



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Tecnologia e Ciências

Escola Superior de Desenho Industrial

Elisa Nobrega Kuschnir

**“Tudo isso é inovação”: mediação e criatividade
no encontro entre o designer e as artesãs**

Rio de Janeiro

2015

Elisa Nobrega Kuschnir

**“Tudo isso é inovação”: mediação e criatividade
no encontro entre o designer e as artesãs**

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre, ao Programa
de Pós-graduação em Design, da Universidade
do Estado do Rio de Janeiro.

Orientador: Prof. Dr. João de Souza Leite

Coorientadora: Profa. Dra. Zoy Anastassakis

Rio de Janeiro

2015

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CTC/G

K97 Kuschnir, Elisa Nobrega

Tudo isso é inovação : mediação e criatividade no encontro entre o designer e as artesãs / Elisa Nobrega Kuschnir. - 2015.
118f. : il.

Orientador: João de Souza Leite.

Dissertação (Mestrado). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial.

1. Design - Teses. 2. Artesanato - Teses. 3. Mediação - Teses. I. Leite, João de Souza. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Escola Superior de Desenho Industrial. III. Título.

CDU 7.05

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Elisa Nobrega Kuschnir

**“Tudo isso é inovação”: mediação e criatividade
no encontro entre o designer e as artesãs**

Dissertação apresentada, como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre, ao Programa
de Pós-graduação em Design, da Universidade do
Estado do Rio de Janeiro.

Aprovada em 18 de dezembro de 2015

Banca Examinadora:

Prof. Dr. João de Souza Leite (Orientador)
Escola Superior de Desenho Industrial da UERJ

Prof.^a Dra. Zoy Anastassakis (coorientadora)
Escola Superior de Desenho Industrial da UERJ

Prof. Dr. Washington Dias Lessa
Escola Superior de Desenho Industrial da UERJ

Prof. Dr. Luiz Fernando Dias Duarte
Museu Nacional, PPGAS/UFRJ

Rio de Janeiro

2015

DEDICATÓRIA

Para a querida Titi,
que me ensinou a ver com as mãos

AGRADECIMENTOS

Durante a realização deste trabalho contei com o apoio de professores, colegas, parentes e amigos que muito contribuíram para a construção dessa pesquisa.

Primeiro, agradeço ao meu orientador João de Souza Leite pela acolhida e por ter “topado” o projeto da dissertação. Agradeço pelo acompanhamento cuidadoso e pelo incentivo ao longo do mestrado. À Zoy Anastassakis, minha coorientadora, sou grata pela parceria, constantes trocas e pelas leituras atentas.

Agradeço aos professores Luiz Fernando Dias Duarte, Washington Dias Lessa e Ligia Medeiros pela disponibilidade para participar da banca examinadora na qualificação e na defesa deste trabalho.

Sou grata aos professores do Programa de Pós Graduação da Esdi, em especial à Lucy Niemeyer, Marcos Martins e Bárbara Szaniecki pelos diversos questionamentos e contribuições em sala de aula. No Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social no Museu Nacional, agradeço à Marta Ciocari e à Indira Caballero pelas aulas inspiradoras e pela valorização da variedade de pensamento. Aos colegas de mestrado, agradeço pelo convívio e pelas discussões em sala de aula.

À Capes, agradeço pelo auxílio concedido por meio da bolsa de estudos.

À minha família, sou grata pela possibilidade de realização desta pesquisa: à minha mãe Adriana, sou grata pela parceria e pela revisão do trabalho, sem o seu incentivo, a concretização do trabalho não seria possível. À Celina, minha irmã, agradeço pela escuta e carinho ao longo de todo trabalho e ao meu pai, Daniel, agradeço por me ensinar a ver de forma distanciada aquilo que me é familiar.

Ao Eduardo, agradeço pela parceria de vida, pelo apoio e pelas palavras afetuosas em todos os momentos desde o início da pesquisa. A ele, sou grata pela inspiração, por me mostrar que um trabalho de mestrado tem seu tempo e sua devida importância no curso de uma carreira.

À minha tia, Karina, agradeço pela leitura, pelas conversas e pela caminhada. Aos meus avós Ayrton, Marlene e Vera e aos bisos Lucy, Ario, Lydia e Rudolf, sou grata pelo exemplo de força e determinação.

À minha madrinha Titi, agradeço pelos ensinamentos. Pelo bordado e pela costura, pelo trabalho fino com as mãos que servem de inspiração não só para o tema da pesquisa, mas para um modo de ver a vida.

Aos amigos Stefanie, Rodrigo e Luisa, agradeço por, mesmo que distantes do tema, reconhecerem as questões da nossa prática profissional como designers e por incentivarem a concretização e o fechamento deste trabalho.

Ao Atelienave, agradeço pela possibilidade de afastamento e retorno nos momentos necessários, fundamentais para o desenvolvimento deste estudo.

Agradeço em especial as artesãs da Cooperativa Lã Pura – D. Eva e D. Elsa, Gema, Tania, Sandra, Delma, Evanildes e Ivone. Às duas primeiras e às suas famílias pela acolhida em suas casas, e à todas elas pela relação de amizade construída e pela possibilidade de conhecer os seus mundos. Sou grata também às artesãs das outras cooperativas apoiadas pelo Talentos do Brasil, com quem tive contato na Festa da Uva em Caxias do Sul, pelas falas sobre o projeto.

Ao designer, Lars, agradeço a oportunidade de estar presente na oficina conduzida por ele e pelas conversas sinceras a respeito de seu trabalho.

À Monica, Ludimilla e Rossana, representantes do MDA, do Sebrae/TO e do Sebrae/RS, respectivamente, sou grata pela disponibilidade e pelas informações fornecidas a respeito dos papéis e das visões dessas instituições no projeto Talentos do Brasil.

Ao criar o primeiro objeto ele se cria como homem

Ricardo Gomes Lima

RESUMO

KUSCHNIR, E. N. **“Tudo isso é inovação”**: mediação e criatividade no encontro entre o designer e as artesãs. 2015. 118 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

O objetivo deste trabalho trata-se de explorar o papel do designer quando em relação à contextos de produção artesanal, partindo de pesquisa etnográfica realizada em uma oficina de design, conduzida por Lars Diederichsen, para as artesãs da Cooperativa Lã Pura. Inserida no programa Talentos do Brasil, do Ministério do Desenvolvimento Agrário, a oficina de design tem como propósito a geração de novos produtos para a cooperativa e configura-se como a visita de um designer ao grupo. As bases teóricas para a análise das relações entre o designer e artesãs estão amparadas no conceito de mediação (Velho, 2001; 2003). Ao relacionarem-se esses sujeitos negociam seus projetos, transitam entre diversos domínios e reconstróem as suas realidades e a si mesmos, criando e recriando as suas identidades como mulheres artesãs e como designer, contribuindo para a conceituação do que significa “ser mulher artesã” e “ser designer”. Ao mesmo tempo, a ideia de criatividade permeia todo o processo da oficina de design, tendo sido problematizada a partir de Ingold e Hallam (2007) que sugerem os conceitos de inovação e improvisação.

Palavras-chave: Design. Artesanato. Mediação.

ABSTRACT

KUSCHNIR, E. N. “**All of that is innovation**”: mediation and creativity in the meeting between the designer and the artisans. 2015. 118 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

The main goal of this research is to explore the role of the designer when in relation to artisanal production contexts, this work presents ethnographic research conducted in a design workshop, ran by Lars Diederichsen, for the artisans of the Cooperativa Lã Pura. Being part of the Talentos do Brasil program, from the Ministry of Agrarian Development, the design workshop aims to generate new products for the cooperative and is configured as a visit from a designer to the group. The theoretical bases for the analysis of the relationship between the designer and artisans are supported by the concept of mediation (Velho, 2001; 2003). When these subjects relate, they negotiate their projects, move between various fields and rebuild their reality and themselves, creating and recreating their identities as women artisans and as a designer, contributing to the conceptualization of what it means "to be a woman artisan" and "be a designer." At the same time, the idea of creativity permeates the whole process of the workshop, having been approached from the Ingold and Hallam (2007) suggestions of the concepts of innovation and improvisation.

Keywords: Design. Craftsmanship. Mediation.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIT	Associação Brasileira da Industria Têxtil
ArteSol	Artesanato Solidário
ASBRAER	Associação Brasileira das Empresas de Assistência Técnica e Extensão Rural
Cooperunica	Cooperativa Nacional Marca Única
DAP	Declaração de Aptidão ao Pronaf
Dgrav	Departamento Geração de Renda e Agregação de Valor
GTZ	Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit
LBA	Legião Brasileira de Assistência
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Industria e Comércio Exterior
MDS	Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome
Oscip	Organização da Sociedade Civil de Interesse Publico
PAB	Programa do Artesanato Brasileiro
PNDA	Porjeto Nacional de Desenvolvimento do Artesanato
PPGAS/MN	Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social – Museu Nacional
PRONAF	Projeto Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SAF	Secretaria da Agricultura Familiar
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Sebrae/RS	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Rio Grande do Sul
Sebrae/TO	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Tocantins
SECOMP	Secretaria de Competitividade e Gestão
SICAB	Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro
SMPE/PR	Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
Valuruguai	Cooperativa de Lãs do Vale do Uruguai

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	12
1	POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ARTESANATO E AS INTERVENÇÕES DE DESIGN	15
2	CONTEXTUALIZAÇÃO: PROJETOS INSTITUCIONAIS.....	26
2.1	Lã Pura	30
2.2	Talentos do Brasil.....	32
2.3	Instituto Meio.....	36
3	REALIZAÇÃO DA PESQUISA	39
3.1	Primeiro contato com a Cooperativa Lã Pura.....	41
3.2	Sobre ser designer e “levar jeito” para artesanato.....	43
4	MEDIAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE REALIDADES.....	48
4.1	Design, artesanato e mediação.....	55
4.2	Possíveis sentidos de artesanato e de design.....	59
5	PROJETOS EM NEGOCIAÇÃO.....	64
5.1	O encontro das artesãs com o designer.....	64
5.2	A dinâmica da oficina de design.....	75
5.3	Conflitos.....	78
5.4	Revisão da oficina.....	80
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	85
	REFERÊNCIAS.....	88
	ANEXOS.....	94
	Anexo 1-Edital da Concorrência N° 001/2014 do Sebrae/TO.....	94
	Anexo 2 - Desenhos do caderno de campo.....	116

INTRODUÇÃO

“Acho que todo designer deveria aprender um pouco, mas o Renato [Imbroisi] diz que não, que isso é coisa nossa”. A fala de D. Eva (artesã, diretora da Cooperativa Lã Pura) explicita um apartamento entre o trabalho do designer e o das artesãs. Ela pensa que o designer, aquele que *vem* para a oficina, deveria aprender um pouco das técnicas artesanais, “...porque aí quando [ele] for fazer um projeto, já sabe”. No entanto, o designer, representado por Renato Imbroisi na fala de D. Eva, se opõe, como se não coubesse à sua atividade projetual o ‘fazer de fato’. O que, então, caberia ao designer quando sua atuação está vinculada ao âmbito das políticas públicas para o artesanato?

Motivada a “ver de perto” as questões que permeiam o encontro entre designers e artesãs, iniciei uma pesquisa com a Cooperativa Lã Pura em uma situação de oficina de desenvolvimento de produtos conduzida pelo designer Lars Diederichsen. Tal oficina fazia parte das ações do projeto Talentos do Brasil e configurou-se como o contexto de observação a partir do qual me propus a investigar o papel do designer quando em relação com artesãs.

O projeto Talentos do Brasil é uma iniciativa do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), e posto em prática pelo Sistema Brasileiro de Apoio às Pequenas e Micro Empresas (Sebrae) com o apoio da Caixa Econômica Federal, da Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT), da Associação Brasileira das Empresas de Assistência Técnica e Extensão Rural (ASBRAER), do Ministério do Turismo e do Projeto de Cooperação Brasil e Alemanha (GTZ).

Situado no MDA¹ no âmbito da Secretaria da Agricultura Familiar (SAF) como um projeto do Departamento Geração de Renda e Agregação de Valor (Dgrav), o projeto tem como objetivo “gerar trabalho e renda para grupos organizados de artesãos de comunidades rurais, com foco na responsabilidade social, cultural econômica e ambiental” (TALENTOS DO BRASIL, [200-], p.5).

Na época do desenvolvimento desta pesquisa, o programa contemplava treze grupos produtivos, em nove estados brasileiros. No entanto, há registros de que até dezoito cooperativas, de doze estados distintos, já participaram do projeto, tendo este número abaixado para quinze em algum momento e reduzido na ocasião pesquisa.

¹ Na estrutura do MDA, o projeto localiza-se dentro do Departamento de Geração de Renda e Agregação de Valor (DGRAV), por meio das iniciativas de diversificação Econômica voltadas para o turismo e artesanato. De acordo com o site do Ministério (BRASIL, 2013), o estímulo ao artesanato se dá “com base na perspectiva da produção associada nas regiões turísticas, seja por meio de projetos específicos ou pelo Projeto Talentos do Brasil”. Este último é entendido como um projeto coletivo.

O Talentos do Brasil realiza, dentre outras ações, oficinas de geração de produtos (tais como a observada), nas quais os designers assumem um papel crucial. Nos discursos das representantes das instituições ligadas ao Talentos do Brasil, o designer possui a função de “dar consultoria especializada”², “dar ao grupo um acabamento de qualidade”³, “dar um ‘tchan’ no produto”⁴ e intervir no trabalho de grupos de artesãs que “não tinham ‘bom gosto’, ‘gosto estético’”⁵.

Muitos estudos já foram conduzidos a respeito das políticas públicas para o artesanato e as intervenções de designers nestes processos, sob diversos pontos de vista (cf. capítulo 1). Ver, por exemplo, os trabalhos de Adélia Borges (2011), Ethel Leon (2005), Ricardo Gomes Lima (2010, 2011), e Raquel Noronha (2011, 2012, 2015), além de Nestór Garcia Canclini (1983). Espera-se, portanto, com esta pesquisa dar continuidade ao debate acadêmico em torno destas relações a partir de uma determinada exploração empírica, a saber a observação da oficina de desenvolvimento de produtos para a Cooperativa Lã Pura.

Tendo formação em design, a fim de desnaturalizar a atividade com a qual estava habituada, propus-me a ver de perto, por meio de trabalho de campo, o anteriormente mencionado encontro entre designer e artesãs. Com esse propósito, recorri a um conjunto teórico específico que me auxiliasse no processo de distanciar-me da atuação de designer, encontrando na antropologia apoio para a discussão das questões observadas em campo.

Assim, partindo de um questionamento já explorado em trabalho anterior⁶, a respeito do “que os modos de vida e as práticas criativas dos habitantes do mundo podem fazer pela ideia de projeto, tal como formulada por aqueles que nela se julgam especializados, os designers?”, atualizo aqui a pergunta para “em que a atividade das artesãs vista em oficinas de design pode contribuir para a atuação do designer?”. Ao levar a sério a dimensão criativa das práticas desses que nós designers denominamos de ‘usuários’, é possível repensar, não apenas os artefatos que projetamos, mas, também, e principalmente, nosso modo de perceber e conceituar o lugar a partir do qual nos colocamos em meio às práticas sociais, à vida, enfim

² Informação verbal fornecida por Monica Batista de Souza, coordenadora do Talentos do Brasil no MDA, em Caxias do Sul em 22 de fevereiro de 2014.

³ Informação verbal fornecida por Ludimilla Rodrigues Matos, responsável técnica pela execução do Talentos do Brasil no Sebrae/TO, em Caxias do Sul em 22 de fevereiro de 2014.

⁴ Informação verbal fornecida por Monica Batista de Souza, coordenadora do Talentos do Brasil no MDA, em Caxias do Sul em 22 de fevereiro de 2014.

⁵ Informação verbal fornecida por Rossana Weiler, consultora de projetos do Sebrae/RS, em São Paulo, em 15 de agosto de 2014.

⁶ ANASTASSAKIS, Zoy.; KUSCHNIR, Elisa Nobrega. Trazendo o design de volta à vida: considerações antropológicamente informadas sobre as implicações sociais do design. In: LIMA, Guilherme de Cunha; MEDEIROS, Ligia. (Org.). Textos selecionados de design 4. 1ed. Rio de Janeiro: PPDESDI/UERJ, v. , p. 137-141, 2013

(ANASTASSAKIS; KUSCHNIR, 2013). Portanto, voltar-me para a situação específica do encontro entre designer e artesãs na Lã Pura permitiu repensar a atividade de design de forma geral, o seu estar no mundo. Na oficina, o designer precisa não só dar conta de cumprir o projeto do MDA e seus objetivos, como é confrontado com uma série de outras questões que surgem do convívio pessoal com as artesãs. Tal fato levanta um questionamento acerca de qual seria, então, o papel do designer, o “projetista”, o “criador de soluções”.

O conceito de mediação proposta por Velho (2001, 2003) serviu como base para o aprofundamento da teoria e para a análise das relações observadas entre designer, artesãs e representantes das instituições. Do mesmo modo, as noções de criatividade, inovação e improvisação sugeridos por Tim Ingold e Elizabeth Hallam (2007), também mostraram-se adequados para a discussão acerca do entendimento de determinados significados construídos ao longo da oficina.

O estudo aqui apresentado está organizado da seguinte forma: no primeiro capítulo há uma breve apresentação das políticas públicas para o artesanato e a relação do designer com este universo. No capítulo 2, serão descritos as instituições participantes na oficina de desenvolvimento de produtos observada (a Cooperativa Lã Pura e as artesãs integrantes, o projeto Talentos do Brasil e o Instituto Meio, do qual Lars Diederichsen faz parte), bem como seus projetos e objetivos no que tange o Talentos do Brasil. Em seguida, no capítulo 3, apresento as condições de realização da pesquisa de campo, as relações que mantive com os sujeitos envolvidos na pesquisa. O quarto capítulo é dedicado à discussão teórica relativa ao conceito de mediação, partindo da formulação de Velho (2001, 2003), base para as reflexões propostas no quinto capítulo, voltado para a situação da oficina de design em si.

1 POLITICAS PÚBLICAS PARA O ARTESANATO E AS INTERVENÇÕES DE DESIGN

Em *As culturas populares no capitalismo*, Canclini (1983) defende que se deve estudar o artesanato como um processo, e não como um resultado. Isto é, “como objetos inseridos em relações sociais e não objetos voltados para si mesmos” (CANCLINI, 1983, p. 53). Desse modo, Canclini propõe que tenhamos, em vez da visão que compreende o artesanato como uma coleção de objetos e a cultura popular como um conjunto de tradições, uma abordagem de que entenda a cultura como “um instrumento voltado para a compreensão, reprodução e transformação do sistema social” (CANCLINI, 1983, p. 12).

No Brasil, entretanto, os programas e ações voltados para a promoção da produção artesanal insistem na visão que compreende o artesanato como uma coleção de objetos, ou seja, produtos resultantes de um processo, e não um processo em si. Desde 2013, em âmbito nacional, estas ações são geridas pela Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República (SMPE/PR). Assim sendo, o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), responsável pela elaboração de políticas públicas em nível nacional, faz parte do Núcleo de Apoio ao Artesanato, compondo a estrutura da Secretaria de Competitividade e Gestão (SECOMP) da Secretaria citada anteriormente⁷. Contudo, a execução do PAB se dá não somente pela SMPE/PR, mas em parceria com outros órgãos dos governos federal, estaduais e municipais, e com entidades ligadas ao setor empresarial (como, por exemplo, o Sebrae).

O PAB situa o artesanato como um setor econômico de forte impacto para comunidades produtoras e “tem como foco de ação a preparação dos artesãos e das organizações representativas do setor para o mercado competitivo, promovendo a profissionalização e a comercialização dos produtos artesanais” (BRASIL, 2015). Sendo assim, as ações do PAB se voltam para o apoio a feiras e eventos para comercialização da produção artesanal e para a promoção de cursos de capacitação para artesãos e trabalhadores

⁷ De 1991, quando de sua criação, até 1995, o PAB foi administrado e constava dos recursos orçamentários do Ministério do Bem-Estar Social, sob a supervisão da Secretaria Nacional de Promoção Social (RAMOS, 2013, p. 49). Entre 1995 e 2013, o Programa do Artesanato Brasileiro fora coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, compondo a estrutura da Secretaria de Comércio e Serviços (BRASIL, 2012, p. 9). Com a instituição do PAB pelo decreto n° 91, de 21 de março de 1991 (BRASIL, 1991), revogaram-se os decretos n.º 80.098, de 8 de agosto de 1977 (BRASIL, 1977), referente à instituição do Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato (PNDA), e os arts. 1º, 2º, 3º, 5º e 8º do decreto n.º 83.290 de 13 de março de 1979 (BRASIL, 1979), relativo à classificação de produtos artesanais e à identificação profissional do artesão. Para mais informações sobre o PNDA, ver, por exemplo, o trabalho de Ramos (2013).

manuais. O PAB conta ainda com os seguintes instrumentos: o documento Base Conceitual do Artesanato Brasileiro (BRASIL, 2012), elaborado a fim de normatizar os “principais conceitos que norteiam o artesanato no sentido de instruir as ações e as políticas do setor” (BRASIL, 2015), e com o Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro – SICAB, cuja finalidade é possibilitar o cadastro único dos artesãos do Brasil, unificando determinadas informações em âmbito nacional, oferecendo uma base de dados ao PAB.

No documento *Base Conceitual do Artesanato Brasileiro* (2012), elaborado dentro do PAB, identifica-se o conceito de artesanato que é difundido no domínio das políticas públicas. Entende-se, neste contexto, que o artesanato:

Compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios (BRASIL, 2012, p. 12).

Ainda segundo o documento, seria um artesão definido como o:

[...] trabalhador que de forma individual exerce um ofício manual, transformando a matéria-prima bruta ou manufaturada em produto acabado. Tem o domínio técnico sobre materiais, ferramentas e processos de produção artesanal na sua especialidade, criando ou produzindo trabalhos que tenham dimensão cultural, utilizando técnica predominantemente manual, podendo contar com o auxílio de equipamentos, desde que não sejam automáticos ou duplicadores de peças (BRASIL, 2012, p. 11).

A definição torna-se ainda mais precisa quando o documento caracteriza aquele que não pode ser considerado artesão:

- I – Trabalha de forma industrial, com o predomínio da máquina e da divisão do trabalho, do trabalho assalariado e da produção em série industrial;
- II – Somente realiza um trabalho manual, sem transformação da matéria-prima e fundamentalmente sem desenho próprio, sem qualidade na produção e no acabamento;
- III – Realiza somente uma parte do processo da produção, desconhecendo o restante. (BRASIL, 2012, p. 11).

Como dito, o Governo Federal conta com o apoio de outros órgãos, públicos ou não, na execução dos programas que propõe. Atualmente, muitas das ações são executadas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). De acordo com Ramos (2013), o Sebrae inicia sua atuação voltada para o artesanato por meio do Programa Sebrae de Artesanato no final da década de 1990, desempenhando uma série de atividades “como parceiro dos programas políticos vigentes, atuando diretamente como agente executor nas respectivas coordenações estaduais do PAB” (RAMOS, 2013, p. 50).

Atualmente, as atividades do Sebrae no setor abraçam todas as etapas, “fornecendo a infraestrutura necessária, desde a criação do produto artesanal até sua comercialização no mercado” (RAMOS, 2013, p. 50).

