui, ela já sabe fazer super bem aquele pedaço. Ela sabe fazer bem feito, ela continua daqui. Claro, tem o pessoal de logística também, tem o pessoal do escritório que é funda...Hoje em dia meu filho, se você vende pela internet, tem empresa, nota fiscal, a questão tributária, se não tá em cima, não dá. Quando eu comecei eu fazia tudo sozinho, era uma dor de cabeça cara, eu não conseguia...assim, tudo eu chamei a Kátia (funcionária) aqui que é a gerente aqui da fábrica pra trabalhar comigo, é porque eu já conhecia ela a muitos anos. Eu falava óh Kátia, se você não vier me ajudar, eu vou morrer na praia porque eu não sou uma pessoa capaz de criar, produzir, fotografar, publicar, escrever e...

Entrevistador: Tudo, né.

Elizandro: Cuidar das questões burocráticas, contábeis que é um negócio terrível.

Entrevistador: Sim.

Elizandro: Eu não ia ter condições de fazer o que eu faço. Aí hoje, com a estrutura que eu tenho hoje, eu posso me dedicar muito mais a uma coisa que eu adoro que é a criação. Não que eu tenha abandonado o fazer manual porque eu continuo fazendo umas peças eu mesmo, se são algumas peças eu posso montar e, mas eu distribuí isso dentro da fábrica. A maior parte

das peças que a gente faz. Porque tem muita peça que é pequena, né, que são peças mais de torno, agora quando vem uma peça grande, mobiliária, uma peça especial, aí sim que tem que entrar pra poder fazer porque é uma coisa nova.

Entrevistador: Elizandro, muito obrigado pelo teu tempo, muito obrigado mesmo, é um prazer tá conversando contigo assim, né. Desde que eu comecei a acompanhar teu trabalho, sempre, nossa, lembro de. Eu não vou me lembrar a primeira (1ª) coisa que eu vi tua, só lembro que na hora eu já fui lá segui no instagram e tudo, bom, se tu tivesse tempo pra olha, quase todas as coisas que tem lá eu comento, qualquer coisa. Ou um ‘coração’ (uma curtida) ou dizendo que tá lindo...

Elizandro: E rapaz, eu vou te falar que eu não tenho, eu não tenho, eu, eu tenho uma relação muito curiosa com as redes sociais. Eu, eu não sou uma pessoa muito instagramável na minha vida pessoal. Eu tenho um instagram pessoal porque o Guilherme (funcionário) fez pra mim, me obrigou a ter porque ele queria que o, os meus amigos, quando quiséssem me encontrar, eu fosse falar com um amigo lá no instagram da empresa...

Entrevistador: Sim, sim, entendi.

Elizandro: [incompreensível 49min46-47seg] só vai atender depois. Que às vezes eu não posso atender, a Alana (funcionária) vai lá, pega o celular, responde gente pra mim, entendeu.

Entrevistador: Sim.

Elizandro: E aí pra não fazer uma coisa meio chata, né, cliente, amigo e tal, aí eu fiz um instagram pessoal que eu não abasteço nada praticamente. Acho que tem dez (10) postagens lá. Ou seja, eu sou a pessoa menos “instagramável” na minha vida pessoal que cê pode imaginar. Mas eu acho que se tem alguma coisa que eu posso mostrar na minha vida, que eu posso mostrar com orgulho é o meu trabalho. E aí eu me dedico, dedico mais tempo a isso, a produzir, fazer conteúdo. Eu adoro! Eu mesmo escrevo os texto, eu mesmo faço as fotos, é uma coisa que eu ainda não consegui e acho que eu não vou conseguir manda outra pessoa fazer.

Entrevistador: Não, e os teus vídeos são muito legais também, né. Isso não era uma pauta da, da, das, do que eu tinha pra te perguntar, mas a parte dos vídeos ali também, tu mete o bedelho, tu que meio que já dirige pra te sair ali conforme tu, a tua fala...