O Sebrae (2010, p. 10), com o intuito de “contribuir de forma eficiente e eficaz na promoção do desenvolvimento sustentável”, elabora o *Termo de Referência: Atuação do Sistema Sebrae no Artesanato* (2010). O Termo (2010, p. 10) oferece uma “definição comum de conceitos, diretrizes, objetivos, metas e estabelecimento de uma estrutura organizacional, de eixos norteadores e de um sistema de gestão integrado”. De acordo com o documento, compreende-se o artesanato como “toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade” (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2010, p. 12) e o artesão como o sujeito que detém conhecimento técnico sobre os materiais, ferramentas e processos da sua especialidade de produção.

As definições apresentadas pelo PAB e pelo Sebrae do que seriam o *artesanato*, o *artesão* e o *não-artesão* parecem bastante claras. No entanto, podemos questionar diversos aspectos difíceis de serem mensurados objetivamente para atender a essas classificações. Como ressalta Ramos (2013, p. 45), é necessária “uma análise mais profunda do que vem a ser ‘qualidade na produção e no acabamento’ e a realização de uma parte da produção desconhecendo o restante do processo”. Esta análise, sugere a autora, poderia “fazer emergir a percepção de que muitos dos sujeitos que são considerados como artesãos na sociedade atual, há muito tempo, já deixaram de ser, diante das novas formas de organização da produção para um mercado [...] competitivo e com demandas globais padronizadas” (RAMOS, 2013, p. 45-46). Do mesmo modo, podemos questionar o que se entende individual ou coletivamente por “habilidade, destreza, qualidade e criatividade” e a limitação do papel do artesão àquele de conhecedor das técnicas, materiais e ferramentas.

Tendo em vista a finalidade do PAB de “coordenar e desenvolver atividades que visem valorizar o artesão, desenvolver o artesanato e a empresa artesanal” (BRASIL, 2012, p. 9) e o tipo de ações desenvolvidas pelo Programa⁸, o Sebrae (2010) apresenta como estratégia de atuação junto ao setor de produção artesanal uma abordagem fundada na intervenção de

⁸ De acordo com a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro (2012, p. 9), o PAB promove “ações voltadas para a geração de oportunidades de trabalho e renda, aproveitamento das vocações regionais, preservação das culturas locais, formação de uma mentalidade empreendedora e capacitação de artesãos para o mercado competitivo, promovendo a profissionalização e a comercialização dos produtos artesanais brasileiros”.

profissionais especializados junto às comunidades. O objetivo das intervenções vai desde a pesquisa de oferta e demanda de mercado até o desenvolvimento e melhoria de produtos em função destas demandas e o acesso a mercados por meio de ações de “agregação de valor”.

Destacaremos neste trabalho a atuação do Sebrae tendo em vista sua abrangência nacional e seu poder simbólico e econômico. A lógica das intervenções proposta pelo Sebrae tem início e fim no mercado, passando por uma sequência de atividades. O ciclo começa com a análise da demanda e da oferta de mercado e da concorrência. Em seguida, propõem-se as melhorias e o desenvolvimento de novos produtos e de processos. Posteriormente, recomenda-se a capacitação de artesãos, a agregação de valor e a promoção mercadológica e, por fim, a comercialização.

É possível identificar no *Termo de Referência* (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2010) em que momentos deste ciclo o Sebrae propõe que a intervenção seja feita por um designer. Explicitamente, o designer surge como um agente chave nas etapas de melhoria e desenvolvimento de novos produtos; melhoria e desenvolvimento de processos; promoção mercadológica e comercialização. De acordo com Cabral (2007, p.62), o Sebrae delegou aos designers as ações de “adequação da utilidade, forma e funcionalidade do produto, pesquisas de tendências de mercado, estabelecimento de linhas de produtos, geração de catálogo para apresentação dos produtos, criação de embalagem, marca, etiqueta, dentre outros”. Este tipo de atuação, por meio das chamadas “Oficinas de Inovação e Design”, segundo Cabral (2007, p. 62), “terminaram por delinear os discursos (de posição e oposição) e a forma da maioria das ações de design sobre o artesanato” devido à abrangência da atuação do Sebrae no território nacional.

Ainda sob o ponto de vista de Cabral (2007), foi a partir dos anos 1990 que se intensificaram as ações de intervenção no artesanato, reforçando a profissionalização e a especialização do setor. É neste contexto em que teria surgido “um novo agente social contratado para atuar na mediação entre o produto artesanal e o mercado comercial capitalista: o designer” (CABRAL, 2007, p. 61). Dessa forma, este agente que teria ganhado importância no período da industrialização do país e visibilidade maior nas décadas de 1960 e 1970, ao atuar na “criação, na adaptação funcional, na configuração formal e na apresentação do produto industrial ao mercado, agora aparece como o profissional contratado também para qualificar o artesanato para o mercado” (CABRAL, 2007, p. 61). O designer passa, então, a ser visto neste contexto como instrumento mediador entre a produção artesanal e o mercado.

A jornalista Adélia Borges (2011) indica o surgimento desse ator que é capaz de legitimar o artesanato para o mercado já na década de 1980. Nesse momento, segundo a

autora, teve início um movimento por parte dos designers em direção ao interior do Brasil na busca pela revitalização do artesanato por meio da combinação das técnicas produtivas já existentes com a incorporação de novos elementos formais ou técnicos ao objeto.

Borges (2011, p. 47-52) cita em seu livro *Design + Artesanato: o caminho brasileiro*, dentre os diversos tipos de interação, “a condução de oficinas de revitalização do artesanato” por Renato Imbroisi⁹ e Heloísa Crocco¹⁰; a “promoção e divulgação do trabalho artesanal” por Janete Costa¹¹ e a “atuação sobre a infraestrutura” da produção artesanal por Lia Monica Rossi e José Marconi¹².

De acordo com o levantamento de Borges (2011), diversas outras “ações de revitalização”, além de políticas públicas, já foram mapeadas. Além do já referido Programa Sebrae de Artesanato de 1998, Borges discorre sobre o programa Artesanato Solidário (ArteSol), também de 1998. O ArteSol, conforme afirma a jornalista, “foi criado no âmbito do Conselho da Comunidade Solidária, em Brasília [...] no âmbito de uma mobilização do Governo Federal de combate aos efeitos da grande seca ocorrida em 1998 no Nordeste” (BORGES, 2011, p. 59), sob liderança de Ruth Cardoso no período em que Fernando Henrique Cardoso, seu marido, era presidente da República. Mais tarde, em 2002, o programa foi transferido para São Paulo e transformado em Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip).

Para Borges (2011), o ArteSol e o Programa Sebrae de Artesanato apresentariam diferentes visões quanto ao grau de interferência necessário “no design das peças [artesanais]”. Se para o Sebrae, a formação, a capacitação do artesão deveria se dar por meio

⁹ Renato Imbroisi, interessado em conhecer a técnica de tecelagem manual, buscou em 1987, no povoado de Muquém, em Minas Gerais, artesãs que estivessem dispostas a “renovar a produção então estagnada” (BORGES, 2011, p.47). Em seu trabalho, sem modificar a técnica da tecelagem em si, diversificou a gama de produtos tecidos, somando aos cobertores já produzidos, jogos americanos, xales e sacolas. Outra intervenção de Imbroisi foi a inclusão de fibras naturais do local à trama do algodão no momento da tecelagem (BORGES, 2011).

¹⁰ Heloísa Crocco realizou em Outro Preto a oficina Design e Artesanato na Produção do Objeto no ano de 1993. Na ocasião, Crocco conduziu o grupo por uma caminhada em Outro Preto durante a qual eram observados os elementos arquitetônicos esculpidos por Aleijadinho em pedra-sabão. Com este olhar, o artesanato local foi modificado e os motivos produzidos anteriormente, que pouco tinham a ver com o local, foram substituídos por formas inspiradas nas que haviam sido observadas durante a oficina (BORGES, 2011).

¹¹ As exposições de objetos artesanais organizadas por Janete Costa contribuíram para a divulgação do artesanato e da arte popular. A arquiteta e decoradora também fazia uso de tais objetos em seus projetos desde os anos 1950, incluindo peças “não apenas nas casas de campo ou de praia, [...], mas também nos ambientes mais requintados” (BORGES, 2011, p. 49). Costa fazia algumas intervenções no produto com a intenção de “limpar” (p. 52) sua forma final e com frequência deslocava um artefato de um uso para outro. “Por exemplo, usando um cesto de transporte de frutas na roça para fazer uma luminária” (BORGES, 2011, p.49).

¹² A atuação de Lia Monica Rossi e José Marconi propõem algo novo não só para o produto, mas para sua produção. Segundo Borges (2011, p.52), “ao elaborar uma linha de embalagens para a renda de labirinto em Ingá, no interior da Paraíba, decidiram colocar cartões escuros sob a renda”. Este ato não só teria dado destaque à riqueza dos detalhes da renda, como também possibilitou a identificação de erros, aumentando a qualidade do produto tecido.

de cursos técnicos e gerenciais, com o objetivo de aumentar as condições de vendas e acesso a mercados, para o ArteSol, esta interferência deveria ser “inexistente ou a mínima possível [...]” (BROGES, 2011, p. 53). Além disso, deve-se ressaltar a parceria do ArteSol com o Ministério da Cultura, o que evidencia a diferença de enfoque destes programas (RAMOS, 2013).

Retomando as ações propostas pelo PAB (gerido até 1995 pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e, atualmente, pela SMPE/PR), que enfatizam o potencial econômico do artesanato, é possível perceber que sua estratégia de valorização do setor adotada passa pela inserção de “regras e ‘normas éticas’ do mercado capitalista na lógica da produção artesanal” (CABRAL, 2007, p. 59).

Cabral (2007) chama atenção para o interesse de instituições que operam em um mercado capitalista em gerar trabalho e renda, por um lado, fortalecendo a produção artesanal, mas ocasionando, por outro, “a submissão da produção artesanal às leis do mercado dominado pela produção industrial altamente desenvolvida” (CABRAL, 2007, p. 59-60). Uma das consequências desta imposição é a mudança nos padrões de exigência quanto ao produto artesanal. A partir de Cabral, alguns exemplos podem ser citados: exigências quanto ao tipo de acabamento; qualidade técnica e modos de apresentação dos produtos (tais como a imposição da criação de marca, inserção de etiquetas identificadoras, os *tag's*, e embalagem), bem como o incentivo a busca de mercados de comercialização especializados como, por exemplo, o mercado turístico ou “ecológico”. Vemos, assim, que essas normas e critérios de avaliação do produto artesanal passam pelo entendimento de que o artesanato deve compreender e ser produzido para um mercado, seguindo a lógica daquilo “o que o mercado está querendo” (LIMA, 2010).

Por conta desta notável tentativa de “atualizar” o artesanato, Canclini (1983, p. 61) argumenta que “o artesanato – bem como as festas e outras manifestações populares – subsistem e crescem porque desempenham funções na reprodução social e na divisão do trabalho necessárias para a expansão do capitalismo”. Deste modo, sugere o autor, que analisemos as funções do artesanato inseridas nesta lógica capitalista, dando conta não só dos aspectos formais dos objetos e as alterações na produção, mas também considerando o ciclo completo: “as mudanças na produção, na circulação e no consumo” (CANCLINI, 1983, p. 61).

Entretanto, este não é o enfoque abordado por muitos dos programas e instituições. Como dito no início do capítulo, há uma insistência na visão que compreende o artesanato como uma coleção de objetos. O PAB, por meio da *Base Conceitual do Artesanato Brasileiro*

(2012), diferencia o artesanato da arte popular, dos trabalhos manuais e dos produtos típicos, e classifica a produção artesanal “conforme a origem, natureza de criação e de produção do artesanato” (BRASIL, 2012, p. 28). Segundo o documento, a “classificação do artesanato”, proposta na Portaria SCS/MDIC nº 29, de 5 de outubro de 2010, ainda dá conta dos “valores decorrentes dos modos de produção, das peculiaridades de quem produz e do que o produto potencialmente representa” (BRASIL, 2012, p. 28). Ao comparar a *Base Conceitual para o Artesanato Brasileiro* (2012), do PAB, com o *Termo de Referência: Atuação Sebrae no Artesanato* (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2010), podemos perceber que a classificação do artesanato proposta pelo PAB serve de base para o entendimento de artesanato e as classificações propostas pelo Sebrae.

Os “tipos” de artesanato, portanto, seriam: “artesanato indígena”; “artesanato de reciclagem”, “artesanato tradicional”; “artesanato de referência cultural”; e “artesanato contemporâneo-conceitual”. Parece haver um consenso entre os estudiosos da questão artesanal com relação a uma determinada variedade de tipos de produção artesanal, ainda que não se utilizem as mesmas designações. Tomando Lima (2011) como exemplo, podemos identificar, em um único documento, referências ao “artesanato de cunho tradicional”; a “um outro tipo de artesanato [...] que faz uma mulher que, premida pela necessidade de gerar renda para sua sobrevivência, numa zona urbana, [...] procura uma revista na banca de jornal ou um cursinho de artesanato”; e a um segmento referente aos “artesãos que não têm a tradição cultural do fazer, que fazem objetos orientados por um mercado urbano e de acordo com as tendências ditadas pela moda” (LIMA, 2011, p. 193-194).

A fim de não estendermos no assunto, não discorremos aqui sobre todas essas categorias, mas no âmbito deste trabalho interessa-nos chamar atenção para o que se entende por “artesanato tradicional” e “artesanato de referência cultural”. O PAB propõe que o artesanato tradicional corresponde a um:

conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições e incorporados à vida cotidiana, sendo parte integrante e indissociável dos seus usos e costumes. A produção, geralmente de origem familiar ou comunitária, possibilita e favorece a transferência de conhecimentos de técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e valor cultural decorrem do fato de preservar a memória cultural de uma comunidade, transmitida de geração em geração (BRASIL, 2012, p. 29).

Para Lima (2011, p. 194), o que diferencia o artesanato tradicional dos outros é o processo de transmissão do saber “muito mais pelo ver fazer que pelo processo formal de ensino; é vendo a mãe fazer panelas e brincando com os restinhos de barro que a menina

aprende o ofício”. É o “[...] o ver fazer para aprender a fazer” (LIMA, 2011, p. 194), considerado por Lima, uma atividade radicalmente diferente daquela então proposta pelo MDIC, com o PAB, voltada para os artesãos que não tem a tradição da produção artesanal. Este, seria o chamado “artesanato de referência cultural” e se caracteriza, nos termos do PAB, pelo resgate ou releitura de elementos culturais tradicionais da região onde é produzido. Neste tipo de artesanato,

Os produtos, em geral, são resultantes de uma intervenção planejada com o objetivo de diversificar os produtos, dinamizar a produção, agregar valor e otimizar custos, preservando os traços culturais com o objetivo de adaptá-lo às exigências do mercado e necessidades do comprador. Os produtos são concebidos a partir de estudos de tendências e de demandas de mercado, revelando-se como um dos mais competitivos do artesanato brasileiro e favorecendo a ampliação da atividade (BRASIL, 2012, p. 28).

No entendimento do Sebrae (2010), o “artesanato de referência cultural” tem como característica a *incorporação* de elementos culturais tradicionais da região onde são produzidos e resultam de uma intervenção planejada, tal como exposto na definição do PAB. Esta intervenção, específica o Sebrae, seria realizada por artistas e designers. Esta definição indica que, ao falar de “referência cultural”, faz-se alusão aos “elementos icônicos inseridos no contexto territorial (paisagem, fauna, flora, ou mesmo nas técnicas artesanais) [da comunidade produtiva] que, inseridas em produtos artesanais, iriam compor uma estética, caracterizando a *inovação de design em artesanato*” (CABRAL, 2007, p. 64).

Por conseguinte, se, nas diretrizes do Sebrae (2010), as propostas de intervenção no “artesanato tradicional” deve voltar-se para a identificação e evidenciação da identidade regional, por meio da elaboração de selos de procedência, etiquetas de contextualização cultural e embalagens exclusivas, no caso das interferências no “artesanato de referência cultural”, pode-se ter uma atitude mais incisiva. Isto é, podem-se incorporar, “tendo como referência os elementos mais expressivos e significativos da cultura regional [...], significativas inovações de forma, de uso e às vezes de materiais” (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2010, p. 41). Sugere-se ainda, no caso das intervenções no artesanato de referência cultural, a introdução de novas técnicas, ferramentas e processos, bem como de novas matérias-primas no processo produtivo das coleções de produtos. É, ainda segundo o documento, por meio de consultorias de design que devem se desenvolver as coleções temáticas com base na iconografia regional. Essas ações, então, corresponderiam a estratégia adotada para “agregar valor aos produtos, melhorar a produção, aumentar a produtividade, otimizar os custos e tornar o trabalho mais eficaz”

(SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2010, p. 41)

no caso do artesanato de referência cultural.

Lima (2011, p. 194-195) parece concordar que a intervenção no artesanato tradicional merece um cuidado especial ao ressaltar que é preciso “interferir sem ferir, tomar o cuidado de nunca desrespeitar os valores, os princípios das comunidades produtoras”. O autor afirma que, muitas vezes,

muitas interferências que feriram radicalmente as comunidades [...], onde o designer chegava e apelando para o discurso da competência, a partir de um domínio de classe muito forte, implantava uma verdade que era dele: ‘eu sou aquele que sabe, eu sou o representante de uma camada social que tem o domínio do saber e o artesão é o representante da camada social que tem a habilidade no fazer’. Quer dizer, aquela velha dicotomia entre o pensar e o fazer, pela qual cabe a mim pensar, criar, conceber a coleção, projetar a coleção, porque eu domino o que o mercado quer, domino as novas tendências, [...] e você vai fazer, você é artesão, você é extremamente habilidoso, você domina a técnica, você vai executar o que eu projetar (LIMA, 2011, p. 195).

No entanto, é preciso atentar para os problemas também nas intervenções do tipo do artesanato de referência cultural. Cabral (2007) nos apresenta algumas consequências deste tipo de interferência, citando, primeiramente, a transferência do agente social, bem como de suas “normas e regras – técnicas – e dos conhecimentos construídos para atuar sobre a produção industrial para uma atuação sobre a [produção] artesanal” (CABRAL, 2007, p. 66), o que pode levar a conflitos quando o designer, se coloca em uma posição dominante, não procurando entender a lógica da produção artesanal.

A outra questão que se deve ressaltar é o que Cabral (2007, p. 67) refere-se como “a redução do ‘fato social’ a elementos icônicos” na tentativa de construir, nas intervenções de design, uma identidade cultural para os produtos artesanais, um procedimento que pode ser identificado com a busca por – ou ainda, a invenção de – uma “essência” ou “autenticidade” de um produto. Esta estratégia, propõe Cabral (2007), pode ser entendida como uma “percepção ingênua”¹³ de tradução das referências culturais em cores ou figuras das paisagens.

Este modo de atuação, de pura incorporação dos elementos, não leva necessariamente em conta as referências individuais ou técnicas produtivas já existentes em cada comunidade artesã. Ações deste tipo podem, de acordo com Cabral (2007, p. 70), ser vistas como uma “homogeneização das identidades culturais brasileiras por meio de ícones”, bem como uma

¹³ Cabral (2007, p. 67) explica que o uso que faz da expressão “percepção ingênua” parte da “noção que Bourdieu utilizou para definir, no campo da análise dos modos de percepção artística, apreensões que tratam dos elementos da representação na camada primária das significações”.

estereotipação mascarada de inovação. Isto confia ao designer uma possível “invenção de tradições” e uma “construção de identidades regionais” com base em elementos do território apreendidos na superficialidade (uma vez que as oficinas são propostas em tempo curto – cerca de uma semana – e não oferecem tempo suficiente para uma devida imersão nos contextos produtivos).

Para Lima (2011, p. 196), no entanto, é possível mudar esta situação se o modelo da atuação do designer for modificado, transportado “do centro, ou, [...] em cima” para se colocar ao lado do artesão. Esta é também a proposta de Noronha (2012, p. 5279), que sugere um deslocamento do designer “do centro dos processos para o meio deles”, ou seja, para o seu posicionamento *dentre* artesãos e consumidores, como uma tática de “melhor nos alfabetizarmos na linguagem do outro, mediando assim o léxico específico daquelas comunidades, do mercado e o repertório teórico do nosso campo de atuação” (NORONHA, 2012, p. 5279). Podemos, portanto, relacionar essa recomendação de deslocamento do lugar do designer com a já citada sugestão de Ingold (2013) de projetar (ou fazer) *acompanhando* o movimento e o fluxo da matéria (conforme proposto por DELEUZE; GUATTARI, 2004, apud INGOLD, 2013), bem como o das relações sociais.

Os questionamentos de Leon (2005) acerca das intervenções de design sobre a produção artesanal, frente aos objetivos de resgate de saberes culturais, também nos fazem refletir sobre a maneira como estas relações entre designers e artesãos vem se estabelecendo no contexto das políticas e programas brasileiros. Leon se pergunta:

vale a pena investir na recuperação desses saberes? Eles têm um significado profundo de identidade ou são supervalorizados com o objetivo de “criar tradições”? O designer pode ser uma peça importante de manutenção de linguagens e saberes que estão se perdendo, fazendo com que populações marginalizadas readquiram sua autoestima pelo trabalho? Ou sua destreza na invenção de padrões simbólicos pode levá-lo a inventar significados locais artificiosos hoje tão admirados no mercado global? (LEON, 2005, p. 68).

Partindo desse panorama, é possível retomar a ideia de Canclini (1983, p. 91) de que o artesanato é “um lugar privilegiado para se perceber a rapidez e a multiplicidade de modificações que o capitalismo introduz nas culturas tradicionais”. Isto porque, “por ser simultaneamente um fenômeno econômico e estético, sendo não capitalista devido à sua confecção manual e seus desenhos, mas se inserindo no capitalismo como mercadoria” (CANCLINI, 1983, p. 91), carrega o conflito e a coexistência entre os diversos sistemas sociais simbólicos. Assim, de acordo com o autor, põe-se em evidência, a maneira pela qual o desenvolvimento capitalista redefine as identidades ao combinar formas diversas de produção

e de representação. E o designer insere-se neste processo como agente mediador ou, nas palavras de Cabral (2007), “como um instrumento facilitador” entre a produção e o produto artesanal e o mercado.

Não houve neste capítulo a pretensão de se esgotar o levantamento das políticas públicas e programas de artesanato propostos no Brasil. Estes são muito mais numerosos do que os aqui apresentados e descritos. Nesta dissertação, exploraremos o caso específico do programa Talentos do Brasil.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO: PROJETOS INSTITUCIONAIS

Quando D. Eva me viu no portão veio lá de dentro com um sorriso no rosto: “estava aqui pensando que horas que tu ia aparecer”, disse ela. Entrando na sua casa pela varanda – uma espécie de quintal coberto – vemos logo que se trata de um espaço de trabalho, não só de moradia. Lá no fundo, duas rocas elétricas – adaptadas -, uma estante cheia de novelos de lã, caixas de papelão com mechas desenroladas, bacias de tingimento e pigmentos apoiados ao redor de um tanque constituem o que D. Eva chamou de “seu cantinho”. No entanto, há lã pela casa toda. Na varanda, logo na entrada, vê-se apoiado um tear vertical, o qual Eva usa para fazer os baixeiros¹⁴; logo atrás, uma pilha de baixeiros prontos. Mais adiante, há dois longos teares, com aproximadamente dois metros de largura e meadas lã tingidas penduradas em um cabideiro. Sob um dos teares, vemos alguns rolos de lã em forma de mecha frotada¹⁵, em diferentes tons de branco e marrom claro, cuidadosamente dispostos em uma prateleira. Atrás do outro tear, Eva mantêm os sacos de “lã suja”, a lã que compra dos produtores na região. Na cozinha, há meadas de lã em panelas, em processo de tingimento; há outras já secas que acabaram de sair do varal e “minhoquinhas” de feltro sobre uma cadeira. No quintal atrás da casa, pendurados no varal, vê-se não só as meadas e os feltros secando, mas também tecidos de algodão tingidos em meio às roupas de cama. A sala está tomada por caixas de papelão (cheias de produtos que não foram vendidos) e máquinas de costura – D. Eva assiste a novela na varanda, muitas vezes enquanto trabalha.

O material é comprado no Rio Grande do Sul. Uma parte vem das barracas¹⁶ ou direto dos produtores próximos a São Borja, onde reside D. Eva, “sujo”; a outra parte a artesã já compra beneficiada da Paramount, uma multinacional. A lã suja, que vem ainda em velos¹⁷, D. Eva manda lavar e cardar¹⁸ na Coofitec – Cooperativa de fiação e tecelagem, em Santana do Livramento – uma cidade ao sul do Estado, na fronteira com o Uruguai. Ela diz que conhece e saberia fazer o processo manualmente, que já o fez diversas vezes, mas que é um trabalho “pesado e sujo” e terceirizando o tratamento desse material, o seu tempo rende mais. D. Eva costuma mandar beneficiar em torno de 150kg de lã por vez por conta do valor do frete (R\$ 65,00) e porque “dois quilos de lã suja dá um quilo de lã limpa”. Comprando a lã

¹⁴ Baixeiros (ou xergões) são mantas posicionadas debaixo das selas dos cavalos.

¹⁵ A mecha frotada é uma forma de apresentação da lã e costuma ser comercializada em rolos.

¹⁶ As barracas são estabelecimentos que comercializam produtos regionais tais como lãs, peles e couros, medicamentos veterinários, insumos agrícolas, artesanato e indumentário gaúcha.

¹⁷ O velo é lã do cordeiro ou da ovelha.

¹⁸ Cardar é o processo de escovar a lã, preparando-a para ser fiada

diretamente do produtor, seu custo é de R\$ 4,00/kg para a “lã preta” – que é, na realidade, marrom – e R\$ 14,00/kg para a lã branca, incluindo o material em si, o transporte, o beneficiamento e a perda proveniente deste. Adquirindo o material na barraca, o custo é de R\$ 6,00/kg para a lã preta e R\$ 18,00/kg para a branca. Uma vez que a barraca recolhe a lã dos produtores, para a artesã não vale a pena comprar no estabelecimento. Ela afirma que só o faz pois paga o material com os baixeiros que deixa para vender ali. Os baixeiros são feitos com a lã que Eva compra suja e rendem para a artesã R\$ 45,00 por unidade.

A outra parcela de matéria prima D. Eva compra em forma de tops¹⁹ de lã na Paramount Têxteis. É, segundo ela, uma lã de melhor qualidade, mais limpa e mais macia e lhe custa R\$ 23,63/kg. É preciso, no entanto, comprar a caixa fechada com oito rolos (32 quilos) uma vez que se trata de uma empresa atacadista, voltada para o exterior. As unidades de produção da empresa estão localizadas próximas a Bagé e a Uruguaiana e tem capacidade produtiva de 4 mil toneladas de tops de lã por ano (PARAMOUNT TÊXTEIS, 2014). D. Eva conta que antes a empresa vendia em Uruguaiana, agora é preciso fazer um depósito e mandar buscar em Bagé, o que encarece ainda mais o custo da matéria prima.

Como descreverei no capítulo 2, engajei-me diversas vezes em pequenas produções de feltro e ajudei a artesã com o tingimento e a produção de fios. D. Eva é quem abastece a outras artesãs de São Borja cooperadas da Lã Pura com fio e feltro para as aplicações. Ela diz que como é um trabalho coletivo, ela precisa passar o material para as outras mulheres que “não trabalham a matéria prima”. Isso acontece, segundo D. Eva, porque “elas não querem aprender” e também porque ela sozinha não daria conta de fazer tudo (preparar fio e feltro e ainda fazer um monte de peças). Assim, durante a maior parte do tempo em que fiquei hospedada na casa da artesã²⁰, intercalávamos a conversa sobre seu trabalho e o da cooperativa com o trabalho em si: D. Eva no tear tecendo seus baixeiros e eu na cozinha, fazendo minhoquinhas ou “tecidos” de feltro; ou ela tingindo meadas e eu fazendo o acabamento dos baixeiros; ou ainda, a artesã finalizando um xale e eu enrolando meadas ou novelos de lã recém fiados. Tendo sido instruída a fazer o trabalho sempre “com carinho” e delicadeza, adotei esta postura não só como uma maneira de retribuir a recepção e as informações que me foram fornecidas, mas também a fim me aproximar da matéria e da produção desenvolvida ali.

¹⁹ Matéria prima para produção de fios para tecelagem, malharia e tricô.

²⁰ Inicialmente, me hospedei em um hotel no centro da cidade. O convite para ficar em sua casa está relatado no capítulo 2.

D. Eva é a diretora da Lã Pura e foi minha principal informante na pesquisa, bem como a primeira pessoa com quem falei na Lã Pura (isto porque o telefone informado no *website* da Cooperativa era o seu telefone residencial e, portanto, o primeiro contato de quem deseja falar com essas artesãs). Como já dito, fiquei hospedada em sua casa e tive contato direto com parte de sua família: sua filha Vanilda, seu genro Irineu e os netos Eduardo e Alexandre, bem como Bruna, mulher de Eduardo e seus filhos. D. Eva tem 70 anos e está à frente do grupo de artesãs localizado em São Borja. D. Eva é quem gerencia os pedidos feitos à Cooperativa pelo telefone ou por e-mail. Ela é também uma espécie de porta-voz do grupo e já foi chamada para dar palestras sobre o seu trabalho.

A família da artesã participa do seu trabalho de diversas formas. Vanilda estava ativamente envolvida com as atividades da Cooperativa relativas ao Talentos do Brasil até logo antes da oficina em 2014, quando passou para a faculdade de psicologia. Ela era responsável por fazer contato com clientes por e-mail (inclusive clientes estrangeiros, com os quais ela se comunicava em inglês, usando um tradutor online), por atualizar o *website* (www.lapura.com.br, atualmente fora do ar) e por movimentar as redes sociais e pelas vendas nas feiras, recebendo uma comissão de vendedora para isso. Já participou de diversos cursos de formação oferecidos pelo Sebrae/RS e apresenta um ponto de vista mais empreendedor e conhecedor do mercado consumidor do que as outras integrantes da Cooperativa.

Irineu e Alexandre costumam ajudar D. Eva quando ela recebe uma encomenda muito grande, como os palas que fabricou para o filme “O Tempo e o Vento”, produzido pela Rede Globo. Irineu também colabora com a produção de cobertores no tear. Eduardo já foi monitor da Lã Pura pelo Talentos do Brasil (um cargo que não existia mais na ocasião da pesquisa de campo) e Bruna acabou por assumir parte das funções de Vanilda após seu afastamento do grupo. É ela quem interage nas redes sociais, produzindo imagens, disponibilizando informações sobre a Lã Pura, os eventos dos quais participa, etc. O contato com clientes por e-mail ficou a cargo de D. Eva.

Além da diretora e de sua família, tive contato com outras artesãs²¹ ativas na Cooperativa. Gema faz parte do grupo de São Borja e, além de trabalhar na produção das peças, cuida das movimentações financeiras da Cooperativa. Sua família e a de Tania, outra

²¹ No caso deste grupo, a produção artesanal é um universo majoritariamente feminino, tendo sido, no alcance desta pesquisa, a presença masculina na fabricação de peças limitada aos familiares de D. Eva, que os orienta. Isto não quer dizer que não haja nenhum tipo de relacionamento com outros homens, no entanto, foi possível observar que eles estavam, em geral, em posições externas à fabricação em si. É o caso dos fornecedores de matéria prima e dos peões campeiros que cuidam da criação e tosa das ovelhas, como o marido e o empregado de D. Elsa.

cooperada, possuem plantações na região, de onde sai a maior parte da renda familiar, sendo o que ganham com o artesanato uma renda complementar. Tive bastante contato com essas duas artesãs que, desde o início da pesquisa foram muito simpáticas e receptivas à minha presença, fornecendo-me informações sobre as peças que produzem e as oficinas das quais já participaram.

Evanildes é muito tímida e nossa interação limitou-se às questões da oficina de 2014, na maioria das vezes, na presença de D. Eva. Com Ivone, que também é bastante reservada, tive pouco contato, uma vez que ela participou apenas da metade da oficina, fazendo poucos comentários no evento.

Minha relação com D. Elsa foi, assim como com D. Eva, mais próxima. Se iniciou quando D. Elsa se hospedou na casa de D. Eva para que participasse da primeira etapa da oficina de design. Na ocasião da segunda etapa da oficina, fiquei hospedada em seu apartamento em Uruguaiana. Conheci a sua estância na região, chamada Santa Eliza, na qual ela e a família criam um rebanho de ovinos, e fomos juntas para São Borja, em seguida. É na estância que D. Elsa realiza a maior parte do seu trabalho, intercalando-o com as tarefas domésticas. Sr. Moacir, seu marido, mora na estância e conta com a ajuda do empregado Paulo na administração e no cuidado com o rebanho.

D. Elsa também aluga uma loja na cidade, na qual vende tanto peças que desenvolve por conta própria, como as desenvolvidas no Talentos do Brasil. Sandra e Delma trabalham com D. Elsa e forneceram-me informações sobre o seu relacionamento de trabalho. Elas também alugam – juntas – um espaço no mercado municipal da cidade, no qual vendem sua produção independente do Talentos do Brasil. Sandra e Delma também ficaram hospedadas na casa de D. Eva para a participação na oficina de design, estando, assim como D. Elsa, acessíveis em diversas das situações de conversa sobre a oficina, expressando suas opiniões.

O fato de ter estado com artesãs em momentos de trabalho (na oficina ou fora dela) e em conversas voltadas para a pesquisa, bem como ao participar de situações sociais como tomar chimarrão com as interlocutoras, me possibilitou o acesso a diversos tipos de informações, desde esclarecimentos pertinentes à formação e à história da Cooperativa até opiniões pessoais sobre o trabalho de designers e gestores associados ao Talentos do Brasil. Da mesma maneira, os dados concernentes à formação destas mulheres como artesãs me foram cedidos nestes momentos.

A seguir, apresentarei as três instituições com as quais mantive contato para realização desta pesquisa: Lã Pura, Talentos do Brasil e Instituto Meio.

2.1 Lã Pura

A história de D. Eva como artesã é antiga. Sobre sua experiência, ela conta: “Eu acho que cada um nasce com um dom. O meu foi o artesanato. Desde pequena eu faço artesanato, já fiz flor de papel, [...] fazia o cordão da palha de milho e empalhava cadeira [...] para comprar minhas roupinhas, sapatinho, porque a mãe era muito pobre”. Eva trabalhou durante muitos anos com o bordado, mas desde que começou a trabalhar com a lã, deixou as outras atividades de lado “por causa da renda e da vista, que já estava cansando”. D. Eva comenta que o trabalho com bordado é mais preciso que o trabalho com a lã. E que com a lã, ela ganha mais dinheiro: “no bordado, levava meses para fazer um lençol e não tirava quase nada”. Eva aprendeu a lidar com a matéria prima em um curso na Legião Brasileira de Assistência (LBA) de São Borja. Ela já conhecia a técnica do tricô e aprendeu a lavar, cardar e fiar a lã da ovelha no curso.

A formação do grupo de mulheres da Lã Pura, conta D. Eva, tem a ver com o seu encontro com o designer Renato Imbroisi no início dos anos 2000. Foi nesta ocasião também que conheceu D. Elsa, artesã integrante da Cooperativa. O designer, segundo D. Eva, foi uma pessoa muito importante para a inclusão da Lã Pura no programa Talentos do Brasil. Ela diz que “foi ele que as levou” para o Talentos: “ia ser [um grupo de] Santa Catarina, mas ele me conhecia [de quando foi a São Borja ajudar formar o grupo Favos do Sul]. Tinha visto o tanto de lã e a qualidade da lã aqui, a matéria prima da região. O Renato foi importante porque ele foi o primeiro designer a ir a todos os [grupos do] Talentos”.

Reuniram-se então, em 2005, em torno de 40 mulheres das cidades de São Borja, Uruguaiana, São Gabriel e Santana do Livramento, formando o grupo de artesãs da Lã Pura. Atualmente, o grupo conta com 22 artesãs filiadas das cidades de São Borja e Uruguaiana, o que não quer dizer que todas participem ativamente das atividades da Cooperativa²². As

²² O grupo foi formalizado como Cooperativa Lã Pura na época em que foi criada, por iniciativa do Talentos do Brasil, a Cooperativa Nacional Marca Única (Cooperunica). A Cooperunica surgiu em 2008, a partir da necessidade da comercialização conjunta dos produtos oriundos das então quinze cooperativas individuais contempladas pelo Talentos do Brasil em doze estados brasileiros. Deste modo, não só a Lã Pura, mas todos os outros quatorze grupos de artesãs tornaram-se cooperativas formalizadas. “Ser cooperativa” significava que, agora, seria necessário pagar impostos que antes, como artesãs, as mulheres não precisavam pagar. Depois de algum tempo, a Cooperunica cessou suas atividades. De acordo com Mônica Batista de Souza, coordenadora do Talentos do Brasil, a interrupção das atividades da Cooperunica teve a ver com a falta de maturidade dos grupos (cooperativas individuais) para lidar com uma cooperativa deste porte (Cooperunica): “fica um custo muito alto. A Cooperunica colocava 20% [sobre o valor dos produtos] para os trâmites, para manter o escritório. [...] Os grupos não tinham maturidade para administrar uma cooperativa e [para que a Cooperunica funcionasse] tinha que estar todo mundo regularizado. Estava dando muito prejuízo, então fizemos uma reunião e deixamos as artesãs escolherem. Elas decidiram não ficar mais [na Cooperunica]” (informação verbal fornecida por Mônica Batista de Souza, em Caxias do Sul em 22 de fevereiro de 2014).

artesãs das outras duas cidades se desligaram do grupo não muito tempo depois de terem nele ingressado.

D. Eva lidera as artesãs de São Borja, enquanto D. Elsa coordena as atividades em Uruguaiana. D. Elsa é artesã há 39 anos. Ela é de Santa Maria e se mudou para Uruguaiana quando casou. Elsa começou a trabalhar pois “o diretor da Valuruguai [Cooperativa de Lãs do Vale do Uruguai] queria estimular o artesanato da região. Eu não trabalhava com lã. Aí fui numa reunião e o diretor: ‘tu vai ser a coordenadora. Aprende, que essa semana estou mandando o tear pra ti’. Pra descobrir alguém para ensinar, perguntei pela cidade e me indicaram uma senhora. Ela fazia umas coisas meio grosseiras. Contratei ela para ensinar. Eram 20 mulheres no início. Tudo do interior. Ela ensinou a lavar, cardar. Tudo. Desde o começo bem rústico”.

Esse processo de formação do grupo começou com o objetivo de gerar renda para as famílias das artesãs que já que trabalhavam com a lã “de uma forma rústica, tradicional, produzindo apenas produtos exclusivamente regionais”, conforme explicou-me Vanilda. A produção era apenas usada pela própria família ou por vizinhos. Em 2005, quando se formou o grupo, não existia uma associação formalizada de artesãs que trabalhassem com a lã natural. A criação da Lã Pura, a reunião de artesãs da região para trabalhar com a lã de maneira diferente, se deu em função da possibilidade de fazer parte do Talentos do Brasil e de outros programas apoiados pelo Sebrae Nacional e Sebrae Rio Grande do Sul. E apesar de essa ter sido a razão inicial, D. Eva diz que a “Lã Pura não é só renda, fez um grupo de amizade e ajudou muita gente”.

Dentre as artesãs, as únicas que preparam a matéria prima são D. Eva e D. Elsa. D. Eva é responsável por fornecer todos os tipos de fio e de feltro, bem como os materiais tingidos para as artesãs de São Borja, enquanto D. Elsa faz o mesmo na cidade de Uruguaiana. As outras artesãs ficam responsáveis pela confecção das peças em si (tecelagem, corte, costura, aplicações...). São também D. Eva e D. Elsa que arcam com os custos da lã, recebendo pelo material e pelo serviço de preparo deste quando a peça é vendida. A divisão da produção na Cooperativa se dá de maneira que cada artesã fica responsável pela confecção de uma peça, do início ao fim, de acordo com as suas habilidades. Isso não quer dizer que uma artesã não saiba fazer a peça que a outra faz. Sandra, de Uruguaiana, comenta que “é bom que todas saibam fazer tudo, mas cada uma tem sua tarefa. É bom saber para ajudar a outra, mas cada um com o seu”. Além das artesãs, o grupo conta com Vanilda que, como dito, era responsável pela atualização do *website* da Cooperativa e do contato com lojistas e consumidores pelo *e-mail* até entrar para a faculdade. Vanilda também é quem muitas vezes

foi às feiras das quais a Cooperativa participa. Ela diz que é bom que seja ela, porque é mais nova e tem “mais traquejo” que as outras mulheres.

As feiras de negócios são o principal meio de divulgação e venda da produção da Lã Pura. Na data da primeira viagem que fiz a São Borja, o grupo contava com uma loja no centro da cidade (a sede da Cooperativa). Entretanto, D. Eva diz que o povo de São Borja não consome os produtos da loja. O estabelecimento possuía duas mesas grandes de trabalho para corte de tecido, uma máquina de costura industrial e três máquinas de costura caseiras. Via-se também araras ao longo das paredes e um armário. Nas araras, apenas produtos identificados com etiquetas do Talentos do Brasil. Já nos armários, havia também outras peças: gorros, cachecóis e coletes.- peças “regionais” ou “mais pesadas”, como elas dizem²³.

Vanilda diz que “sem o Talentos não tem Cooperativa”. Para além da questão da legitimidade do produto, do “selo de qualidade” que a etiqueta Talentos do Brasil proveria, essa afirmação pode ser interpretada de duas maneiras: uma delas, bastante literal, diz respeito ao “status” de cooperativa do grupo de artesãs, que, como explicado acima, se relaciona com a oportunidade de receber apoio de programas e instituições. A outra, mais próxima do sentido que Vanilda dá para a afirmação, indica que se não houvesse o programa Talentos do Brasil, a Cooperativa não teria recursos para se manter, já que “é o Talentos que banca as feiras” e as feiras são responsáveis pela maioria dos contatos e das vendas do grupo. Além de “bancas as feiras” o programa realiza oficinas, nas quais designers vão até os grupos apoiados para “auxiliar” na criação de produtos.

2.2 Talentos do Brasil

O Talentos do Brasil, como dito anteriormente, é um projeto do MDA, executado pelo Sebrae/TO e propõe apoiar associações ou cooperativas de mulheres artesãs desde que 70% destas possuam ou emitam uma Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP²⁴.

A DAP aplica-se a unidades ou associações de agricultores familiares que obtenham anualmente de R\$ 4.000,00 a R\$ 110.000,00, “incluída a renda proveniente das atividades no

²³ Estas peças, em geral, são produzidas de forma independente pelas artesãs. Isto é, não são fruto de oficinas propostas pelo Talentos do Brasil.

²⁴ Segundo documento *online* publicado no site do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome (MDS), a DAP caracteriza-se como ‘...o instrumento que identifica os agricultores familiares e/ou suas formas associativas organizadas em pessoas jurídicas, aptos a realizarem operações de crédito rural ao amparo do Projeto Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – Pronaf [...]’ (BRASIL, 2015). Estão aptos para tal os agricultores familiares e outros pequenos produtores, tais como pescadores artesanais, extrativistas, silvicultores, aquícultores, quilombolas e indígenas.

estabelecimento e fora dele, por qualquer componente da família, excluídos os benefícios sociais e os proventos previdenciários decorrentes das atividades rurais” (BRASIL, 2015).

Tendo em vista este cenário, a proposta do Talentos do Brasil é complementar a renda familiar com a produção de artesanato por meio da profissionalização de grupos de artesãs e da possibilidade de comercialização destes produtos em mercados nacionais e internacionais²⁵.

A primeira vez que tomei conhecimento do programa Talentos do Brasil foi na 24^a Feira Nacional de Artesanato. A Lã Pura, representada por Vanilda, dividia o stand com outras artesãs de cooperativas também vinculadas ao programa. Como será descrito no capítulo seguinte, tratava-se de um dos ambientes privilegiados na feira, que, em contraste com a grande maioria dos espaços expositivos, era bem iluminado e chamativo. Naquela ocasião, Vanilda comentou que o Talentos do Brasil tinha como característica gerar um diálogo entre designers e artesãs a fim de desenvolver novas coleções de produtos de moda e que uma das ações do programa era propor oficinas nas quais este encontro fosse possível.

Ao longo da existência do programa, foram desenvolvidas cinco coleções: a primeira em 2006, a segunda em 2008, a terceira em 2009 e a quarta 2010. A quinta e mais recente coleção, de 2014, foi a que tive oportunidade de acompanhar na Lã Pura. A cada ocasião, designers ou estilistas são convidados a compartilhar com os grupos de artesãs os seus conhecimentos com a finalidade de adequar os produtos artesanais aos diversos mercados.

A Lã Pura está bastante acostumada a receber designers para as oficinas de criação de produtos. O estilista Ronaldo Fraga e os designers Renato Imbroisi e Ana Vaz fizeram parte do desenvolvimento de coleções nesta cooperativa por meio do Talentos do Brasil. Em 2014, a Coleção Copa do Mundo foi desenvolvida nos grupos contemplados pelo projeto pela equipe Instituto Meio e o designer que foi a São Borja foi Lars Diederichsen²⁶. Apesar de a maioria das oficinas ter sido realizada com o apoio do Talentos do Brasil, as artesãs desta cooperativa já solicitaram o auxílio de profissionais por conta própria: em 2012, Renato

²⁵ Comunicação verbal fornecida por Monica Batista de Sozua, coordenadora do Talentos do Brasil, em 22 de fevereiro de 2014.

²⁶ Os grupos apoiados pelo Talentos do Brasil são: Mulher Peixe (Coxim/MS); Renda Renascença (Pesqueira/PE); Dois Pontos (Alagoa Nova/PB); Florestas (Manicoré/AM) Babaçu Brasil (Araguatins/TO); Lã-Pura (São Borja/RS); Canções de Bordar (Santa Rita de Cássia/BA); Cá e Lá (Porto Sauípe/BA); Rendas e Bordados do Piauí (Buriti dos Lopes/PI); Coop. das Bordadeiras Lili Escórcio Ltda (Buriti dos Lopes/PI); Bordados que Brotam (Varjada/PE); Linho dos Lençóis (Barreirinhas e Tutoia/MA); Coopnatural (Campina Grande/PB). Em fevereiro de 2014, ao visitar ao stande do Talentos do Brasil na Festa da Uva em Caxias do Sul, tive contato com pelo menos uma artesã de cada uma dessas cooperativas. No edital da Concorrência N° 001/2013 do Sebrae/To é citado um grupo a mais: o Tururi de Muaná (Muaná/PA). No entanto, conforme informado por Lars Diederichsen não foi possível contactar a Cooperativa e ela não foi contemplada com a oficina de produção para a Coleção Copa do Mundo 2014.