Elizandro: Alguns vídeos a gente, são feitos de maneira muito, se você um dia vier aqui você vai ver. Tudo é feito de maneira muito doméstica.

Entrevistador: Sim.

Elizandro: Muito, é muito [incompreensível 50min53seg]. É rende [incompreensível 50min53-54seg].

Entrevistador: Sim.

Elizandro: É muito, é tudo feito aqui, eu não tenho câmera fotográfica, eu uso celular pra fazer foto, é, embora eu já tenha fotografado bastante e tal, mas não é uma coisa que pra mim hoje funciona. O celular, a gente faz as fotos aqui mesmo, a gente produziu um estúdio aqui dentro, ou seja, não, é, a gente, nesse sentido, a comunicação é feita em casa. Porque, querendo ou não, eu não conseguiria traduzir pra alguém, fazer alguém ter a relação que eu tenho com aquilo que eu tô produzindo.

Entrevistador: Sim.

Elizandro: E isso é difícil a pessoa escrever de uma maneira verdadeira sobre aquilo.

Entrevistador: Sim, sim. Mas, é, eu acho que o legal do vídeo é que ele, ele vai contar a história, né. Apesar de que, como tu falou, ah, eu não sou tanto desse mundo do instagram e tal, o grande, a grande questão é que tudo tem que ser num formato muito rápido pras pessoas, ãh, poderem ver aquilo ali, assimilar aquilo ali, né, porque, tu olha um vídeo 'pah...

Elizandro: Cara...

Entrevistador: O cara lançou um vídeo de dez (10) minuto, ninguém assiste. Mas pode ter uma produção, pode ter isso ou aquilo, as pessoas não tem mais essa sensibilidade de tipo

ouvi, né, para e, e prestar atenção. Então tudo tem que ser muito, muito cortado, né, muito direcionado, muito rápido, né.

Elizandro: Cara, eu aprendi a lidar com as redes sociais, assim tipo na prática e na marra, eu não, não tenho muito propósito, eu não tenho aquele conhecimento técnico, teórico, sabe assim, das redes sociais que a galera que trabalha em agência com, com tráfego, essas coisas não tenho. É, eu acho que, eu faço tudo muito de maneira intuitiva, né. E eu vou aprendendo o que que dá certo, o que que não dá certo, o que que foi legal o que que não foi legal e é assim.

Entrevistador: E assim vai indo.

Elizandro: E foi exatamente desse jeito, foi tipo tateando ali, tipo aos poucos, e vendo o que que era legal, o que que funcionava, o que que não funcionava e eu fui aprendendo. Olha, acho que se eu fizer com tantos minutos fica melhor, as pessoas vão entender mais ou se falar desse jeito, às vezes eu faço uma peça e eu não consigo traduzi bem no texto. O que que eu quero dizer com o que ela é. Mas se eu faço um vídeo e falo do conceito que tá por trás da peça, a pessoa entende.

Entrevistador: Sim.

Elizandro: Entendeu. Porque era mais fácil falar do que eu escrever. Mas ainda é prática, você vai aprendendo na prática, cara, quebrando a cara um monte de vezes.

Entrevistador: É, imagino [risos]. Elizandro, então tá. Muito obrigado, obrigado mesmo.

Elizandro: Muito obrigado eu, fico à disposição, tá bom.

Entrevistador: Parabéns pelo teu trabalho...

Elizandro: Brigado eu, tchau, tchau.

Entrevistador: Tchau.”

APÊNDICE B - Imagens das fichas utilizadas na Oficina “Saberes e Fazeres: um olhar sobre a Educação Patrimonial” em tamanho maior, para melhor visualização

Terminar

Entrevista 11/12/21

OFICINA SABERES E FAZERES
ENTREVISTA

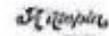
Eu adoro bolo de fubá

- Entrevistar uma pessoa que saiba cozinhar (pode ser seus pais) e obter uma receita prática de "bolo de milho".