Imbroisi e, em 2013, Karine Faccin desenvolveram coleções com a Lã Pura. D. Eva justifica o convite a esses últimos dois profissionais com a afirmação de que “nós estávamos precisando de produtos novos”.

A necessidade de uma constante renovação de oferta de produtos, identificada por D. Eva é, na realidade, uma proposta do Talentos do Brasil. A *Cartilha das Artesãs* (TALENTOS DO BRASIL, [200-]) coloca esta questão como um desafio que pode ser endereçado por meio do desenvolvimento de coleções temáticas, que lancem mão de “repertórios culturais locais” (p. 5) como elemento de diferenciação. A recomendação é a de que o produto de moda artesanal

[...] deve ter uma relação clara e direta com o ambiente onde foi produzido. Ele precisa ser facilmente identificado como proveniente de uma determinada região pelo uso de cores, materiais, texturas ou elementos gráficos e simbólicos que façam parte do repertório daquele lugar. Mas sendo um produto de moda, deve também ter uma linguagem universal, menos passageira e mais atemporal para que possa permanecer por mais tempo no mercado. Isso significa que deve ter formas e modelagens equilibradas, harmoniosas e esteticamente agradáveis ao gosto médio dos consumidores. Eis o grande desafio dos designers e estilistas que trabalham para o programa Talentos do Brasil: desenvolver produtos com linguagem local, mas que seja compreendida, aceita e desejada no mercado global (TALENTOS DO BRASIL, [200-]. p.18).

De acordo com a proposta do programa, a presença de um “profissional de criação” (TALENTOS DO BRASIL, [2010], p.6) no desenvolvimento de produtos ajudaria a melhorar a qualidade das mercadorias, aumentando a percepção de valor sobre estas e facilitando sua inserção no mercado como um “produto diferenciado” por apresentar um vínculo com a cultura de sua região de origem.

A metodologia de criação de produtos proposta pelo programa é estruturada em três etapas: na primeira, as atividades são dedicadas a “revelar a identidade do grupo” (TALENTOS DO BRASIL, [200-], p.21). A segunda parte consiste em criar e desenvolver coleções com o apoio de designers e estilistas e a terceira corresponde à produção e teste das mercadorias para que sejam encaminhadas ao mercado. Este mercado corresponderia aos consumidores diretos ou lojistas nas feiras de artesanato (ou eventos similares), uma vez que é em ocasiões como estas que as cooperativas apresentam maior volume de vendas e identificam possíveis clientes. Tais eventos costumam ser realizados em capitais como Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo. Deste modo, há uma distância, não só física (uma vez que as artesãs contempladas pelo programa residem em áreas rurais),

mas também de contexto sócio-econômico e cultural entre quem produz e quem consome esses produtos.

Segundo a Cartilha (TALENTOS DO BRASIL, [200-]), dentre os possíveis compradores do produto de moda artesanal, estão os consumidores “locais”, os “distantes” e os “formadores de opinião”. O primeiro grupo corresponderia a visitantes ou residentes na comunidade que consomem o artesanato como testemunho material de sua experiência vivida naquele lugar. No entanto, no caso da Lã Pura estes consumidores locais não se verificam como compradores dos produtos de moda artesanal gerados a partir de oficinas, mas sim dos produtos regionais, das “peças mais pesadas” como gorros, mantas, palas²⁷, etc. – produzidas pelas artesãs de forma independente, por fora do programa.

O grupo dos “distantes” corresponderia a pessoas ditas “mais esclarecidas”, com maior nível cultural e econômico, mas que vivem longe do local de produção. De acordo com o mesmo documento, elas valorizam o artesanato por seus aspectos estético, cultural e simbólico. Compram em lojas especializadas ou feiras temáticas. Neste grupo, poderíamos incluir tanto os lojistas, quanto compradores diretos em feiras ou consumidores finais nas lojas.

O terceiro grupo, o dos “formadores de opinião”, incluiria arquitetos, decoradores, designers e artistas. Estes são considerados compradores indiretos, pois orientam seus clientes a comprar os produtos artesanais, por conta de seu valor estético. Em resumo, a Cartilha das Artesãs (TALENTOS DO BRASIL, [200-], p.19) comenta que “todos querem produtos que façam parte de uma história ou de um momento, que tenham uma espécie de certidão de origem e, se possível, a assinatura de seu autor”.

Na visão de Mônica Batista de Souza, coordenadora institucional do Talentos do Brasil no MDA, é com a finalidade de atender ao que “o mercado” pede que se inclui o designer no processo de produção e planejamento de uma coleção. Ela afirma: “o designer deve conhecer o grupo, o que elas fazem, quais são os costumes e desenvolver as coleções com a visão de mercado”. Por conseguinte, o designer, ao contrário das artesãs, é aquele que conhece o mercado e, portanto, aquele que é capaz de desenvolver coleções adequadas. É partindo desta noção que se constrói a ideia de que as artesãs precisam ser “capacitadas”, qualificadas, para ajustar sua produção aos possíveis mercados consumidores.

O processo proposto pelo Talentos do Brasil é permeado pela ideia de *capacitação*. Ainda que esta seja uma palavra pouco usada na Cartilha das Artesãs, ela está presente no

²⁷ Palas são vestimentas de cobertura similares aos ponchos.

discurso de Mônica Batista de Souza: “o objetivo [do Talentos do Brasil] é capacitar os grupos de artesãs no âmbito da agricultura familiar que trabalhem com matéria prima de biodiversidade, levando em conta a conservação ambiental e os saberes tradicionais [...] Espera-se que as artesãs possam trabalhar em conjunto com o designer e que a consultoria especializada possa gerar renda”²⁸.

Portanto, se “gerar renda” está diretamente associado a manter uma renovação constante da oferta de “produtos adequados” para comercialização em mercados nacionais e internacionais, e, se estes produtos e sua qualidade dependem da colaboração dos “profissionais de criação”, compreende-se que cumprir os objetivos do programa Talentos do Brasil torna-se responsabilidade de designers e estilistas.

Desse modo, se é na oficina de criação de produtos que se dá o encontro entre artesãs e designers (ou estilistas), esta se torna uma situação chave para compreendermos com que objetivos e de que maneiras agem e reagem as instituições do Governo, as artesãs e os próprios designers frente à posição assumida por estes designers como mediadores entre Governo Federal, representado pelo MDA, Sebrae e artesãs. Adiante, veremos como se deu a interação do designer Lars Diederichsen, do Instituto Meio, com as artesãs na Lã Pura na ocasião da oficina de 2014.

2.3 Instituto Meio

O designer Lars Diederichsen é um dos fundadores do Instituto Meio, uma organização privada sem fins lucrativos. Sua missão, de acordo com o *website* institucional (kW. institutomeio.org), é “gerir investimentos sociais privados e públicos que buscam o desenvolvimento e ampliem as oportunidades de emprego e renda, através de soluções economicamente viáveis, socialmente justas, ambientalmente sustentáveis e culturalmente aceitas” (INSTITUTO MEIO, 2014).

Apresentando-se como “Instituição Moderadora”, o Instituto Meio situa-se como “elo entre a sociedade e as empresas públicas e privadas”, sendo alguns de seus principais parceiros o Sebrae, a Fundação Banco do Brasil, a Caixa Econômica Federal e o Governo do Tocantins. Conforme relatado por Lars, o Instituto, entre outras ações, executa programas e projetos de “investimento social privado” que tenham como foco na geração de renda²⁹. Estes contemplam desde agricultura orgânica à turismo de base comunitária e artesanato nas

²⁸ Informação verbal fornecida por Mônica Batista de Souza em Caxias do Sul, em 22 de fevereiro de 2014.

²⁹ Informação verbal em 4 de fevereiro de 2014.

diferentes vertentes (DIEDERICHSEN, 2011). Desse modo, a organização realiza projetos que se relacionam com a produção artesanal desde que o objetivo destes seja a geração de renda.

Para que pudesse executar as oficinas do Talentos do Brasil em 2014, o Instituto venceu a Concorrência N° 001/2013 do Sebrae/To. O edital desta concorrência (cf. Anexo 1) previa a contratação de

[...] empresa especializada na prestação de serviços para capacitação em práticas gerenciais de mercado, inovação tecnológica, curadoria para as peças de coleções já desenvolvidas, bem como na criação de novos produtos, junto aos 14 grupos apoiados pelo Projeto Talentos do Brasil [...] para que os mesmos possam desempenhar suas atividades no segmento de moda e artesanato, visando à inserção desses produtos no mercado nacional e internacional [...] (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS, 2013, p.1).

Assim, a visão do Instituto alcançou não só a Cooperativa Lã Pura, mas todos os grupos apoiados pelo Talentos do Brasil, tendo a equipe de profissionais da organização se dividido para conduzir as oficinas do projeto.

Apesar de os termos “design” e “designer” não estarem presentes no edital, parece haver um consenso entre as instâncias participantes no projeto (Governo Federal, Sebrae/To, Instituto Meio e Cooperativa Lã Pura) de que os designers são os profissionais que se encaixam neste papel.

No Anexo V do Edital da Concorrência N° 001/2013, o Termo de Referência da atuação do Sebrae/To, no que diz respeito ao Talentos do Brasil, descreve as atividades de “consultoria de criação e desenvolvimento de produtos” a serem realizadas nas unidades produtivas da seguinte forma:

- a) Diagnósticos – Identificar habilidades, tipologias trabalhadas para definir o seguimento a ser atingido pelo grupo, visando a definição de estratégia de mercado.
- b) Curadoria dos produtos já existentes visando a melhoria e desenvolvimento de novos produtos;
- c) Definir os segmentos que serão desenvolvidos pelo grupo de acordo com as habilidades das artesãs apresentadas no diagnóstico;
- d) Transferência de tecnologia para desenvolvimento de processos de fabricação e qualidade sequenciada durante produção do produto;
- e) Desenvolvimento de 05 (cinco) novos produtos.

Desenvolvimento de caderno técnico com memorial descritivo dos produtos desenvolvidos em cada unidade produtiva contemplada neste Termo de Referência;

Desenvolvimento da Identidade Visual das coleções criadas;

Desenvolvimento da tabela de preços para venda no atacado e varejo, com definição da política comercial de cada unidade produtiva;

Desenvolvimento de caderno virtual para a comercialização dos produtos criados, com definição de códigos e nomes para cada produto, visando à comercialização da coleção criada.

Oficina de Qualidade Sequenciada

Realizar oficina de qualidade sequenciada, visando a produção de 03 (três) peças de cada protótipo criado, assegurando a qualidade no processo produtivo. (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS, 2013, p.10-11, grifo do autor)

Foi, portanto, tendo tais diretrizes e objetivos que Lars Diederichsen se dirigiu a São Borja para realizar a oficina de produtos com a Cooperativa Lã Pura em fevereiro de 2014.

Neste capítulo foram descritos os projetos institucionais, os objetivos, da Cooperativa, do projeto Talentos do Brasil e do Instituto Meio. De minha parte, a ida para São Borja foi motivada pela tentativa de compreender como se dá a relação entre designers e artesãos, tendo sido a oficina uma oportunidade para observar esses sujeitos em contato. Sendo formada em design, procurei distanciar-me de minha prática profissional a fim de fazer com que fossem vistas de outra forma as coisas familiares a mim (Weber, 2014). Não sem dificuldades, exercitei desnaturalizar a atividade em design por mim conhecida e as noções e significados que a compõem.

Então, com este objetivo, busquei um conjunto teórico que me ajudasse no sentido de estranhar aquilo que me é conhecido, me valendo de um modo de produzir conhecimento distinto do de design para perceber como são acionados conceitos e sentidos dos domínios do design e do artesanato quando os profissionais destas áreas se encontram. A antropologia pareceu, portanto, boa para pensar as questões que surgiram ao longo do trabalho de campo. No capítulo seguinte, descrevo minha interação com os interlocutores da pesquisa e como as condições da pesquisa influenciaram o acesso a informações.

3 REALIZAÇÃO DA PESQUISA

As experiências que tive em campo anteriores a esta pesquisa são de natureza distinta da prática etnográfica. Nestas ocasiões, os dados produzidos na pesquisa de campo, as relações construídas e as situações observadas transformavam-se em informação para o projeto, para o desenho de um objeto concreto. Deste modo, a pesquisa de campo realizada neste trabalho foi conduzida tendo como base minhas vivências anteriores.

A respeito da explicitação das condições do trabalho de campo³⁰, Hortense Powdermaker (1966, p. 19) aponta que “o antropólogo é um instrumento humano estudando outros seres humanos e suas sociedades. [...] sua personalidade é parte da situação de pesquisa”. Ainda que este não seja um esforço de um antropólogo, mas sim de uma designer, podemos considerar que, ao lançar-me em tentativa etnográfica, me assumi como “instrumento humano”, disposta de uma experiência de “estar em campo” específica, baseada na ideia de que um bom projeto de design parte da compreensão dos modos de vida ‘outros’, o que, por sua vez, depende de uma observação/participação atenta e comprometida com este ‘outro’ e seus costumes e fazeres.

A pesquisa de campo realizada neste estudo se deu por uma série de encontros com as pessoas apresentadas no capítulo anterior, entre dezembro de 2013 e agosto de 2014. A maior parte dos dados para o trabalho foi produzida por meio de pesquisa etnográfica em São Borja (RS) e Uruguaiana (RS) durante as duas etapas da oficina de desenvolvimento de produtos para a Coleção Copa do Mundo 2014, voltada para as artesãs da cooperativa Lã Pura, reunidas em São Borja. Cada etapa da oficina teve entre três e quatro dias de duração. No entanto, o período de permanência nas cidades gaúchas foi um pouco mais longo (de 29 de janeiro a 12 de fevereiro e de 20 a 28 de março), de modo que tive alguns dias a mais, antes e depois do encontro, em contato com as artesãs que me hospedaram.

A maneira mais rápida de se chegar a São Borja envolve: uma viagem de avião do Rio de Janeiro para Porto Alegre, uma viagem de avião de Porto Alegre para Santa Maria (na região central do estado) e uma viagem de ônibus de Santa Maria para São Borja (fronteira Oeste do estado). Leva-se um dia para realizar a viagem, uma vez que os horários oferecidos

³⁰ O conjunto teórico utilizado para pensar as questões relativas às condições da pesquisa e às relações construídas em campo e como estas afetaram as possibilidades de acesso aos dados parte da bibliografia sugerida na disciplina “Etnografias e Intersubjetividades”, cursada por mim no Programa de Pós Graduação em Antropologia Social, no Museu Nacional (PPGAS/MN – UFRJ) no segundo semestre letivo de 2013.

pelas companhias aéreas e rodoviárias ocasionam longos intervalos entre os percursos necessários.

Integram também os dados apresentados neste trabalho as informações fornecidas pelas artesãs da Lã Pura (e de outros grupos participantes do Talentos do Brasil) em visitas a feiras e eventos dos quais a Cooperativa participou com o apoio do Talentos do Brasil. Nestas ocasiões, tomei contato também com representantes das instituições envolvidas no projeto, tais como a coordenadora do Talentos do Brasil no Ministério do Desenvolvimento Agrário e consultores do Sebrae/TO e Sebrae/RS. Os eventos em que estive presente foram a 24^a Feira Nacional de Artesanato, em Belo Horizonte (dezembro de 2013), a Festa da Uva, em Caxias do Sul (fevereiro de 2014), e a feira de negócios Craft Design, em São Paulo (agosto de 2014).

O registro da vivência em campo se deu por meio de notas e desenhos em cadernos, (estando os últimos disponíveis no Anexo 2), fotografias e, quando autorizado, gravações de áudio e filmagens. Por ter ficado hospedada nas casas de duas das artesãs (D. Eva em São Borja e D. Elsa em Uruguaiana), naturalmente as notas de campo deste período privilegiam os pontos de vista e os discursos delas. Registrei, portanto, não só as oficinas, como diversos momentos de meu convívio diário com as artesãs. Tais momentos também se mostraram ricos para a pesquisa, pois fora da situação de encontro com o designer, as artesãs sentiam-se mais livres para exprimir suas opiniões sobre o trabalho de design desenvolvido dentro do Talentos do Brasil, tanto naquela ocasião quanto anteriormente. Desse modo, a possibilidade de acompanhar o encontro em si e toda a movimentação ao redor deste forneceu uma maior e mais completa rede de informações sobre como cada uma das pessoas envolvidas percebe e valora o trabalho ali proposto.

Nos itens a seguir, serão exploradas as questões relativas à realização da pesquisa de campo e ao meu próprio papel como designer e pesquisadora, bem como a relação construída com os interlocutores. Para refletir sobre estes tópicos, parte-se da ideia de Devereux (2003), etnólogo e psicanalista, de que a personalidade do científico (e, acrescento, sua subjetividade), importa para a ciência porque explica a deformação do material coletado. Ao introduzir os conceitos psicanalíticos de “transferência” e “contratransferência” nos estudos das ciências sociais, Devereux apresenta quatro componentes relativos à contratransferência: (1) questões de gênero e orientação sexual; (2) questões de idade e geração; (3) posição social e atitudes do pesquisador em relação ao tema observado e (4) a posição ocupada pelo pesquisador na

sociedade como um todo³¹. Esses componentes, portanto, foram tidos como chaves para pensar a maneira como se deu o relacionamento da pesquisadora com os seus interlocutores ao longo da pesquisa de campo.

No entanto, para que minha presença nas oficinas fosse autorizada, conforme descrito abaixo, foram necessárias acrescentar outras etapas a essa “viagem”.

3.1 Primeiro contato com a Cooperativa Lã Pura

Um dos interesses iniciais de pesquisa foi o de compreender como se dá a interação entre designers e artesãos. Para tanto, motivada por um descontentamento com relação às descrições (livros, artigos, monografias, etc.) já existentes sobre o assunto, lancei-me a “ver mais de perto” tal realidade social. Beaud e Weber (2014, p. 11) comentam que “o etnógrafo, por definição, é alguém que não se contenta com visões panorâmicas, que não se satisfaz com categorias já existentes de descrição do mundo social...” e que este “reserva-se o direito de duvidar *a priori* das explicações já prontas da ordem social”. Neste sentido, identifiquei-me com a figura do etnógrafo e dei início a uma busca por um grupo que trabalhasse artesanalmente a produção de artefatos.

Tomei conhecimento sobre a Cooperativa Lã Pura por meio da participação de D. Elsa no Prêmio Mulher Artesã Brasileira. De acordo com a página do Prêmio na internet, o objetivo do projeto era identificar mulheres que trabalhassem com o artesanato “não somente [como] uma forma de subsistência, mas também uma motivação constante de transformação da realidade social” (MULHER ARTESÃ BRASILEIRA, 2013), tendo seus trabalhos expostos na sede da Organização das Nações Unidas, em Nova Iorque. Na mesma página estavam disponíveis curtas descrições sobre o trabalho de cada artesã e o de D. Elsa me levou ao site da Lã Pura. Identifiquei que a Cooperativa já havia realizado trabalhos com designers e, por este motivo, pareceu-me um grupo que me ajudaria a pensar as relações entre design e artesanato.

O primeiro contato com a Lã Pura se deu por telefone, em novembro de 2013. Depois de ter lido sobre o trabalho da cooperativa pela internet (LÃ PURA, 2013), tive uma breve

³¹ Cioccarri (2009, p. 218) explica os conceitos de “transferência” e “contratransferência” utilizados por Devereux da seguinte maneira: “Conforme Devereux (1980, p. 75), o termo psicanalítico *contratransferência* diz respeito às deformações que afetam a percepção do analista em relação a seu paciente – ou do etnógrafo em relação a seu nativo. O analista, como o etnógrafo, responde a seu interlocutor [...] e então se comporta em função de suas próprias necessidades inconscientes. É por uma convenção que se denomina *transferência* as reações do analisado ou informante e *contratransferência* as do analista ou etnógrafo”.

conversa com D. Eva, diretora do grupo. Ao longo da ligação, contei-lhe sobre meu interesse em pesquisar as relações entre design e artesanato e de fazer uma visita a São Borja para conhecer o trabalho delas. D. Eva comentou que haveria uma oficina de desenvolvimento de produtos com um designer em janeiro de 2014, sugerindo que eu fosse, então, naquela época. Em seguida, enviei um e-mail para o endereço fornecido no site da cooperativa, reforçando a intenção de conhecer o trabalho da Lã Pura e possivelmente assistir à oficina. Em ambas as formas de contato me apresentei como estudante de mestrado em design.

No início de dezembro, ainda sem resposta para a mensagem eletrônica enviada, decidi ir à 24^a Feira Nacional de Artesanato, em Belo Horizonte. Imaginei que haveria alguma artesã da Lã Pura na feira e, caso não houvesse, poderia encontrar ali outra opção para realizar o trabalho de campo.

No pavilhão da Expominas, onde é realizado o evento, são instalados 1100 estandes que recebem artesãos de todos os estados do Brasil, bem como representantes de outros países (FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO, [2015?]). Dentre os estandes, destacam-se algumas “áreas especiais”, rapidamente captadas pelo olhar do visitante. São espaços mais bem iluminados e de maior porte, podendo ser vistos de longe. Todas esses espaços eram ocupados pelo Sebrae e, em um deles, ao fundo do pavilhão, a Cooperativa Lã Pura dividia o espaço com outros grupos.

Apresentei-me à Vanilda, filha de D. Eva, que lembrava de ter lido meu e-mail. Comentei sobre a sugestão de D. Eva de que eu fosse a São Borja na época da oficina com o designer. A princípio, ela se mostrou receosa, mas não achou que minha presença seria um problema. No entanto, questionou se não deveríamos falar com “alguém do Sebrae” e me levou para conversar com Andrea e Marcio, que se encontravam ao fundo do estande.

Durante a conversa, Vanilda falou bastante – e eu deixei que falasse por mim no começo. Introduziu o assunto e, quando Andrea sugeriu que pedíssemos autorização ao designer, concordou acrescentando que achava que não haveria problema, pois a própria Cooperativa já havia me “aceitado”. Marcio achou que eu deveria pedir autorização à Ludimilla, do Sebrae/TO, mas Andrea disse que não seria necessário falar com ela, mas sim com o Lars – designer que viria a dar a oficina –, afinal eu era “apenas uma universitária”.

Permaneci no estande por mais alguns minutos conversando com Vanilda. Foi então que percebi que aquele era um espaço privilegiado na Feira, que a Cooperativa deveria ter recebido algum apoio para expor ali. Perguntei a Vanilda sobre isso e ela me chamou atenção para a sinalização “Talentos do Brasil” que se repetia no ambiente. Segundo ela, o programa Talentos do Brasil tem como característica a conversa entre design e artesanato e foi pensado

por regiões “para desenvolver produtos com matérias primas locais. Por exemplo: lã. Lã funciona. É dos pampas...”.

Quando estava indo embora, me despedi e ela me perguntou se eu havia ido para a Feira só para “isso” (encontrar com elas). Disse que sim, mas que tinha ido também para começar o trabalho, ter uma visão geral do que se entende por artesanato. Vanilda então falou: “até porque tem muita coisa que chama de artesanato mas não é... A mãe vai poder te ajudar com isso. Ela é muito simples, mas trabalhou a vida toda com artesanato”.

O contato em Belo Horizonte foi fundamental para que a possibilidade de realizar a pesquisa durante a oficina em São Borja se concretizasse. Ficou claro que ter ido ao encontro delas na Feira gerou uma maior confiança por parte de Vanilda para aceitar que a pesquisa fosse conduzida com a Lã Pura. Além disso, o fato de ser “apenas uma universitária” fez com que eu fosse vista com certa inocência e por isso “não faria mal” observar a oficina. Beaud e Weber (2014) comentam que “ser estudante” fornece muitos recursos para uma pesquisa, uma vez que esta categoria é familiar para muitos dos pesquisados. Para elas, “os estudantes não representam uma ameaça social” (p.68), pois ainda estão em uma etapa de aprendizado, um estágio anterior à entrada na vida ativa. Portanto, refletindo retroativamente, afirmar naquele momento que eu não era uma ameaça significava que havia se estabelecido uma confiança entre mim e a Cooperativa, no sentido de que eu não iria explorar o seu trabalho, nem “copiar” os seus produtos.

3.2 Sobre ser designer e “levar jeito” para artesanato

As artesãs foram, dentre os envolvidos no Talentos do Brasil, as pessoas com quem passei mais tempo e, portanto, mantive um relacionamento mais estreito ao longo da pesquisa. Nesta seção, serão expostos alguns aspectos desta relação que influenciaram o acesso às informações para a o estudo.

Depois do primeiro contato em Belo Horizonte, troquei diversas mensagens por correio eletrônico com Vanilda. Ao longo destas mensagens, combinamos a data da minha ida a São Borja e trocamos informações, tais como o tema e as etapas da oficina que estava para acontecer. Chegando a São Borja, no primeiro momento da pesquisa de campo, três dias antes da oficina, instalei-me num hotel e só fui ter com D. Eva no dia seguinte. Na primeira manhã em que passamos juntas, a artesã propôs que eu “botasse a mão na massa”, comentando que não poderia parar de trabalhar para conversar comigo e que imaginou que eu quisesse fazer alguma coisa, já que iria passar tanto tempo com elas. Me ensinou a fazer cobrinhas de feltro

e dirigiu-se para a roca. Deixei a casa de D. Eva ao meio-dia e combinamos que eu voltaria depois do almoço.

Na volta, ela me perguntou se eu morava no interior e eu disse que não, que morava na cidade e, ao ouvir a resposta, falou que tinha me achado “muito simples”. Em seguida, por conta de minhas características físicas, questionou-me se eu era de origem italiana ou alemã. Disse, estratégica, porém honestamente, que tinha família alemã e gaúcha, relatando as relações de parentesco responsáveis por isso. Imediatamente, D. Eva identificou o fato de eu “ser simples” com as origens de minha família, as mesmas da sua. Respondidas as duas perguntas, D. Eva me convidou para ficar hospedada em sua casa.

Assim, do mesmo modo como Lila Abu-Lughod (1999) faz em *Veiled Sentiments*, ao remontar a situação na qual se deu sua inserção em campo entre o beduínos no Egito, em Awlad ‘Ali, em 1978, revejo aqui a maneira como se deu o contato inicial com a Lã Pura, por meio do encontro com sua diretora. Refletindo sobre o momento inicial da pesquisa, Abu-Lughod comenta que a maneira como se deu sua introdução na comunidade beduína (por meio de um pedido formal de seu pai) afetou profundamente sua posição e a natureza do trabalho que ela pôde realizar. Em seu caso, o fato de possuir uma “identidade compartilhada” – ser árabe e muçulmana – e vir de uma boa família, possibilitou que a pesquisadora fosse vista pelos próprios beduínos como “de dentro” de sua comunidade (ABU-LUGHOD, 1999).

As mulheres “de origem”, as alemãs (ou “alemoas”, como D. Eva diz), representam, ao contrário das brasileiras, mulheres trabalhadoras: “alemoa não fica parada, pega, faz, logo arruma o que fazer”. E se eu não fosse de origem alemã? Se não tivesse “botado a mão na massa”, teria recebido o convite para me hospedar na casa dela? Pela maneira como se deu a curta “entrevista” que D. Eva realizou comigo logo antes de me fazer o convite para me hospedar em sua casa, fica claro que, nas respostas, ela identificou uma “identidade compartilhada” entre nós que garantiu um acesso maior e mais profundo ao seu universo.

O fato de estar na casa da diretora da Cooperativa ampliou não só a quantidade, mas também a qualidade das informações sobre o universo do ofício com a lã natural. Por causa disso, tive a oportunidade de registrar acontecimentos externos à oficina (tais como conversas em rodas de chimarrão ou situações de produção de peças), tão ricos para compreender as questões levantadas pela pesquisa quanto os momentos da oficina.

Voltei para o hotel naquela noite e, quando estava me despedindo de D. Eva, ouvi: “diz pra mãe que você arrumou uma velha aqui em São Borja que vai te raptar”. Assim, não

só fui identificada como alguém com as mesmas origens que D. Eva, mas como alguém da família, tendo Eva se colocado no papel da “velha”, da mãe, e eu, da “filha emprestada”³².

Ainda em Abu-Lughod (1999, p. 16), encontro apoio para pensar que “em primeiro lugar, eu não poderia ter sido considerada filha se não fosse mulher”. Não obstante, aos olhos de D. Eva, “levo jeito para o artesanato”. Portanto, ser mulher pesquisando um contexto majoritariamente feminino, adicionado ao fato de “levar jeito”, ou seja, estar próxima da atividade praticada pelas artesãs fez com que eu fosse vista como parte (ou quase parte, “quase uma artesã”) do grupo. Isto aproximou-nos e aumentou a gama de assuntos possíveis entre nós, gerando um grau de intimidade que permitia que eu ouvisse críticas ao trabalho de um ou outro designer ou ainda participasse de discussões sobre conflitos internos do grupo.

O fato de o designer que coordenou a oficina ser do sexo masculino também chama atenção. No entanto, parece que, para as artesãs, no caso de Lars, o fato de “ser designer” era mais importante que o fato de “ser homem”. Na situação observada, a produção artesanal relacionava-se com universo feminino enquanto que a atividade de design estava diretamente ligada a uma representação masculina, muitas vezes a única no ambiente (ainda que Lars tenha levado seu filho Luca para a primeira etapa das oficinas).

No que diz respeito à minha relação com Lars, menos intensa do que a relação com as artesãs, podemos dizer que o fato de eu ser designer contribuiu para a obtenção de informações, no sentido em que, da mesma maneira como ocorreu com as artesãs, esta “identidade compartilhada” ampliou a gama de assuntos possíveis a serem abordados. Como será exposto adiante neste estudo, igualmente para as artesãs minha identidade como designer emergia, identificando-me, especialmente durante as oficinas, como alguém “de fora” do grupo, mais próxima “do designer que veio” para a ocasião.

Mantendo o paralelo com as reflexões de Abu-Lughod (1999), a concentração de meus esforços de pesquisa no universo feminino, das artesãs, pode ser considerada uma limitação. Contudo, meu acesso aos dois universos, o do design e o do artesanato, foi equilibrado, no sentido em que ser uma designer com habilidade para o trabalho com as mãos me possibilitava transitar nos polos do encontro.

Outro aspecto relevante para esta reflexão diz respeito aos métodos escolhidos por mim (como já dito, por meio notas em cadernos de campo, desenhos, fotografias e, quando autorizado, gravações de áudio e filmagens). No primeiro dia em campo, D. Eva comentou:

³² Em diversas ocasiões posteriores, durante conversas pelo telefone, D. Eva utilizou esta expressão para enviar os cumprimentos à minha mãe: “manda um abraço pra mãe e diz que eu agradeço a ela por ter me emprestado a filha”.

“não sei se tu vai querer botar a mão na massa, mas se é tanto tempo [14 dias], eu disse ‘acho que ela não vem só fotografar e vai embora como os outros’”. A partir desta fala, percebi que uma maneira de diferenciar o trabalho que estava me propondo a fazer das pesquisas mais curtas e entrevistas já realizadas com a Cooperativa seria agir de forma distinta com relação à fotografia. Então, o fato de ter evitado fotografar as situações no início da pesquisa, creio, também contribuiu para uma aproximação com D. Eva. Ainda que ela tenha dito que não se incomodava com este tipo de registro, expressou um sentimento reconfortante ao comentar que “a maioria [dos jornalistas] vem com computador, máquina fotográfica... e tu veio com o caderno”. Uma vez que eu tinha sido “aceita” pela diretora da Cooperativa, as outras artesãs não só não questionaram a minha presença, como interessaram-se pelo meu trabalho, mostrando-se dispostas a colaborar em todos os momentos.

Por fim, tomar chimarrão todas as tardes em roda com as artesãs fortaleceu os laços entre nós e permitiu a escuta de conversas informais sobre a oficina, o projeto Talentos do Brasil, os designers. Estas eram falas espontâneas, menos preocupadas, durante conversas travadas entre as artesãs, muitas vezes sem que eu levantasse questões. Há uma diferença entre o discurso que é dito à “pesquisadora”, quando esta coloca perguntas, e o discurso mais “natural”, acionado em roda, numa situação social mais tranquila e despreocupada.

Assim, constatei que havia uma oscilação tanto na percepção das artesãs quanto na do designer em relação ao meu posicionamento naquela situação: às vezes mais ligada ao grupo de mulheres, vista como alguém “de dentro” para elas e “de fora” para ele, e outras mais ligada ao “profissional da criação”, alguém que vem “de fora” para as artesãs e é “de dentro” para o designer. Essa variação na atribuição de identidades pelos meus interlocutores se deu conforme os espaços de interação e os sujeitos envolvidos, muitas vezes de forma estratégica. Do mesmo modo como o fato de eu “ser estudante” serviu no início da pesquisa como porta de entrada para o grupo, o fato de eu “ser designer” servia às artesãs quando elas me pediam que desenhasse alguma peça para elas produzirem.

Cabe, então, reforçar a citação referente à descrição de Powdermaker (1966, p.12-13) a respeito de sua experiência em Lesu como uma maneira de “estar envolvida e distanciada, aprendendo a pensar, ver, sentir, e, por vezes, agir como melancolia e ainda assim reter a capacidade de se colocar de fora e pensar, ver e agir como um membro de sua própria sociedade e uma antropóloga treinada” não só serviu como inspiração para os modos de agir que adotei em campo, como, de fato, refletem a experiência vivenciada, ainda que não se trate, aqui, de uma antropóloga treinada.

Como mencionado anteriormente, para que estivesse distanciada e pudesse ver com mais estranhamento as situações das quais participei como pesquisadora, optei por valer-me da antropologia. A seguir, no capítulo 3, reviso um determinado conjunto teórico que trata da noção de mediação. Esta noção mostrou-se rica para tratar dos processos de construção de realidades sociais e de novas províncias de significados decorrentes das relações dos sujeitos uns com os outros na situação observada em campo.

4 MEDIAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE REALIDADES

Em seu livro *Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas*, o antropólogo Gilberto Velho (2003, p. 8) afirma que, nas sociedades complexas moderno-contemporâneas, por conta da diversidade de contextos coexistentes, há uma tendência de construção de identidades individuais “a partir de um jogo intenso e dinâmico de papéis sociais, que associam-se a experiências e a níveis de realidade diversificados, quando não conflituosos e contraditórios”. É ao transitar entre estes diversos domínios, nas idas e vindas, que os indivíduos se constroem, são feitos e refeitos e, por conseguinte, expressam o seu potencial de metamorfose.

A noção de *metamorfose*³³, conforme formulada na obra em questão, refere-se à capacidade de um agente social transitar entre as diferentes *províncias de significado*, que, nos termos de Schutz (1979 apud VELHO, 2003), podem ser relacionadas à ideia de definições da realidade. Tais definições são decorrentes de complexos processos de negociação e construção, não só constituintes da vida social, mas desenrolados ao longo desta. Ainda segundo o antropólogo, as províncias de significado evidenciam mundos diversos que constituem uma sociedade em sua singularidade e nas relações com os outros. No entanto, ao nos aproximarmos da questão da multiplicidade de mundos e domínios, adverte Velho, lidamos não somente com contextos sociais distintos, mas também com diferentes planos e níveis de realidade socialmente construídos. Nesse sentido, “o trânsito entre essas províncias e mundos é uma das questões cruciais para a compreensão sociológica e antropológica.” (VELHO, 2003, p. 29).

Estas passagens, por vezes imperceptíveis, entre os domínios do trabalho, do lazer, do sagrado, dentre outros, se dão a todo tempo e de modo desdramatizado. Assumindo papéis variados, em função dos planos em que se movem, os indivíduos encontram-se no que Velho (2003, p. 26) entende como a “interseção de diferentes mundos” e em “permanente latência”, construindo (e reconstruindo) suas identidades continuamente em um processo dinâmico. De acordo com o autor:

A *metamorfose* de que falo possibilita, através do acionamento de códigos, associados a contextos e domínios específicos – portanto, a universos simbólicos diferenciados – que os indivíduos estejam sendo permanentemente reconstruídos.

³³ É importante ressaltar que a noção de *metamorfose* deve ser usada com cautela, “pois os indivíduos, mesmo nas passagens e trânsito entre domínios e experiências mais diferenciadas, mantêm, em geral, uma identidade vinculada a grupos de referência e implementada através de mecanismos socializadores básicos contrastivos, como família, etnia, região, vizinhança, religião etc.” (VELHO, 2003, p.29).

Assim, eles não se esgotam numa dimensão biológico-psicologizante, mas se transformam não por violação, mas porque fazem parte, eles próprios, do processo de construção social da realidade (VELHO, 2003, p. 29).

Deste modo, é possível perceber que tanto o processo de constituição de identidades individuais, quanto o de construção social de uma realidade, são não apenas relacionados, mas concomitantes e entrelaçados entre si. Conforme descrito no trecho destacado acima, o autor acredita ser a natureza simbólica de uma realidade socialmente construída aquilo que possibilita o trânsito entre os diferentes mundos, planos e províncias.

Convém ressaltar que, se assumimos a existência de diversos papéis sociais, domínios, mundos, planos e províncias, palavras usadas em sua forma plural, estamos lidando com o reconhecimento da diferença e que, no nível da *organização social* (FIRTH, 1951 apud VELHO, 2003), os indivíduos e suas redes de relação lidam com o fenômeno da *negociação da realidade*. A própria ideia de *negociação*, afirma Velho (2003, p. 21):

implica o reconhecimento da diferença como elemento constitutivo da sociedade [... sendo] não só o conflito, mas a troca, a aliança e a interação em geral, constituem a própria vida social através da experiência, da produção e do reconhecimento explícito ou implícito de interesses e valores diferentes.

Por conseguinte, no plano individual, a participação nesses mundos diferenciados (bem como a possibilidade de trânsito entre estes) e o desempenho destes múltiplos papéis ocasionam o desenvolvimento do chamado *potencial de metamorfose*. Entretanto, este *potencial* não está igualmente distribuído por toda sociedade, conforme destacado por Velho e Kuschnir (2000). Para os autores, existiriam trajetórias e contextos particularmente favoráveis ao desenvolvimento desta capacidade de trânsito. Algumas pessoas se caracterizam por “uma forte mobilidade entre domínios sociais, com experiências variadas e contraditórias, propiciando a efetivação de metamorfoses, mudanças radicais de papéis [...]” (VELHO; KUSCHNIR, 2000, p. 82). Do mesmo modo, a circulação entre diferentes mundos possibilita que certos agentes sociais não só desenvolvam o potencial de metamorfose, mas ativem uma determinada “competência específica”, a de *mediação*.

É possível encontrar, na sociedade moderno-contemporânea, diversos exemplos de mediação. Velho e Kuschnir (2000, p. 83) citam, dentre outros, os sacerdotes (mediadores entre os seres humanos e as divindades); os diplomatas (“mediadores oficiais“ entre Estados-nação específicos) e os advogados e juízes (“negociadores entre partes de conflitos”). Em alguns casos, os mediadores atuam em situações de negociação entre esferas distintas de poder. Em outros, sua atuação está ligada à “*coexistência de múltiplos níveis de cultura*, isto

é, à convivência com valores, normas e princípios contraditórios de interpretação da realidade” (VELHO; KUSCHNIR, 2000, p. 84, grifos do autor). Portanto, um indivíduo neste papel atua tanto como *negociador* frente às contradições entre as múltiplas “culturas políticas” mediadas, quanto como *intérprete* dos diferentes níveis culturais ou como *mediador* (no sentido mais comumente usado), solucionando conflitos, os mais diversos, entre grupos de diferentes naturezas.

Além disso, os antropólogos destacam a atuação do mediador como *broker*: aquele que realiza tarefas, supervisiona atividades de contato e se configura por sua capacidade de “falar” muitas línguas, manipulando habilidosamente os diversos códigos político-culturais dos grupos que acionam a sua atuação. Outro quadro existente, particularmente favorável à ação do mediador são as *patron-client relationships*, que se caracterizam pela tendência à interferência nas instituições formais da sociedade. Nestes casos, muitas vezes, o mediador é simultaneamente patrão e cliente em relação a diferentes grupos – posição frequentemente observada em sociedades complexas. No caso de grupos mais homogêneos, é comum a presença de um indivíduo que estabelece o contato entre esse grupo local e o “mundo de fora”.

O tipo social do mediador (CASTRO, 2001, p. 209) é, então, aquele que, intencionalmente ou não, é capaz de “lidar com vários códigos e viver diversos papéis sociais, num processo de metamorfose”, como sugerido por Velho (2001, p. 25), estabelecendo pontes, comunicação, entre grupos sociais distintos. Os comentários de Duarte (2001, p. 129) reforçam a importância do estudo sobre o tema da mediação “na medida em que mediação é relação, conexão, vínculo – seja no sentido cultural, seja no social”. Contudo, é necessário observar, partindo do quadro teórico aqui apresentado, que a condição de mediador não equivale à situação de um agente intermediário, que apenas transporta informações de um lado para o outro. O mediador é capaz não só de localizar “pontos de *contato e comunicação* entre diferentes *mundos*” (KUSCHNIR, 2001, p. 158), mas de produzir resultados, novas realidades, a partir das pontes estabelecidas. Isto é, a participação de um mediador em determinada situação, sua interferência, é *criativa*: gera novos valores e condutas.

Essa perspectiva acerca da atuação do mediador é discutida em pesquisa relatada por Velho e Kuschnir (2000), partindo do estudo de Kuschnir (2000) a respeito da atuação do político (indivíduo que atua nas esferas de poder) como mediador. No referido estudo, os autores afirmam que a mediação não trata somente da tradução de linguagens, uma vez que:

Quando o vereador deixa a posição de ouvinte [dos problemas da população em geral] e passa a falar e propor soluções, ele transforma os termos do discurso

daquele que lhe procura [...]. O político não é um canal inócuo, mas um processador das diversas lógicas envolvidas, que sintetiza e elabora pontos de vista, cirando soluções e projetando-as em ações eficazes (VELHO; KUSCHNIR, 2000, p. 88).

Com base nisto, é possível dizer que a atividade mediadora envolve não só o reconhecimento e o trânsito entre os diferentes códigos, mas a elaboração e interpretação dos diversos pontos de vista, transformando-os em ações futuras possíveis. Ou, como afirma Velho (2001), o indivíduo na condição de mediador – por realizar viagens entre os grupos sociais distintos, ou seja, transitar com informações e valores – apresenta o potencial de alterar fronteiras, tornando-se assim, agente de transformação.

Alinhada a esta abordagem, Kuschnir (2001, p. 157), a partir dos eventos em que apresenta em seu artigo “Trajetória, projeto e mediação na política” identificou uma estrutura na atividade mediadora do político: “obstáculo-mediação-solução”, sendo o vereador a peça central do esquema. Esta chave, “obstáculo-mediação-solução”, ilustra a característica transformadora da atividade de mediação, uma vez que passar do “obstáculo” para a “solução” implica em uma alteração do quadro social³⁴.

Convém lembrar, contudo, que nem sempre a mediação é possível ou é bem-sucedida. Existem situações e contextos mais propícios a este tipo de atividade. Do mesmo modo, nem toda atuação mediadora se dá conscientemente. Velho (2001, p. 21) ilustra tal ponto a partir do caso das empregadas domésticas que “oriundas das camadas populares, trabalham em casas de camadas médias e de elite”. No ir e vir de sua casa para o trabalho, a empregada doméstica carrega informações e experiências, mantendo um fluxo de comunicação entres diferentes classes e níveis de cultura: no trabalho, ela convive com os hábitos dos patrões e defronta-se com códigos distintos dos de seu meio de origem (padrões de comportamento, hábitos alimentares e critérios estéticos, etc.). Ao mesmo tempo, ela leva para o contexto de trabalho os seus costumes e crenças, também específicos. Deste modo, “mesmo não tendo, necessariamente, um projeto claro de intermediar, efetivamente tornam-se *go-betweeners*” (VELHO, 2001, p. 22).

Por outro lado, Castro (2001) chama atenção para a o fato de que o fenômeno da mediação não deve ser visto como uma característica natural de certos indivíduos, já que “nem eles estão ‘predestinados’ a exercerem esse papel (numa dimensão individual/psicológica), nem eles estão ‘determinados’ [...] a exercerem esse papel, por forças

³⁴ Kuschnir (2001) ressalta ainda que cada situação (“obstáculo”) exige do mediador uma dinâmica e uma linguagem distintas, deixando evidente, portanto, que a habilidade *dialogar, negociar*, é crucial para a condição mediadora.

socioeconômicas” (CASTRO, 2001, p. 211, aspas no original). Isto é, enquanto algumas pessoas não possuem “um projeto claro de intermediar” (VELHO, 2001 p.22), outras apresentam um *projeto de mediação*: em certa medida, “querem agir como mediadores” (CASTRO, 2001, p.211).

A noção de *projeto* utilizada por Velho parte daquela desenvolvida por Alfred Schütz (1979 apud VELHO, 2013, p. 65), que o define como: “conduta organizada para atingir finalidades específicas” e está diretamente relacionada à construção de identidade dos indivíduos. Velho (2013) afirma que é indivíduo-sujeito aquele que faz projetos e que a consciência de uma individualidade apoiada em uma memória é o que torna possível a formulação e a condução de projetos. Assim, existiria uma articulação entre projeto e memória ao dar significado à vida, bem como às ações dos indivíduos, ou seja, à sua própria identidade. Deste modo, em sociedades individualistas, a dupla memória/projeto se apresenta como fundamental para situar o indivíduo (ou um grupo de indivíduos), suas motivações e ações, fornecendo visões retrospectivas e prospectivas e, para o autor:

[...] se a memória permite uma visão retrospectiva mais ou menos organizada de uma trajetória e biografia, o projeto é a antecipação no futuro dessas trajetória e biografia, na medida em que busca, através do estabelecimento de objetivos e fins, a organização dos meios através dos quais esses poderão ser atingidos. A consciência do projeto depende, fundamentalmente, da memória que fornece os indicadores básicos de um passado que produziu as circunstâncias do presente, sem a consciência das quais seria impossível ter ou elaborar projetos (VELHO, 2013, p.65).

Um projeto, no entanto, não é estático, tampouco o é a identidade de um indivíduo ou grupo e, de acordo com Velho (2013), é dinâmico e se encontra em permanente reelaboração, reorganizando a memória do ator, dando novos sentidos e significados que repercutem na sua identidade. O autor ainda identifica o projeto como instrumento de *negociação da realidade* com outros atores e se apresenta, fundamentalmente, como meio de comunicação, uma maneira de expressar e articular interesses, objetivos, sentimentos e aspirações para o mundo.

Velho (2013, p. 65) comenta que não trabalha com a noção de um indivíduo-sujeito racional – que arma estratégias e faz cálculos, sistematizando seus dados e atuando mentalmente³⁵ –, e entende o projeto como resultado de escolhas conscientes, feitas a partir das circunstâncias do *campo de possibilidades*³⁶. Logo, segundo essa noção de projeto, ficam

³⁵ Este, talvez, seja o designer, aquele que se especializa em fazer projetos.