Nome do entrevistado (a):	Carolina
Receita do bolo de milho, incluindo ingredientes e modo de preparo.	<p>1 xícara de farinha de trigo</p> <p>3/4 xícara de farinha de milho</p> <p>1 ovo</p> <p>1 xícara de leite</p> <p>1 xícara de açúcar</p> <p>1 colher de fermento</p> <p>1/2 xícara de azeite</p> <p>beater tudo junto e assar</p>
A receita foi ensinada por alguém? Quem?	a avó Maria
A receita foi ensinada para alguém? Quem?	Eu e a mamãe

~~Lucca~~ Lucca Sr

OFICINA SABERES E FAZERES



ENTREVISTA

- Entrevistar uma pessoa que saiba cozinhar (pode ser seus pais, avós, tios, amigos) e conte uma receita prática de "bolo de milho".

Nome do entrevistado (a):	Adile
Receita do bolo de milho, incluindo ingredientes e modo de preparo.	<p>Bolo de Milho.</p> <p>1 lata de milho, 3 ovos, 1 lata de açúcar, 1 lata de leite, 1 lata de polvilho, 1/2 lata de óleo e 1 colher de fermento.</p> <p>Coloque todos os ingredientes no liquidificador e bata tudo. Coloque no forno por 40 minutos a 180° graus.</p>
A receita foi ensinada por alguém? Quem?	Minha avó que ensinou para mim e para
A receita foi ensinada para alguém? Quem?	Para os filhos da minha avó

OFICINA SABERES E FAZERES



ENTREVISTA

- Entrevistar uma pessoa que saiba cozinhar (pode ser seus pais, avós, tios, amigos) e conte uma receita prática de "bolo de milho"

Nome do entrevistado (a)	
Receita do bolo de milho, incluindo ingredientes e modo de preparo	NINGUÉM SABE FAZER!
A receita foi ensinada <u>por</u> alguém? Quem?	
A receita foi ensinada <u>para</u> alguém? Quem?	

Sofia Gripp 5°C

OFICINA SABERES E FAZERES



ENTREVISTA

- Entrevistar uma pessoa que saiba cozinhar (pode ser seus pais, avós, tios, amigos) e conte uma receita prática de "bolo de milho".

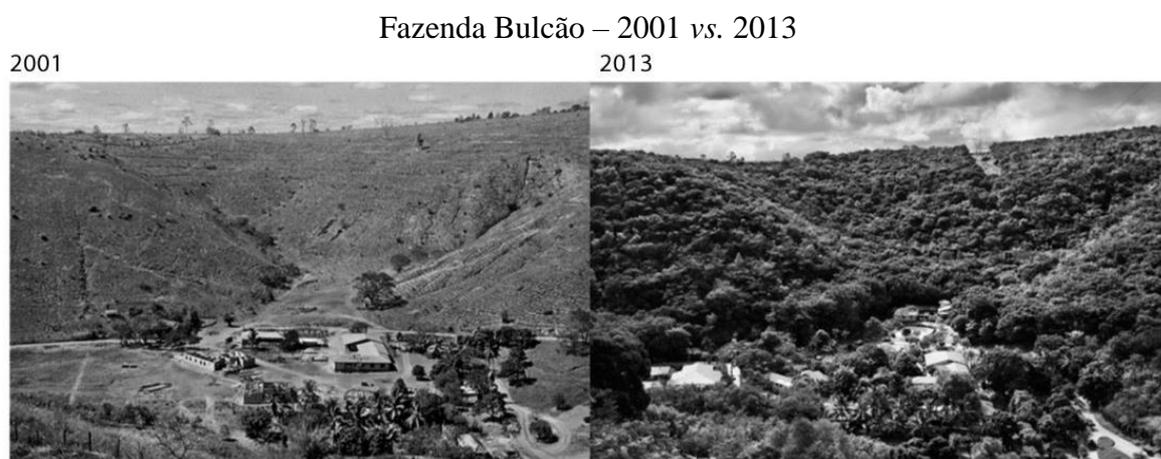
Nome do entrevistado (a):	Virgínia Lorrer
Receita do bolo de milho, incluindo ingredientes e modo de preparo.	<p>Ingredientes: uma lata de milho verde, uma lata de óleo, uma lata de açúcar, uma lata de fubá, quatro ovos, duas colheres de sopa de farinha de trigo, uma colher de chá de fermento em pó.</p> <p>Modo de preparo: em um liquidificador adicione o milho verde, o óleo, o açúcar, o fubá, os ovos, e a farinha de trigo, depois bata até obter uma consistência cremosa. Junte o fermento e asse por 40 minutos.</p>
A receita foi ensinada <u>por</u> alguém? Quem?	Não. A receita veio da internet.
A receita foi ensinada <u>para</u> alguém? Quem?	Não.