³⁶ O *campo de possibilidades* de que fala Velho refere-se à dimensão sociocultural em que se encontra o ator (indivíduo ou grupo). Dimensões socioculturais diferentes fornecem possibilidades distintas de escolhas e tomadas de decisão. O campo de possibilidades é, assim, o “espaço para a formulação e implementação dos projetos” (VELHO, 2013, p.132).

evidentes os processos conscientes de escolha e tomadas de decisão. Isto porque “a ação deliberada resulta de planejamento, do estabelecimento de um objeto e de imaginá-lo sendo realizado e ainda da intenção de realizá-lo independente de o plano ser vago ou existir como projeto detalhado passo a passo” (VELHO, 2013, p. 66).

Kuschnir (2001) diz que nas sociedades individualistas, nas quais os autores exercem escolhas, a ação do mediador deve ser vista como um projeto, mais ou menos consciente. Nesse sentido,

Embora restrito às possibilidades do quadro social e histórico em que está situado, o *projeto* põe em evidência a capacidade dos indivíduos de planejar seu futuro e, com isso, contribuir para dar sentido à sua experiência fragmentada (Velho, 1981). É a partir desse *projeto*, ou “plano de vida”, que o *mediador* organiza seus interesses e estrutura seu estoque de conhecimento para agir com os outros (Schutz, 1979) (KUSCHNIR, 2001, p.159, grifos do autor).

Se assumimos, então, a hipótese de que a mediação pode ser entendida como um projeto de negociação de realidades e que o mediador possui um projeto pessoal de se tornar mediador, estamos assumindo que este indivíduo tem como projeto por em prática aquilo que caracteriza o próprio projeto como instrumento – a negociação. Por consequência, o mediador é aquele que se *especializa* na articulação dos conflitos que surgem a partir da coexistência de círculos sociais distintos. “Mais que isso”, completa Castro (2001, p. 212, grifos do autor), “é alguém que *gosta* imensamente desse papel”.

Em seu artigo “Mediators”, Deleuze (1997) afirma que a ideia de mediação está fundamentalmente ligada a um *outro*, ou, mais especificamente, ao *diálogo com um outro*. Segundo o autor,

Eles [mediadores] podem ser pessoas [...], bem como coisas, ou mesmo plantas e animais [...]. Não importa se eles são reais ou imaginários, animados ou inanimados, você deve estabelecer os seus mediadores. É uma série. Se você não está em um grupo, mesmo um completamente imaginário, você está perdido. Eu preciso dos meus mediadores para me expressar e eles nunca iriam se expressar sem mim: você está sempre trabalhando em grupo, mesmo quando parece estar sozinho (DELEUZE, 1997, p.285).

Desta maneira, uma realidade socialmente construída (Velho, 2003), ou a geração de novos valores e condutas (Kuschnir, 2001), é, para Deleuze (1997), produzida a partir do *diálogo*, da expressão dos mediadores em relação uns com os outros. Isto é, nos termos dos dois primeiros citados acima, a partir das negociações derivadas dos diversos projetos individuais.

Deleuze (1997, p. 293) diz ainda que “a verdade é uma produção de existência”, ou seja, é *construída* e não *descoberta*. Para ele, não há “verdade que não falseie ideias

estabelecidas. Dizer que ‘a verdade é criada’ implica [dizer] que a produção da verdade envolve uma série de operações que equivalem [...], a rigor, a uma série de falsificações” (DELEUZE, 1997, p. 286). Além disso, esta atitude de falsear para produzir verdades é o que caracterizaria os mediadores.

O aspecto criativo da atitude de mediação de que fala Deleuze, ou seja, o fato de que a as negociações entre o que é “falso” ou “verdadeiro” gera uma nova “verdade”, é explicitado por Andreassen e Larsen (2007, p. 21) em seu artigo “The middleman: beginning to talk about mediation”: “para Deleuze”, dizem eles, “movimento/fluxo³⁷ é criação em si, e o mediador abraça o movimento a fim de manter o mundo aberto e vivo”.

O desafio de “abraçar” o movimento, ou “conectar-se com aquilo que já está aí” (ANDREASEN; LARSEN, 2007, p.21) parte de Deleuze que propõe uma mudança no ponto de vista da própria ideia de movimento como saída para o pensamento contemporâneo. A definição de movimento que por muito tempo pressupôs uma força inicial, viria se ampliando na direção de “ser capturado no movimento de uma grande onda” (Deleuze, 1997, p.281) . O importante, como apontam Andreassen e Larsen (2007, p.21), “não é ser a origem de um esforço [...] mas, em vez disso, participar em movimentos: colocar ideias em órbita e ser pego num movimento perpétuo”, deixando de lado a guarda de determinadas ideias para envolver-se com aquilo que já existe.

A partir desse quadro teórico, portanto, podemos tomar a mediação como uma competência generativa, criativa. Da mesma maneira, o inverso também pode ser discutido: como afirma o filósofo, “a noção de criação é toda sobre mediadores. Sem eles, nada acontece” (DELEUZE, 1997, p. 285).

Isso posto, é preciso, de acordo com Vianna (2001, p. 42), que o mediador desacredite na “realidade soberana das barreiras sociais” ou “falsifique verdades” nos termos de Deleuze (1997), para poder se movimentar por entre os domínios e províncias de significado. “Mediar”, “desacreditar” ou “falsear” são ações que apontam a capacidade de negociação, reflexão e de reelaboração do agente mediador, ou do “*middleman*” (ANDREASEN; LARSEN, 2007), sobre um determinado domínio e que, por conseguinte, criam novas realidades, novos campos de possibilidades.

Interessa, neste trabalho, explorar especificamente de que modo “novas existências” podem ser produzidas quando encontram-se designers e artesãos, partindo do contexto da oficina de design do programa Talentos do Brasil. As artesãs, os designers e as instituições

³⁷ É possível entender “movimento”, aqui, como a circulação entre as diversas províncias de significado já mencionadas.

envolvidas nesta situação possuem, individualmente, os seus projetos, seus objetivos relacionados ao programa. Quando estes sujeitos são postos em relação, eles precisam negociar uns com os outros para que suas metas se concretizem. Neste sentido, na medida em que precisam lidar com diversos códigos e viver diferentes papéis sociais, todos eles podem ser vistos como mediadores. No entanto, uma vez que se trata de uma pesquisa sobre design, o foco do trabalho está no entendimento do designer como sujeito mediador.

O fato de que o designer é quem faz a ponte entre o projeto do Governo Federal e o projeto das artesãs o situa em uma posição de mediação³⁸. Ao colocar-se neste papel, ele faz o trânsito, material e imaterial, entre as províncias de significados do Governo Federal, das artesãs e o seu próprio contexto e tantos outros como o do mercado consumidor, por exemplo. O seu projeto (se já não estava alinhado) passa a ser o de cumprir o projeto do Governo Federal de gerar renda e autonomia para os grupos de artesãs do Talentos do Brasil.

3.1 Design, artesanato e mediação

A relação entre design, artesanato e mediação tem sido abordada por diferentes autores, sendo uma discussão importante para o estudo que ora é apresentado. A seguir, exponho, de forma breve, algumas dessas considerações acerca do assunto.

Ethel Leon (2005, p. 64), por exemplo, sustenta que “o primeiro sentido da atuação do designer junto a artesãos é a geração imediata de renda”. Tal aspecto também é comentado por Indrasen Vencatachellum (2005). Em sua visão, o artesão está cada vez mais desconectado das necessidades e gostos dos consumidores: “com a extensão dos mercados e o espetacular crescimento do turismo, o tradicional contato pessoal direto entre fabricantes³⁹ e usuários foi interrompido. O artesão não pode mais assumir, como no passado, o papel combinado de projetista⁴⁰, produtor e vendedor” (VENCATACHELLUM, 2005, p. v) e, parece ter sido com base nesta ideia que a figura do designer foi introduzida nos programas de fomento/revitalização do artesanato no Brasil, apresentando-se como um mediador, capaz de negociar as realidades dos domínios da produção e do consumo.

³⁸ Poderíamos citar também o Sebrae/TO como instituição mediadora entre o Governo Federal e os grupos apoiados pelo Talentos do Brasil.

³⁹ “makers”, no original.

⁴⁰ “designer”, no original.

No documento *Designers meet artisans: a practical guide* (UNESCO, 2005) isso é reforçado quando considera-se que

o artesanato, para que seja utilitário e economicamente viável, não pode ser estático. Ele deve responder às mudanças dos mercados, às necessidades dos consumidores, tendências da moda e preferências de uso. *É papel do designer interpretar essas mudanças [...]* (UNESCO, 2005, p.5. grifos do autor).

Além disso, o mesmo documento situa o designer como um importante mediador entre realidades as descontínuas, ou seja, “*uma interface entre o tradicional e a modernidade, ajudando a produção artesanal a corresponder às necessidades modernas de vida*” (UNESCO, 2005, p. 4, grifos do autor). Portanto, nestes termos, dada a dificuldade de comunicação entre produtores e consumidores, “o designer é visto como um intermediário indispensável, uma ‘ponte’ entre o *know-how* dos artesãos e o seu conhecimento sobre o que produzir” (VENCATACHELLUM, 2005, p. v, grifos do autor). Portanto, o designer/mediador acaba não só por romper as relações entre o produtor e o consumidor, como assume as próprias relações, “se tornando afinal o único que conhece as condições do mercado em ambas as extremidades da cadeia” (ANDREASEN; LARSEN, 2007, p. 24).

É possível, então, identificar um ciclo: introduz-se na relação entre o produtor e o consumidor um agente mediador (necessário para que um objeto seja visto como mercadoria), dissolvendo as relações diretas entre eles e apropriando-se delas. Este agente torna-se então o único (entre os três envolvidos na troca) que conhece as condições do mercado. Como sujeito indispensável para a adequação da produção ao consumo, seu envolvimento como intermediário reforça a lacuna entre produtores e consumidores, sendo necessária a sua reintrodução no sistema como aquele que pode afirmar o que possui “valor de troca” para este ou aquele mercado.

O trecho a seguir, de *Designers meet artisans* (UNESCO, 2005), ilustra tal ideia, aproximando-a da discussão sobre a atuação de designers junto a artesãos:

O produto [artesanal] só pode ser vendável se for atraente para o consumidor, isto é, se a habilidade tradicional está adaptada e projetada para atender os gostos e necessidades dos consumidores contemporâneos. Produtores artesanais não podem ser economicamente viáveis, a menos que seu produto seja comercializável, e é aí que a intervenção de design desempenha um papel fundamental para garantir esta viabilidade, combinando técnica e função (UNESCO, 2005, p. 5).

Por outro lado, Ricardo Gomes Lima (2010) opõe-se à visão da UNESCO de que o objeto artesanal deve ser produzido com base no que o mercado está querendo. Seu argumento está baseado na ideia de que a produção artesanal é múltipla, isto é, “não é uma

realidade homogênea: pressupõe modos de fazer diferentes, estilos de vida diferentes, visões de mundo diferentes e também estéticas diferentes” (LIMA, 2010, p. 27-28). Do mesmo modo, sustenta o antropólogo, aquilo que chamamos de mercado compõe-se de uma grande variedade de situações regionais e culturais, de classes sociais, estilos de vida, visões de mundo e estéticas. Não existiria, portanto, uma única estética adequada para a recepção dos objetos artesanais e, pergunta-se Lima (2010, p. 29), até que ponto “direcionar uma produção artesanal de cunho tradicional para atender um determinado segmento do mercado não é submeter a estética da produção a uma estética particular de recepção, restringindo, portanto, o universo de venda de determinado produto?”.

Leon (2005, p. 66) também reflete sobre a atuação de designers que se envolvem neste tipo de direcionamento da produção artesanal: “os designers”, diz ela, “tornam-se uma espécie de consultores mercadológicos, que inventam produtos aceitáveis por mercados distantes, ao mesmo tempo em que procuram racionalizar a produção, reduzindo o tempo empregado para a confecção dos objetos”. Uma consequência deste tipo de produção seria, para Leon, a perda de sentido simbólico dos objetos, superado rapidamente pelos padrões de gosto e tendências de moda. Ao recorrer ao trabalho de um designer a fim de produzir para um mundo que não é o seu, o trabalhador manual fica preso na dicotomia intelectual/manual tendo que “apelar novamente aos designers para elaborar outros produtos [...]” (LEON, 2005, p. 66).

A autora defende, desse modo, que um programa de design e artesanato deveria gerar condições de autonomia projetual para os artesãos, ou seja, dar condições ao artesão de pensar a concepção de seus produtos, fazendo com que criem, antes de tudo, peças de acordo com as suas necessidades. Esta autonomia de que fala Leon, essa “liberdade” ou a “autonomia projetual”, seria, em última instância, aquela que se opõe à opressão material e intelectual. Em vez de incentivar esta emancipação, diz a jornalista, “os programas ‘de ajuda’ aos artesãos muitas vezes apenas aprofundam os fossos sociais existentes” (LEON, 2005, p. 66). É possível questionar, dessa maneira, a validade dos programas que englobam design e artesanato no Brasil, os quais frequentemente mantêm a separação desses saberes: ao designer, o consultor externo, cabe o projeto (a atividade intelectual) e aos artesãos, a atividade manual. Logo, como afirma Noronha (2012, p. 5276), em alusão ao trabalho de Mills (2009), “a metáfora de uma forma produtiva que garante ao artesão o controle sobre o seu trabalho [...] é uma realidade que não existe mais”.

Inserido nesse debate, Lima (2011, p. 190) parece coloca-se contra essa política

“voltada pro artesanato que prega que o artesão brasileiro não tem competência, que ele não domina o mercado e que temos que formar o artesão para o mercado”. Ele propõe, em oposição, que é preciso formar o mercado para o objeto artesanal, afirmando que “o mercado é que tem que perceber que esses objetos não são mera mercadoria, que há uma cultura embutida neles” (LIMA, 2011, p. 190). Ainda, para Lima (2010, p. 31), as intervenções na produção artesanal do tipo “o que o mercado está querendo” ocasionam a perda daquilo que seria primordial para a garantia de venda dessa classe de objetos: o valor cultural agregado ao produto.

Uma atuação de um designer como mediador neste contexto, possibilitando a transformação de um objeto que tem valor de uso para aquele que possui valor de troca, pode, então, gerar a perda de uma terceira instância: o valor cultural desse produto. Acrescentam-se, portanto, às palavras de Andreasen e Larsen (2007) sobre a atuação do *middleman*, apresentadas no capítulo 4, àquelas de Canclini (1983, p. 82) sobre o “deslocamento do sentido social do artesanato” que ocorre entre a produção, a circulação e o consumo:

Ainda que materialmente se trate do mesmo objeto, social e culturalmente ele passa por três etapas: na primeira prevalece o valor de uso para a comunidade que o fabrica, associado ao valor cultural que o seu desenho e iconografia possuem para ela; na segunda, predomina o valor de troca do mercado; na terceira o valor cultural (estético) do turista, que o insere no interior do seu sistema simbólico, que é diferente – e as vezes oposto – daquele do indígena (CANCLINI, 1983, p.82).

Quando Lima (2010) se refere à perda do valor cultural, está fazendo alusão (ainda que não explicitamente) ao primeiro “valor cultural” citado por Canclini, aquele da comunidade que fabrica o objeto. Além disso, interessa-nos observar que não necessariamente as interpretações dos produtores e dos consumidores sobre os objetos artesanais são as mesmas. Do mesmo modo, não o são as visões e traduções do designer que se insere neste lugar intermediário entre os dois primeiros agentes. Logo, não há que se formar o artesão para o mercado, nem o mercado para o artesão. É justamente nessas negociações e trânsitos de valores que se define o que entende-se por *artesanato* ou, ainda, por *design*, seja no plano social, seja no individual. Neste sentido, não nos cabe aqui optar por uma ou outra definição destas áreas de atuação. Para dar segmento a este trabalho, no entanto, é frutífero dar conta de algumas interpretações e comentários sobre os possíveis sentidos da palavra artesanato, bem como daquilo que se pode entender por design.

4.2 Possíveis sentidos de artesanato e de design

Os sentidos da palavra *artesanato* são muitos na realidade brasileira e Lima (2010, p. 28) já atenta para isso quando comenta que “pode ser problemático afirmar, com total segurança e seriedade, que, no Brasil, o artesanato é isso ou aquilo, dada essa diversidade enorme do universo”. É comum encontrar em trabalhos acadêmicos (ver, por exemplo, BORGES, 2011 e FREITAS, 2011) a seguinte definição de artesanato proposta pela Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura (UNESCO):

Produtos artesanais são aqueles produzidos por artesãos, completamente à mão, ou com ajuda de ferramentas manuais ou ainda meios mecânicos, contanto que a contribuição manual direta do artesão permaneça o componente mais substancial do produto final. Esses são produzidos sem restrição em termos de quantidade e utilizam matérias-primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, as quais podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, culturais, decorativas, funcionais, tradicionais, religiosas e socialmente simbólicas e significantes (UNESCO/ITC... ,1997, p. 6).

Lima (2010, p. 27), no entanto, chama atenção para o fato de que “entre o que produzem o joalheiro, o *hippie*, o cesteiro, o oleiro, a rendeira, a dona de casa, a costureira existem distâncias culturais e sociais muito grandes”. “No Brasil”, complementa Leon (2005, p. 63), “o saber artesão se confunde com a estratégia de sobrevivência, muitas vezes rudimentar. É o pré-artesanato de que falava a arquiteta Lina Bo Bardi”.

É preciso ressaltar, entretanto, que as considerações de Bardi às quais Leon se refere baseiam-se num conceito de artesanato desenvolvido na Europa, especificamente na Itália (país de origem da arquiteta). O que afirma a arquiteta italiana é que, no Brasil, “o artesanato como corpo social nunca existiu” (BARDI, 2009, p. 141). Seu ponto de vista é o de que haveria um pré-artesanato, uma atividade inventiva baseada nas necessidades urgentes da população. Em Anastassakis (2014, p. 202-203), encontramos um contraponto à visão de Bardi oferecido por Aloisio Magalhães. A princípio, seria possível afirmar que as ideias de Bardi (2009) parecem estar convergentes com as de Magalhães (1997), no que diz respeito a não-existência do artesanato propriamente dito no país. Para o autor, no entanto, este tipo de atuação “com características de artesanato” (MAGALHÃES, 1997, p. 181), isto é, aquela que apresenta uma relação muito próxima entre a ideação e a concretização, ou uma pequena intermediação entre elas, seria uma atividade que buscaria evoluir em termos de complexidade, ou seja, estariam inseridas numa trajetória temporal. Dessa forma, Magalhães (1997, p. 181) identifica esta “disponibilidade imensa para o fazer” e seu alto índice de invenção como uma “atitude de pré-design”. Tal ideia, como apresenta Anastassakis (2014),

estaria, para Magalhães (1977 apud ANASTASSAKIS, 2014, p. 203), “mais próxima da realidade e de sua dinâmica do que a de pré-artisanato. Esta última implicaria uma evolução na direção do artesanato, o que não parece ser o caso”. Nestes termos, então, o artesanato brasileiro seria mais um designer em potencial do que um artesão no sentido clássico (aquele da compreensão europeia).

Ademais, no que diz respeito à compreensão europeia, Leon (2005) afirma que, para um designer, artesão e pensador, como o britânico David Pye, artesanato é a produção pré-industrial que hoje convive com a produção industrial. Mais especificamente, o que o teórico entende por *craftsmanship* (artesanato) parte de um questionamento acerca da associação imediata da ideia de artesanato com o “feito à mão”: “‘Feito à mão’ em oposição ao trabalho feito por o que? Por ferramentas?” (PYE, 2010 [1968], p. 9). Contemporaneamente, o uso desses termos, como diz o autor, parece fazer referência a todo tipo de fabricação⁴¹ que se poderia encontrar antes da Revolução Industrial. Assim, para Pye (2010 [1968]), “*handicraft*” (trabalho manual) e “*handmade*” (feito à mão) são termos históricos e/ou sociais, mas não técnicos e, portanto, não faria sentido tentar definir a linguagem da tecnologia e classificar as diversas operações de produção usando termos não-técnicos. Em vista disso, sua proposta é olhar para o grau de risco que as diferentes maneiras de se executar a produção de um objeto implicam na qualidade do resultado do objeto produzido.

Seu argumento fica mais claro quando, ao falar do modo de produção artesanal, Pye (2010 [1968], p. 4) afirma que:

Se deve-se atribuir um significado à palavra artesanato, direi como uma primeira aproximação que significa simplesmente fabricação [*workmanship*] usando qualquer tipo de técnica ou aparelho, em que a qualidade do resultado não é predeterminada, mas depende do julgamento, destreza e cuidado que o fabricante exerce ao trabalhar. A ideia essencial é que a qualidade do resultado está continuamente em risco durante o processo de fabricação; e assim eu chamarei esse tipo de mão de fabricação ‘A fabricação de risco’.

À fabricação de risco, Pye contrasta a “fabricação de certeza”, a qual pode ser identificada com produções em quantidade e são encontradas em seu estado pleno na automação. Neste tipo de fabricação, afirma ele, a qualidade do resultado é rigorosamente predeterminada antes que uma única peça seja produzida.

Desse modo, Pye (2010 [1968], p. 1) acredita que “a distinção entre artesanato e design é meramente uma questão de terminologia ou vaidade”. Porém, tal distinção seria clara tanto para o designer – identificado com as especificações voltadas à fabricação de certeza –,

⁴¹ *Workmanship*, no original.

quanto para o artesão – identificado com a fabricação de risco. Segundo o teórico britânico, “design é aquilo que, para fins práticos, pode ser transmitido por palavras e desenhos: artesanato é aquilo que, para fins práticos, não pode” (PYE, 2010 [1968], p. 1).

Assim, o designer estaria em dívida, pois cada ferramenta da qual dispõe teria lhe sido proporcionada originalmente pelo trabalhador manual. “Nenhum arquiteto”, aponta Pye (2010 [1968], p. 2), “pôde especificar a cantaria até que um pedreiro a tenha aperfeiçoado e lhe mostrado que isto poderia ser feito”. Ainda diria Pye que os designers só foram capazes de existir por explorar aquilo que o trabalhador manual evoluiu ou inventou.

Logo, é possível retomar aqui o conceito de projeto proposto por Schutz (1979 apud VELHO, 2013), já apresentado no capítulo 3. Ressaltando que o designer é aquele que se especializa em projetar, é por meio do acesso a um passado que produziu as circunstâncias do presente que se pode elaborar projetos, ou seja, que se pode premeditar (ou antever) um processo através do estabelecimento de objetivos e fins. Tal potencial de antecipação presente (porém não exclusiva) na atividade de design envolve uma capacidade de abstração mental de execuções materiais que podemos identificar com o conceito de *forethought*.

Para Canclini (1983, p. 31), “qualquer processo de produção material inclui desde o seu nascimento ingredientes ideais ativos [...]. O pensamento não é um mero reflexo das forças produtivas: existindo nelas desde o seu começo, configura-se como uma condição interna da sua manifestação”. Richard Buchanan (1995) retoma o conceito de *forethought*, conforme propõe Aristóteles, como uma virtude intelectual comum a todas as atividades do fazer⁴², porém independente de cada uma delas. Para Buchanan (1995, p. 31), “o elemento da antecipação no fazer é o que subsequentemente veio a ser conhecido como design”.