ANEXOS

ANEXO A – SEBASTIÃO SALGADO – DESCRIÇÃO E IMAGENS DO PROJETO DE REFLORESTAMENTO QUE SERVIU COMO INSPIRAÇÃO PARA INICIAR A PESQUISA

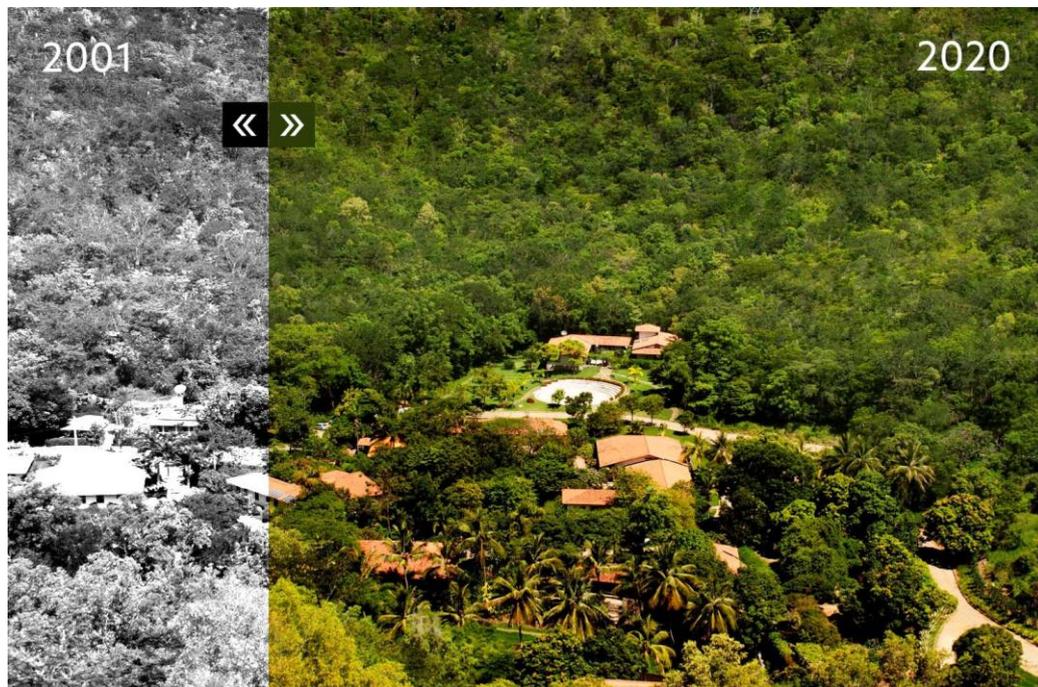
Sebastião Salgado, fotógrafo nascido em Aimorés/MG, e a sua esposa Lélia Salgado, natural de Vitória/ES, são os fundadores do Instituto Terra, uma iniciativa voltada a encontrar soluções para a degradação ambiental. Por conta da atuação do Instituto Terra, milhares de hectares de áreas degradadas de Mata Atlântica no médio Rio Doce e perto de 2 mil nascentes estão em processo de recuperação. A antiga fazenda de gado, antes completamente degradada, hoje abriga uma floresta com diversidade de espécies da flora de Mata Atlântica. A experiência começou em 1998 quando transformaram a área de uma antiga fazenda pertencente à família Salgado, em uma Reserva particular do Patrimônio Natural – RPPN Fazenda Bulcão: uma área completamente degradada com o compromisso de ser reflorestada.

Sebastião – que é dono de obras fotográficas, caso do livro “Gênesis, 2013”, projeto que inclusive dialoga com a preservação ao tratar de imagens da natureza quase intocada pela humanidade e de diferentes povos que ainda vivem como nos tempos primordiais (em uma relação de respeito com meio ambiente) – fala do Instituto Terra de uma maneira bastante esperançosa no documentário “O Sal da Terra”, de 2014, sobre a possibilidade de regeneração da Natureza conforme a experiência obtida em sua fazenda, onde reestruturou a fauna e a flora por meio do replantio de Mata Atlântica em solo degradado. Veja o antes e depois da Fazenda Bulcão nas imagens a seguir:



Fonte: <https://institutoterra.org/>

Fazenda Bulcão – 2001 vs. 2020



Fonte: <https://institutoterra.org/>

O Processo de Recuperação da área na Fazenda Bulcão



Fonte: <https://institutoterra.org/>

ANEXO B – GUSTAVO NEVES, CASA SUMÊ: EXPOSIÇÃO CASACOR SÃO PAULO EM 2019, DESCRIÇÃO E IMAGENS DO PROJETO QUE SERVIU COMO INSPIRAÇÃO PARA A PESQUISA

Para a criação da Casa Sumê, o arquiteto Gustavo Neves, natural de Jaú, interior de São Paulo, buscou inspiração nos pilares da sustentabilidade: social, econômico, ambiental e cultural. Optei por transcrever o texto escrito pela própria equipe do projeto Casa Sumê onde, de maneira simplificada, há a descrição do que representa esse projeto:

“A ancestralidade, a memória milenar inscrita no inconsciente dos povos, seus modos e costumes, tradições e conhecimentos, são características que se reproduzem na história e se manifestam fisicamente como sedimentos e rugosidades da cultura. Como guardiã e propositora dos meios de ser e estar do mundo em suas diversas configurações de espaço e tempo, a cultura permeia a experiência e a organiza. Este poder criativo fundamental, que preserva a identidade e a diversidade, dá forma à ação humana no mundo, refletindo seu desenvolvimento e liberdade e fazendo da cultura um dos pilares do desenvolvimento sustentável. Pensa-se, aqui, na cultura que emerge da sabedoria tradicional, do (re)conhecimento da diversidade, das tecnologias e do uso sustentável dos recursos, tornados possíveis pela potência criativa. O velho espírito de Sumé, Zumé ou Tumé Arandú, evocado no nome do espaço, um ser mitológico do povo tupi a quem se atribui a transmissão das primeiras técnicas de uso do fogo, de agricultura e de organização social àqueles que caminhavam sobre o planeta nos primeiros dias da humanidade, nos permite apreender a essencialidade da criatividade e da tecnologia – e, portanto, da cultura – para o desenvolvimento, em seu eixo econômico, social ou ambiental. A criatividade libertadora, prometeica, que otimiza os usos e propõe soluções, aliada à memória que permite resgatar e exaltar as experiências do vivido, torna-se um instrumento fundamental de transformação do mundo.” (CASA, 2022)

A seguir, algumas imagens da mostra:

Casa Sumê (área externa)



ANEXO C – IMAGENS DE PRODUTOS CRIADOS POR ELIZANDRO RABELO, “O DESIGNER ARTESÃO”

Itens para servir



TÁBUAS



PARA SERVIR



DECORE E CORTE

Vasos decorativos



CACHEPÔS



SECOS E MOLHADOS



LINHA SECOS

Utensílios



ESCUPTURAS DE MESA E PAREDE



GAMELAS



CASTIÇAIS

Móveis funcionais



BANQUETAS



CADEIRAS



CABIDEIROS DE CHÃO

Objetos decorativos



PRATOS



PÁSSAROS



SEIXOS

Fonte: O Designer Artesão, 2022 (odesignerartesao.com.br)