O antropólogo Tim Ingold (2013) nos apresenta esta capacidade de antecipação como aquele entendimento de produção ao qual estamos mais acostumados: o projeto, a imposição de formas internas à mente a um mundo material externo. Isto é, “começar com uma ideia em mente do que queremos atingir e com um abastecimento de madeira prima necessário para atingi-lo. E terminar no momento em que o material tomou a forma pretendida. Neste ponto, dizemos, produzimos um *artefato*” (INGOLD, 2013, p. 20).

Ainda que possa parecer, a capacidade de antecipação na produção de artefatos não é exclusiva do designer, tampouco se limita a profissionais formalmente capacitados para projetar. Buchanan (1995, p. 34) comenta que, apesar da identificação da capacidade de projeto por Aristóteles, não se criou na antiguidade uma disciplina de design provavelmente

⁴² *Making*, no original.

porque “a antecipação e o fazer eram mais frequentemente combinados na mesma pessoa, o mestre construtor ou o artesão”, tendo sido essas capacidades separadas somente com a necessidade de invenção de técnicas para a produção em massa. Do mesmo modo, no Brasil, Magalhães (1997) identifica como característica do artesanato esta relação muito direta entre ideação e concretização.

Igualmente, não se deve achar que a dimensão mental, projetiva, está descolada nem é superior à dimensão material da produção. Isto porque, como afirma Canclini (1983, p. 31), ainda que a ideação seja necessária para o desenvolvimento tecnológico, “não significa que [certas máquinas] tenham brotado exclusivamente a partir de construções intelectuais, que o ideal produza o material, porque, por outro lado, foi necessário um certo desenvolvimento da base material, das forças sociais, para que estas máquinas pudessem ser pensadas”. “Esta parte ideal”, continua Canclini (1983, p. 31), “presente em todo desenvolvimento material, não é, [...] apenas um conteúdo da consciência; existe ao mesmo tempo nas relações sociais, que são, portanto, também relações significativas”. Percebe-se, portanto, um ciclo: as relações sociais fornecem a possibilidade do desenvolvimento material e, por consequência do desenvolvimento intelectual que possibilita um maior desenvolvimento material. E ambas as dimensões intelectual e material influenciam as relações sociais, contribuindo para a construção de novas realidades, novas *províncias de significado* (SCHUTZ, 1979 apud VELHO, 2003).

Deleuze e Guattari (2004 apud INGOLD, 2013, p.25), no entanto, insistem que na realidade sempre que nos defrontamos com a matéria, “é matéria em movimento, em fluxo, em variação”, uma “matéria-fluxo [que] só pode ser *acompanhada*”. Portanto, a ideia de projeto como uma antecipação mental de processos materiais, bem como a legitimidade/superioridade de um profissional capacitado para projetar, é desafiada. Ingold (2013, p. 21), então, baseia-se nesta ideia e sugere que pensemos no fazer (no *making*), “como um processo de *crescimento*”. Na visão proposta por Ingold, *making* está relacionado ao processo de “*carry on*”: “uma passagem por um caminho no qual cada passo cresce a partir do anterior e no seguinte, em um itinerário que sempre ultrapassa seus destinos” (INGOLD, 2013 p. 45). Deste ponto de vista, uma característica essencial dos processos de *fazer* é que estes não estão encadeados, mas sim, se apresentam como um *fluxo*.

Vemos, portanto, que nenhum dos entendimentos de *design* ou *artesanato* apresentados acima é mais verdadeiro que o outro e que cada um deles pode ser desafiado por um outro. Logo, vale retomar a ideia de que os referidos conceitos são construídos individualmente (ou socialmente) a partir da negociação das diferentes abordagens de

entendimento - teóricas e práticas. No caso da atuação de design junto a comunidades produtoras artesãs, no contexto brasileiro, Noronha (2012, p. 5278) acredita que “a imagem que vem se construindo dos designers – e que os próprios designers enquanto categoria profissional também reforçam – é a do profissional criativo que se apropria do conhecimento tradicional, e o submete a uma demanda de mercado”. Esta compreensão assimétrica dos papéis do designer e do artesão envolvidos nesta relação é, também e principalmente, reforçada nas políticas públicas para o artesanato, as quais propõem a inserção do designer no processo de produção de comunidades artesãs a fim de aumentar a sua produtividade e renda, conforme discutido ao longo do desenvolvimento desta pesquisa.

No próximo capítulo, dedico-me a identificar como se dão as negociações em torno dos projetos individuais e institucionais que possibilitam o encontro entre designer e artesãs, que, em relação uns com os outros, negociando, produzem determinadas “verdades” a respeito das suas atividades.

5 PROJETOS EM NEGOCIAÇÃO

A oficina de design para as artesãs da Lã Pura foi a situação a partir da qual pude observar o jogo de relações que compõem o Talentos do Brasil e as “verdades”, ou seja, o entendimento de determinados conceitos que permeiam o programa. Essas verdades produzidas influenciam as atividades das artesãs, dos designers e dos gestores, vindo a interferir, em última instância, na delimitação de programas e projetos similares.

Fernand Braudel (1977 apud ANDREASEN; LARSEN, 2007) considera a atuação do *middleman* como chave para o desenvolvimento do capitalismo e, de acordo com Andreasen e Larsen (2007, p. 23), sua importância é decorrente de seu lugar como o “‘sujeito que media’: o agente de troca, ligação e transformação”. É, então, “este terceiro homem” que, situando-se entre o cliente e o produtor, passa pelo portão do mercado, fazendo a transformação de valor de uso para valor de troca. Curiosamente, é justamente nesta posição que o designer se insere (ou é inserido) em muitas das propostas de trabalho com comunidades artesãs.

Ao participar de uma concorrência para conduzir as oficinas de criação de produtos para a Copa do Mundo, os profissionais do Instituto Meio apresentaram o desejo de estar nesta posição mediadora. Podemos dizer que Lars, por exemplo, possui o projeto de gerar novas realidades como consequência da sua interação com as artesãs. No encontro com as cooperadas, na oficina de design, o designer precisa aceitar “ser pego” e abraçar o movimento que já se apresenta para, a partir de então, “desacreditar” e “reelaborar” as “verdades” a fim de gerar a transformação a qual se propôs ao assumir a condução das oficinas.

Apesar de o papel de Lars ser mais claramente identificado com a figura mediadora, levando e trazendo informações dos diversos domínios (“lá de cima”, do Sudeste, “do MDA”, ou “do mercado”, por exemplo), observamos também na ação das artesãs processos de negociação tanto com os designers quanto com os gestores do Sebrae e do Talentos do Brasil. Da mesma maneira, esses gestores assumem o papel de mediadores quando põem em prática os projetos das instituições para as quais trabalham.

5.1 O encontro das artesãs com o designer

“O Lars ligou. Ele está com mais um [seu filho] pegando o voo de Porto Alegre para Santa Maria. Chique! Vai locar um carro e vem”, disse D. Eva no dia anterior ao início da primeira etapa da oficina. Uma espécie de ansiedade e curiosidade toma o ambiente das

artesãs nos dias que antecederam a oficina. Elas se perguntam: “como será esse?”; “o que será que ele vai querer que a gente faça?”, sempre em relação à experiência que já tiveram em oficinas com outros designers: “O Renato dizia tudo como ele queria: a cor e quem ia fazer o que”; ou “O Ronaldo trouxe os moldes”.

A fim de se preparar para as experimentações da oficina, D. Eva perguntou ao designer que cores ele estava pensando em usar para que ela pudesse tingir meadas de lã e contou que “Lars pediu cores vivas”. As cores de lã nas coleções anteriores, segundo D. Eva, eram “meio neutras, opacas, não muito vibrantes”.

Outra questão acordada entre Lars e D. Eva antes da chegada do designer a São Borja foi, também a respeito do material, que ele não traria de São Paulo o tecido para ser usado na oficina. Isso porque, explicou-me D. Eva, se o material acabasse, elas não teriam como comprar mais. Na ocasião da oficina conduzida por Ronaldo Fraga, disse-me, “ele trouxe tudo de Belo Horizonte. Daí quando acabou o material, ficamos sem e não dava mais para trabalhar”. Dali pra frente, as artesãs perceberam que era melhor usar um material ao qual tivessem acesso com facilidade. Ficou decidido que Lars traria algum dinheiro para matéria prima.

A respeito do que havia sido proposto para a oficina, D. Eva comentou que seriam desenvolvidas cinco peças novas, além da “reciclagem” de produtos antigos, com o tema da Copa do Mundo. Este tema foi uma demanda do Talentos do Brasil e estava previsto no Anexo I da Concorrência Nº 001/2013 do Sebrae/TO já citada neste trabalho (cf. Anexo 1), por meio da qual o Instituto Meio assumiu a condução das oficinas de design. Um pouco indignada, D. Eva completou que não poderiam desenvolver todos os produtos com o tema da Copa, porque depois que o evento acabasse elas não conseguiriam vender mais aquelas peças. Sua inquietação diz respeito a uma relação de tempo investido naquela produção e o retorno financeiro que esta traria.

Assim, se por um lado a presença do designer contribui com o desenvolvimento de novas peças, por outro, traz preocupações com relação à dinâmica da oficina. Tania, por exemplo, comenta: “o designer vem e fica, às vezes, dois ou três dias só olhando o que tem, aí não rende”. Quando isso acontece, para elas, é uma perda de tempo. Isto é, ao mesmo tempo em que a oficina é, a princípio, algo que colabora para o trabalho das artesãs, também pode ser algo que atrapalha. Gema afirma que é bom quando o designer já chega com um esboço do que quer que a cooperativa produza “se não, ficamos aqui desenvolvendo e nunca é nada do que fazemos [...] é melhor quando o designer já traz alguma coisa, alguma ideia” e, assim,

elas não “perdem tempo”. Há, então, por parte destas mulheres uma expectativa de que o designer proponha que deve ser feito por elas, mesmo que seja “só uma ideia”.

Entretanto, nem tudo o que se produz na cooperativa é “ideia do designer”. Tania me mostrou uma saia de malha sobre a qual ela aplicou “as flores que o designer [Ronaldo Fraga] colocou na coleção” e completou: “a gente inventa muita coisa. A gente muda, mas não muda a tendência que o designer trouxe. A gente pega os modelos e vai adaptando. Esses vestidos [apontando para a arara] é criação nossa”. As artesãs, portanto, identificam uma diferença entre o que é proposto pelo designer e o que elas fazem a partir dessa proposta. Colocar as flores em um produto que não aquele em que o designer colocou, ou mudar a sua cor, por exemplo, é visto como criação delas. Adaptar soluções ou aplicações já existentes às novas peças, “sem mudar a tendência”, é, então, trabalhar negociando a necessidade de manter uma renovação constante dos produtos disponíveis para venda com a orientação do designer, mesmo que ele não esteja presente. Ao lidar com “aquilo que já está ali”, com o rumo sugerido pelo designer (aquele que sabe o que vende), as artesãs minimizam seu risco de não vender a produção.

As colocações de D. Eva, Gema e Tania, realizadas antes da oficina, ajudam a compreender a memória, as experiências da Cooperativa em encontros anteriores e revelam as expectativas que as artesãs possuem com relação à oficina do Talentos do Brasil que está por vir – a primeira depois de quase quatro anos. No discurso de D. Eva há uma atenção com o que ocorre depois que o designer *vai embora* – é necessário que o trabalho possa ser continuado e que os produtos “sejam vendáveis”.

As artesãs estão acostumadas a um determinado tipo de atitude do designer e possuem a expectativa de que Lars aja de maneira similar. O designer *traz* para a cooperativa a tendência, informação que, pressupõe-se, as artesãs não tem acesso. As falas de Tania e Gema demonstram que é de interesse das cooperadas que o designer *traga* esta informação, que realize a troca de informações entre o domínio do mercado consumidor e o da produção dessas artesãs. Esse aspecto interessa-nos no sentido em que denota o lugar no qual o designer é colocado frente às artesãs, posição esta que é assumida por ele, reconhecida por elas e reforçada pela própria proposta do Talentos do Brasil: a de alguém que é capaz de reconhecer o que o mercado, nos centros, absorve e, portanto, deve ser produzido.

Um aspecto a ser ressaltado é a oposição entre as ideias de “criação nossa”, das artesãs, e “criação do designer”. A noção de criatividade é discutida por Ingold e Hallam (2007), que propõem duas formas de compreendê-la: a *inovação*, vista como a produção de novidade a partir da combinação de elementos já existentes, e a *improvisação*, identificada

com um processo de crescimento, “vir-a-ser” e mudança⁴³. A diferença entre improvisação e inovação, ainda de acordo com os antropólogos, não é a de que o primeiro opera dentro as convenções e o outro as quebra, mas sim a de que a improvisação lida com a criatividade sob o ponto de vista do processo enquanto a inovação o faz sob o ponto de vista do produto, do resultado.

Ingold e Hallam (2007, p.2) apontam que, como “... nenhum sistema de códigos, regras e normas pode antecipar todas as circunstâncias possíveis”, as pessoas precisam improvisar a todo momento, isto é, lidar com as condições conforme se apresentam, com “aquilo que está à mão”. O uso e a produção emergiriam, então, de um processo de *carry on*. Em certa medida, improvisar poderia ser visto como um processo de mediação: “ser pego” num movimento e negociar com um ou mais domínios e províncias de significados para produzir uma nova existência.

Seguindo essa linha de raciocínio, ainda em concordância com o que sugere Ingold, poderíamos dizer que esta atitude aproxima-se das atividades de um *maker*, com quem, aqui, podemos relacionar às artesãs. Isto porque, em vez de “ficar distante, impondo seus projetos em um mundo que está pronto e esperando para recebê-los, o máximo que o *maker* pode fazer é intervir em processos mundanos que já estão acontecendo, e que dão origem às formas no mundo que vemos ao nosso redor” (INGOLD, 2012, p.21).

Em contraste a esse tipo de prática, estaria a conduta do designer. O projeto⁴⁴, “uma totalidade que já existe de forma virtual no início [do processo]” (INGOLD, 2013, p. 47), relaciona-se à ideia de *foresight* (ou “antevisão”) na medida em que consiste na habilidade de criar um plano ou uma representação de algo na mente que é anterior à sua imposição sobre o mundo material (INGOLD, 2012). Contudo, a ideia de improvisação não remete, em oposição ao projeto, a algo irrefletido e estéril. Ao contrário, a improvisação é generativa no sentido em que dá origem a formas culturais, tais como são experimentadas por aqueles que vivem de acordo com estas (INGOLD; HALLAM, 2007)⁴⁵.

⁴³ Os conceitos de criatividade, conforme propostas por Ingold e Hallam (2007), foram também exploradas no artigo “As noções de criatividade no desenvolvimento das obras suspensas de crochê do artista Ernesto Neto” (KUSCHNIR; ANASTASSAKIS, 2013), submetido ao Colóquio Internacional de Design – Edição 2013: Design para os Povos

⁴⁴ Por projeto, entende-se, neste ponto do trabalho, a atividade projetual do designer: um conceito próximo ao proposto por Alfred Schutz (1979 apud VELHO, 2013, p. 65), na medida em que pode ser descrito como o conjunto das ações empregadas para que se atinja determinado objetivo. No entanto, o uso de tal termo no campo do design é independente da sugestão conceitual de Schutz (já apresentada no capítulo 3 deste trabalho).

⁴⁵ Da mesma maneira, ao contrário do que comumente se entende, os processos de cópia e imitação também são processos criativos uma vez que, no alinhamento entre observação e ação, está a improvisação. A semelhança formal entre o modelo e a cópia é resultado desse processo e não é dada previamente. Assim, haveria criatividade também na repetição, naquilo que as artesãs chamam de produção.

Seguindo a proposta acima, em relação à noção de criatividade, ao adaptar algo que foi desenvolvido em oficina com designers, as artesãs reconhecem tal peça como “criação delas”, mesmo que grande parte dos produtos vendidos com a marca do Talentos do Brasil seja vista pelas artesãs como “criação do designer” (“do Renato”, ou “da coleção do Ronaldo [ou da Karine, ou da Ana Vaz]”). Um exemplo desta atribuição de autoria é o modelo dos casacos que a Lã Pura produz.

Este produto foi proposto por Renato Imbroisi na primeira oficina realizada com a Lã Pura, ainda em 2006 e pode ser descrito como “uma corte de fralda de algodão (tecido retangular), com dois furos nos quais se costuram as mangas”. Não há fecho, nem botões e o comprimento do retângulo é enrolado ao redor do corpo como um xale. Ao longo do tempo, as artesãs foram adaptando a peça, aumentando o comprimento do tecido – para “dar mais pano” – e começaram a usar a malha de algodão em vez da fralda de algodão. Apesar de todas as mudanças feitas pelas artesãs, elas ainda referem-se ao modelo do casaco como se ele fosse do Renato Imbroisi.

Há, portanto, uma ambiguidade no discurso das artesãs. Em alguns momentos, aquilo que é adaptado a partir das propostas dos designers é visto como “criação delas” e, em outros, como relatado logo acima, mesmo que elas tenham feito diversas modificações e já não haja um casaco “original”, a autoria da peça permanece de Renato⁴⁶. Isto porque, ao fazer a sugestão do modelo do casaco, Renato Imbroisi teria, sob o ponto de vista do resultado, “trazido” uma inovação para a produção do grupo. Podemos nos perguntar, a partir disso, se o casaco “é o campeão de vendas” porque leva a autoria de Renato Imbroisi, ou se porque ele é o campeão de vendas, as artesãs usam a estratégia de valorizá-lo com a autoria do designer.

Do mesmo modo, em alguns momentos a autoria é atribuída a quem dá a ideia e, em outros, a quem faz, quem produz. A conversa a seguir entre Gema e Vanilda exemplifica uma situação na qual as artesãs se questionam sobre isso:

- Gema: quem faz é que importa, não interessa quem teve a ideia.
- Vanilda: ah! Mas quem teve a ideia é que importa!
- G: por isso é que tem que andar junto. Não adianta ter a ideia e não fazer né?

⁴⁶ O primeiro deles foi o Casaco Vison – usando a fralda de algodão como base, aplicavam-se rodelas de feltro coloridas em todo o tecido –, e D. Eva contou que, mesmo que qualidade do feltro utilizada na aplicação destas peças não fosse tão boa no início, “o casaco sempre vendeu: nem o do feltro ruim sobrou nenhum”. Ao longo das coleções de produtos da Lã Pura, o modelo já recebeu diferentes padrões (geométricos ou florais) e tipos aplicações de lã (fios ou feltros). Há, portanto um entendimento comum na cooperativa de que, “o casaco é o campeão de vendas” e na ocasião da oficina com Lars esse dado foi ressaltado diversas vezes.

Assim, o que importa mais (dar a ideia ou fazer) está sempre em negociação.

As artesãs requisitam do designer a ideia: “o carro chefe da coleção é os casacos! Precisamos desenvolver casaco novo. Nós não temos disponível designer toda hora, não podemos perder a oportunidade de desenvolver casaco novo”, insistiu Vanilda na primeira oportunidade que encontrou. A manhã do primeiro dia de oficinas começou cedo: Lars olhou os produtos pendurados nas araras da loja-sede da cooperativa e em seguida, introduziu como seria o processo de criação dos novos produtos e “repaginada” dos antigos, assumindo o controle de como as oficinas se desenrolariam. Neste momento, estavam presentes na sede da cooperativa D. Eva, Tania, Gema, Ivone, Vanilda, eu, Lars e Luca – seu filho e logo após o almoço, chegaram as artesãs de Uruguaiana: D. Elsa, Delma e Sandra.

Lars explicou que a oficina seria dividida em duas etapas: a primeira “de produção” e a segunda “de preço e ficha técnica” e revelou que não foi a todos os grupos, mas escolheu conduzir as oficinas na Lã Pura. O fato de ter escolhido ir a São Borja e de ter contato isso para as artesãs, confere a Lars determinado status. A fala do designer no entanto, era constantemente interrompida por D. Eva, que descrevia os problemas da cooperativa, os conflitos internos e as dificuldades financeiras que tinham. Muitas vezes Lars não dava ouvidos ao que a artesã falava, gerando hiatos no diálogo. O trecho a seguir, transcrito do caderno de observação de campo, indica um desses momentos:

– Lars: A direção do Talentos mudou, né?

– Eva: É, houve aquele problema com a Cooperunica, que quebrou todo mundo. Então as artesãs não querem participar mais do Talentos, que é maravilhoso! Todos se prejudicaram, uns mais, outros menos. A Patrícia [antiga coordenadora do projeto no MDA] não deixava a gente ter voz ativa.

*

– L: Eu comecei a trabalhar com artesanato em 1996, mas não era Talentos.

– E: Estamos fechando a cooperativa. São muitos encargos! E o artesão não paga imposto. São 17% de ICM[S] para a cooperativa.

– L: Não existe um modelo de grupo para o artesanato. Para as empresas, tem de MEI (Micro Empreendedor Individual) a Sociedade Anônima. Para o produtor rural é Cooperativa, o que eu acho triste.

– E: Esse 2014, o Sebrae não apoia mais as cooperativas.

*

– L: Um dos temas que a gente vai trabalhar é a Copa, mas [serão produtos] que possa vender depois. Vamos fazer no mínimo cinco produtos novos, mas repaginar alguns antigos. No mínimo dez produtos.

– E: Nós semos poucas, mas sai!

– L: É, eu sei. Por isso que eu vim pra cá.

A posição dos asteriscos no diálogo indica as tentativas de mudança de rumo na conversa, pelo designer. Esta atitude de Lars, indica o seu posicionamento frente às artesãs, de quem estava no controle da situação do encontro, ouvindo aquilo que parecia pertinente e não se aprofundando naquilo que não aparentava relação direta com o objetivo da oficina. Ele possuía uma agenda a cumprir e esta não incluía a solução dos problemas internos na cooperativa.

Na fala acima, Lars explica sua escolha de conduzir a oficina com a Cooperativa em questão: porque “sai”, ou seja, porque as artesãs da Lã Pura dão conta das experimentações propostas nas oficinas, e porque, de acordo com o próprio designer, o grupo é o que mais vende dentre os apoiados pelo Talentos do Brasil. O designer então parece valorizar o grupo tanto quanto o grupo o valoriza. Há uma expectativa por parte do designer de que a oficina seja frutífera por conta do histórico da Cooperativa no relacionamento com designers e da quantidade de vendas em feiras de negócios.

Dando continuidade à sua apresentação, Lars afirmou que a oficina seria um processo participativo, que ele não estava ali para “dizer o que está certo ou não”. Ele comentou que a oficina com a Lã Pura era a única que faltava e que dentre os grupos que já haviam realizado a primeira etapa da oficina, alguns “foram muito bem” e outros “estavam meio ociosos”:

– Lars: Vocês são os últimos. Eu quis vir aqui mas precisava organizar algumas coisas. Dos grupos, alguns foram muito bem, e teve alguns que estavam meio ociosos, de Pernambuco e da Paraíba.

– Eva: Tu foi pra Bahia?

– Lars: Eu não, mas a equipe foi.

– Tania: Eu queria saber se você já veio com alguma **coisa**...

– L: Trouxe algumas **ideias**, mas nada fechado. É com a gente **fazer tudo junto**, coprodução. Depois **a gente desenha** e tudo... Vocês tem os produtos de vocês, vocês tem que ter decisão também e não esperar. Você prefere que venha com **tudo pronto**?

– T: Pelo menos uma **ideia central**...

– L: Pensei em cores mais fortes. Sobre o tipo de produto, **não queria entrar nessa coisa de moda muito complexa.**

No trecho acima, transcrito também do caderno de observação de campo, assim que Lars comenta que alguns grupos “estavam ociosos”, Tania o questiona a respeito do que ele já havia feito: se ele também estava ocioso, ou se havia trazido “alguma coisa”, algo de concreto para dar início ao desenvolvimento dos produtos. A resposta de Lars, no entanto, ao indicar que trouxe “algumas ideias”, sugere que enquanto as artesãs trabalham no domínio do concreto, o designer está no domínio do abstrato. Em seguida, ao perguntar se Tania preferia que ele tivesse trazido “tudo pronto”, material concreto, a situação se inverte e Tania fala então em uma “ideia central”, algo abstrato.

Ao falar em “algumas ideias”, Lars indica que possuía um plano de ação para a oficina, mas que as soluções não estavam definidas e seriam afinadas ao longo do encontro com as artesãs. O designer, então, estava disposto (e tinha como planejamento) a resolver as coisas conforme o desenrolar da oficina. Poderíamos, por conseguinte, aproximar mais seu comportamento de uma *antecipação* daquilo que seria tratado em conjunto, do que de uma *preconcepção* das soluções materiais em si, configurando-se, então como um tipo diferente de *foresight*, abrindo espaço para a improvisação ao longo do caminho (INGOLD, 2012).

O designer aproveita para afirmar que os tipos de produto que ele pretendia propor não seriam “complexos”, diferenciando-se dos demais designers que já haviam passado pela Lã Pura. Essa afirmação de que a oficina seria diferente das precedentes é reforçada pela sua fala anterior, de que ele e as artesãs iriam fazer os produtos juntos, e em seguida, desenhar, ou seja, formalizar. O desenho, técnica especializada, corresponde à atividade de Lars, no entanto a tomada de decisão, diz ele, é das artesãs também.

A proposta de Lars de “fazer tudo junto” não corresponde à expectativa das artesãs de que o designer *traga* o que elas vão fazer (ou as indicações do que vende ou não, os modelos, as tendências) de modo minimamente organizado, para que elas não percam tempo com a oficina e que tenham seus riscos de venda minimizados. Assim, o que se espera do comportamento do designer está em negociação no momento da oficina. Isto é, as próprias “verdades” a respeito de como Lars deveria agir estavam em jogo. Nesse sentido, na medida em que se fala da vida social, ou seja, das relações mutualmente constitutivas entre pessoas, evidencia-se a dimensão relacional da improvisação, através da qual os indivíduos participam continuamente em seus “vindo-a-ser”.

Na oficina, os “modos de vida” e as províncias de significado são enredados e mutuamente responsáveis no movimento de produção e revisão das realidades construídas, o qual envolve a improvisação criativa um vez que esses “modos de vida” negociam caminhos possíveis e são inseparáveis da matriz de relações na qual estão inseridos (INGOLD; HALLAM, 2007). Entretanto, conforme afirma Ingold (1986 apud INGOLD; HALLAM, 2007), a vida social não é algo que a pessoa constrói, mas sim, algo que ela experimenta, ou seja, é um processo no qual os indivíduos não produzem a sociedade, mas vivendo socialmente, produzem a si mesmos. De acordo com Velho (2003), é ao transitar entre os diferentes domínios e “modos de vida” que os sujeitos expressam o seu potencial de metamorfose, contruindo a si mesmos.

A continuidade da conversa aponta para os possíveis produtos a serem desenvolvidos na oficina:

– Tania: As bolsas já estão antigas...

– Lars: Podemos pensar. Com crochê fica pesada?

– Eva: Pode ficar mais leve se o fio for mais fino. A Ana Vaz desenvolveu uma coleção com **tricozão**...

– T: Tipo aquela [apontando para uma peça], mas é muito pesada, **muito quente para o pessoal lá de cima**.

– E: Lá [no Nordeste], ela desenhou com algodão e **funcionou**. Aqui, com a lã não...

– T: Seria bom também desenvolver peças para **qualquer tipo de manequim**. Do 48 ao 42. Já foi feita coisa para uma pessoa que não serve não outra.

– L: A **modelagem é um ponto fraco no artesanato**. Primeiro, que muda com o tempo. A segunda coisa é que os grupos não tem **modelista**.... Primeiro que na feira, a pessoa não vai com o foco de ‘hoje eu vou comprar um vestido’. E é diferente da loja que tem P, M e G. [...] Na feira não tem como provar peça. É muito de impulso, né? O lojista também só vê o que interessa para a loja dele, é muito rápido o olhar, então tem que chamar atenção.

– E: outra coisa é o espaço da feira. O local dentro do stand do Talentos, quando fica apertadinho, não vende. Também tem que trocar os produtos... se ficar um xale ali a feira toda, ele não sai dali. Se trocar, sai.

*

– L: O processo criativo a gente vai **ver juntos**. Vamos ver os produtos e a modelagem. **Se faltar papel, a gente vai ali e compra**.

No trecho acima, D. Eva e Tania negociam com o Lars sobre o tipo de produto que gostariam de produzir, trazendo informações desconhecidas por ele sobre as vendas do grupo.

As artesãs, portanto, mostram-se sempre preocupadas com o que “funciona”, ou seja, o que vende e o que não vende quando se trata de produtos de lã para “o pessoal lá de cima”, isto é, para o mercado consumidor que, como já dito, vive em sua maioria e ao contrário das artesãs, nas regiões de maior urbanização e riqueza do país.

Do mesmo modo, há uma preocupação em adequar o produto a mais pessoas, evidenciada na proposta de Tania de desenvolver peças em tamanho único, “para qualquer tipo de manequim”. Isto traria um menor gasto para a cooperativa em termos de material e um menor risco de não vender um tamanho ou outro nas feiras. O comentário seguinte de Lars indica que a modelagem, atividade técnica e especializada, costuma ser um desafio para os produtores artesanais, que geralmente não possuem uma instrumentalização formal como os “modelistas”. Portanto, a criação de produtos em tamanho único aumentaria o número de consumidores possíveis não só pela questão do tamanho, mas também – e talvez, principalmente – por conta da dinâmica das feiras de negócios. A compra de mercadorias nestes eventos se dá de maneira muito específica: por parte dos lojistas, o olhar é ligeiro e, portanto, o produto deve ressaltar frente a outros e, por parte dos consumidores diretos, não há como experimentar muitas das peças, fazendo com que uma modelagem em tamanho único facilite a compra impulsiva.

O asterisco neste diálogo indica mais um dos hiatos presentes na conversa entre o designer e D. Eva. Lars parece ater-se àquilo que diz respeito diretamente à realização de seu trabalho na oficina, àquilo que ele tem condições de realizar e resolver, afastando-se das artesãs quando elas o trazem conflitos. Problemas de espaço na feira não é uma das questões que cabem a ele como designer trabalhando para o Talentos do Brasil. Ao final de sua fala, ao dizer que “se faltar papel” não será um problema, Lars indica novamente que está em uma posição de controle e segurança com relação à situação.

Em outra fala sua, percebemos a diferença socioeconômica entre o designer e as artesãs: “temos uma verba para o material [R\$ 350,00] para fazer protótipos. Se faltar algo daqui, eu compro no Rio ou em São Paulo e mando [para vocês]”, completando adiante que “um pouquinho a mais ou um pouquinho a menos de dinheiro não tem problema”, o importante era que não faltasse material para experimentação. Lars não tem problema com um pouquinho a mais ou a menos de dinheiro. As artesãs têm.

Dando continuidade à sua proposta, Lars abriu o seu *laptop* e iniciou uma apresentação em *slideshow* elaborada para introduzir a proposta do Instituto Meio para as oficinas com os grupos apoiados pelo Talentos do Brasil. Segundo o designer, esta apresentação havia sido feita em todos os grupos, para que todos “tivessem a mesma base” e a

coleção de produtos do Talentos para a Copa (composta por peças de todos os grupos apoiados) fosse coerente. Ao longo da apresentação, Lars ressaltou que os produtos deveriam sobreviver à Copa do Mundo e que uma das coisas que “eles querem”, referindo-se à equipe do Talentos do Brasil, “é promover autonomia e sustentabilidade” e que portanto, era necessário que os produtos fossem desenvolvidos em conjunto.

A proposta consistia, de acordo com a apresentação e a fala de Lars, em olhar para a comunicação visual: as cores, a textura, e os elementos do Brasil a fim de desenvolver os produtos. Estes deveriam ser pequenos, utilitários e não poderiam quebrar, uma vez que o consumidores seriam, em geral, turistas brasileiros e iriam viajar entre as cidades. Esses consumidores procuram, conforme afirma Lars, matérias primas inusitadas, elementos da iconografia e da identidade brasileira. O preço das peças não deveria ser muito alto, devido ao caráter de espontaneidade da venda de artesanato e seus concorrentes seriam os produtos temáticos da Copa, como o mascote, “os bichinhos de pelúcia do tatu”.

Lars sugeriu, com base no tipo de produto produzido pela Lã Pura, que prosseguissem na direção do vestuário e dos acessórios, dando ênfase aos acessórios e comentou que os produtos não deveriam ser todos nas cores verde e amarelo, mas que teriam que ser alegres e “falar do jeito brasileiro de ser”. Alguns elementos que remeteriam a esse “jeito brasileiro” seriam as fitas, o estádio, a rede do gol e os gomos da bola e Lars assinala os números, os círculos e as sobreposições como tendências neste contexto cultural da Copa do Mundo. Além disso, comentou que a ideia era “ousar um pouquinho nas cores”, uma vez que os produtos precisavam transmitir alegria e a maior parte das cores usadas pela Cooperativa até então não era tão vibrante.

Dessa forma, nesse momento, já existia um planejamento relativo às possíveis maneiras de se conduzir a oficina, bem como uma série de requisitos aos quais as peças ali desenvolvidas deveriam atender. Contudo, não havia uma prescrição detalhada, de maneira que existia uma meta (comum a todos os grupos apoiados pelo Talentos do Brasil) – representada pela apresentação em *slideshow* -, mas o desenho final dos objetos e “as etapas necessárias para se chegar lá” não eram totalmente conhecidas (TURNBULL, 1993, In INGOLD, 2012, p. 27) e foram elaboradas ao longo do encontro.

O designer diferenciou “o produto em si”, isto é, o modelo de uma peça, das aplicações de lã sobre este produto, propondo que fossem feitas “amostrinhas” de aplicações possíveis e que depois o grupo decidisse as modelagens. Percebendo que as aplicações encaminhavam-se para desenhos mais geométricos, Tania comentou que era difícil fazer formas sextavadas com o feltro, que “ele não fica certinho”. Lars então reforça que isso não

seria um problema, pelo contrário, “seria legal” e D. Eva completou reafirmando que como “é artesanato, é singular. É assim”.

Tentando trazer a conversa para uma dimensão mais concreta, Vanilda entrevistou neste momento com a questão dos casacos e o fato de que algumas peças vendem mais do que outras e, por isso, deveria se pensar no custo benefício de fabricar uma ou outra coisa. Os chaveiros de crochê sugeridos por Lars, por exemplo, no seu ponto de vista “não teriam saída”, uma vez que não há uma boa maneira de expor esse tipo de objeto nas feiras. As bolsas também, segundo ela, são peças que não são boas de levar para as feiras por se tratarem de peças pesadas, gerando um alto custo de transporte e pouca visibilidade no stand. Outro comentário feito pela filha de D. Eva foi em relação ao tipo de produto que chama atenção dos consumidores nos eventos: os casacos e os xales.

Retomando a fala de Vanilda sobre os casacos no início desta seção, ela comenta que é preciso incluir as “peças que trazem sustento” na coleção: casacos e xales. Como já citado, é preciso “desenvolver casaco novo. Nós não temos disponível designer toda hora, não podemos perder a oportunidade de desenvolver casaco novo”. Esta fala de Vanilda é fértil para pensarmos a respeito de como as artesãs percebem o trabalho dos designers que conduzem as oficinas das quais elas participam.

Contar com a consultoria de design significa para as artesãs mais do que ter acesso “ao que o mercado está querendo”. Simboliza também a oportunidade de desenvolver produtos novos, uma oportunidade que não deve ser desperdiçada uma vez que não é sempre que há um designer disponível para isso. A presença do designer, ou a “consultoria de design”, poderia ser vista, então, como um “bem escasso”, ou um acontecimento raro. Tendo que ser aproveitada para gerar “só peças para vender”, como disse Vanilda.

5.2 A dinâmica da oficina de design

Para iniciar a produção, Lars propôs dividir o grupo de acordo com as habilidades de cada artesã e mostrou algumas referências (fotos coletadas na internet) de peças que poderiam ser produzidas, como xales e bolsas. Em seguida, pediu que as artesãs fizessem “amostrinhas” de aplicações de lã em formas geométricas sobre tecido e malha e designou a produção dessas amostrinhas às artesãs de São Borja – Gema, Tania, Ivonne e Evanildes – e à D. Elsa, de Uruguaiana. Essas “amostrinhas” consistiam em pedaços pequenos (cerca de 30 x 30cm) de tecido ou malha sobre os quais as artesãs fariam testes das aplicações sugeridas por Lars. As peças de tricô e as feitas no tear ficaram a cargo de Delma e Sandra, respectivamente. Essa

distribuição foi apoiada pelas artesãs, pois condizia com o trabalho que cada um delas estava acostumada a realizar⁴⁷.

Ao longo da oficina, Lars comentou o trabalho das artesãs. Opinou sobre as cores que foram usadas e sobre o resultado dos testes. Pediu que Tania modificasse um pouco o desenho que estava aplicando no tecido, e que Delma invertesse o ponto do tricô no xale que estava tecendo: onde era ponto baixo, fazer ponto alto e vice versa. As artesãs realizaram as modificações pedidas. Gema pediu a Lars que desenhasse moldes das formas geométricas que deveriam ser aplicadas nos tecidos, solicitando que ele expusesse o desenho no qual estava pensando, ou seja, materializasse a ideia que tinha em mente. As artesãs acharam que executar esses desenhos “certinhos” seria muito complicado, uma vez que o material – o feltro e o fio – e a técnica que usam não permitem muita exatidão no trabalho de aplicação.

A partir do que Lars pediu às artesãs e do que Gema pediu a Lars, vemos o que o designer espera do trabalho das artesãs e o que as artesãs esperam do trabalho de Lars: para o designer, as artesãs devem seguir suas sugestões para que cheguem a um “bom resultado” e, para as artesãs, é preciso ter o desenho do designer (o molde desenhado por ele) para que trabalho atinja este “bom resultado”. Assim, apesar de o discurso de que as decisões seriam tomadas em conjunto, há um consenso de que a opinião dele a respeito da qualidade do produto, “vale mais” do que a das artesãs.

Ao fim do primeiro dia de oficina, Lars e as artesãs fizeram uma avaliação do trabalho. Tania comentou que havia ficado animada, pois nas oficinas anteriores, costumavam terminar o primeiro dia sem nenhuma produção. Lars então explicou que “fazer uma coisa nova é um processo, não é uma ideia que cai do céu”, e que era importante ter alguma coisa no primeiro dia para que o grupo tivesse ideia do que viria mais para a frente.

Nos dois dias seguintes de oficina, Lars desenhou algumas modelagens (um xale, um cachecol com capuz e um colete) enquanto as artesãs finalizavam as “amostrinhas” e algumas peças piloto. O designer avaliou os resultados parciais das peças em processo e o grupo conversou sobre a escolha de cores. No último dia, discutiram a divisão da produção entre as artesãs, avaliaram os resultados gerais obtidos ao longo da oficina e deram nomes às peças e aplicações desenvolvidas.

À certa altura, Tania mostrou a Lars como estava o xale que vinha produzindo e Lars comentou: “acho importante [que tenha] uma finalização”, sugerindo que a artesã pendurasse

⁴⁷ D. Eva, a princípio, não recebeu nem se ofereceu para realizar nenhuma das tarefas. Quando perguntei-a o porque disso, ela me disse que não produz muito nas oficinas pois já tem muito trabalho em fiar e tingir a lã e que é preciso dividir o trabalho com as outras cooperadas.

nas pontas do xale uma bolinha de feltro. Tania executou a sugestão do designer e me chamou em seguida, perguntando o que eu havia achado do acabamento com as bolinhas na ponta do xale. O fato de ela ter pedido minha opinião sobre a sugestão de Lars demonstra a insatisfação de Tania com o resultado. Minha formação como designer parece ter importância para a artesã naquele momento, pois me coloca “no mesmo lugar” de Lars. Entretanto, ser mulher, estar hospedada na casa de uma das artesãs e conviver mais intensamente com elas, gerou um sentimento de cumplicidade e, visivelmente, Tania esperava que eu concordasse com ela. Perguntei-lhe, todavia, o que *ela* havia achado. Respondeu-me:

– Tania: Eu não gostei, mas tem que ver o olhar dele [Lars], não é o meu olhar [que vale].

– Elisa: E por que não? Não é você que está fazendo?

– T: É, meu olho não gostou.

E se incluindo na conversa, D. Elsa comenta:

– Ficaram duas bolinhas perdidas!

Eu disse que estava difícil, que não sabia dizer o que preferia – com ou sem bolinha – tentando não influenciar a decisão e Sandra comentou que gostou das bolinhas mas, que assim, o xale ficava “mais pra jovens”. Ivone disse que achava que as bolinhas “davam um tchan” na peça.

Em seguida, Tania aplicou uma franja na barra do xale e veio até mim: “o que teu olho diz?”, de modo a testar novamente se eu concordaria com ela ou com Lars. Mais uma vez, devolvi-lhe a pergunta: “o que diz o teu?” e ela respondeu que gostava mais assim. Sugeri então que ela mostrasse para Lars a aplicação da franja. Tania vestiu a peça e mostrou para o designer. Ele afirmou que preferia com a bolinha, porque a franja “era demais”. Após ouvir o argumento de Lars, Tania concluiu a discussão: “com bolinha então”.

Mesmo que a artesã não tenha gostado do resultado com as bolinhas, não contestou a opinião do designer e tomou-a como uma decisão. Há, então, uma disparidade no discurso das artesãs e no do designer sobre quem tem poder de decisão sobre as peças que serão produzidas. Elas acham que a decisão é dele e ele diz que a decisão é tomada em conjunto. No entanto, como relatado acima, ao final, a decisão que pesa mais é a dele. O fato de que o designer é o profissional legitimado para tomar tais decisões é reforçado no Talentos do Brasil pela Cartilha das Artesãs (TALENTOS DO BRASIL, [200-]), documento informativo

direcionado à elas e, esta posição foi confiada à Lars (e à equipe do Instituto Meio) por ter vencido a Concorrência N° 001/2013 do Sebrae/TO (cf. Anexo 1).

5.3 Conflitos

A questão da divisão das peças entre as artesãs, ou seja, quem vai produzir o que, foi bastante discutida entre as artesãs e com o designer. Este é um dos conflitos da Cooperativa e as artesãs levaram o problema ao designer na esperança de que ele pudesse decidir por uma divisão justa de produtos a serem produzidos por um ou outro grupo de artesãs (o de São Borja e o de Uruguaiana). Esta é uma expectativa das artesãs de que o designer designe quem vai produzir qual peça ao final da oficina.

D. Elsa tem uma preocupação grande com o tipo de peça que ela e as outras artesãs de Uruguaiana produzem. São peças, em sua maioria, tecidas no tear ou com a técnica do tricô. Peças que elas chamam de “pesadas” e que, por isso, não vendem em qualquer lugar e nem em qualquer época do ano, gerando uma desigualdade de vendas na feira entre o grupo de artesãs de São Borja e o de Uruguaiana. Ela então cobrou de Lars que ele designasse peças mais leves, como casacos e xales, ao grupo de Uruguaiana.

As artesãs de São Borja dizem que isso ocorre pois há entre elas mais mulheres habilidosas na costura e na aplicação de fios e feltros sobre o tecido, enquanto que em Uruguaiana, as artesãs são muito habilidosas na tecelagem e no tricô. D. Eva conta que o grupo sempre se dividiu assim: “pela técnica”, mas que D. Elsa poderia também produzir as peças mais leves, desde que fossem diferentes das produzidas pelas artesãs em São Borja.

A tentativa de fazer com que Lars designasse a produção das peças para uma ou outra artesã, portanto, partiu da necessidade de solucionar o conflito entre as artesãs de São Borja e Uruguaiana a respeito da produção das “peças leves”. Foi uma estratégia para que nenhuma delas tivesse responsabilidade sobre esta divisão e pudessem usar como argumentos no futuro o fato de que “o designer” resolveu.

Para Lars, contudo, a divisão de produção baseada na habilidade de cada artesã “sempre vai dar problema”. Ele diz que se a partilha se dá pela técnica, “um faz tear e o outro faz [aplicação] na malha, vai ter sempre a mesma briga” e o designer insiste que este é um “problema interno” da Cooperativa. Assim, por maior que seja a esperança de que o designer seja o mediador deste conflito, ele se afasta e afirma que não há tempo na oficina para resolver esse problema, sugerindo que as artesãs conversem sobre quem vai produzir cada peça em outro momento.

Sobre este assunto, Vanilda explica que nas oficinas anteriores as artesãs se organizavam de acordo com o que lhes era designado pelo designer. Então, o que cada uma desenvolvia na oficina lhe cabia como produção depois da encontro. Gema reitera esta ideia exemplificando a maneira como as artesãs se comportaram ao longo da oficina:

- Gema: o senhor desenhou e cada uma já foi pegando um, então eu acho que é bem mais sensato [que] quem pegou e foi desenvolver é o certo que faça”.
- Vanilda: Porque cada um certamente pegou aquilo que tem mais habilidade
- G: Porque os desenhos estavam todos exposto ali. Ficou de um dia pro outro. Eu disse ‘eu vou tentar fazer esse’.
- Lars: Eu desenhei pra vocês, pro grupo. Se depois vocês dividirem, tanto faz. Agora, se existe essa divisão entre Uruguaiana e aqui, a gente depois resolve quando vir a nossa grade de produtos. [...] A gente pode optar por alguns desenhos que Uruguaiana pode fazer. [...] Eu não to direcionando agora. [...] O que interessa hoje pra mim é deixar uma linha de produtos boa. Pra depois, em março, a gente dividir. [...] Vamos tentar fazer em equipe e em março a gente tenta dividir isso de forma justa.

Apesar dos esforços do designer para que as artesãs trabalhassem em conjunto ao longo da oficina no desenvolvimento das peças e depois repartissem a produção, o esquema de divisão de trabalho reconhecido pelas artesãs é aquele em que, ao desenvolver certa peça com determinada artesã, o designer acaba por decidir quem irá fabricar o que. No último dia de oficina, por exemplo, Tania retomou esta questão:

- Tania: Uma dúvida que eu tenho, o meu, essa graminha que eu fiz, esse xale, vou continuar fazendo, então? Como eu fiz o protótipo dele vai ser feito eu, aqui em São Borja, afinal?
- Lars: Eu acho que quando a gente aprovar isso tudo, aí a gente tem mais certeza.
- Gema: Mas [...] ela já tinha que ver o que que ela vai ficar pra ter providenciado fazer o outro. Nesse intervalo de tempo [entre esta e a próxima oficina].
- Vanilda: É que as gurias aqui [em São Borja], não sei como é que a D. Elsa faz lá, mas as gurias assim aqui oh, elas, por exemplo assim, fizeram o xale, olhou, gostou, ficou bem, elas já vão largar produzindo.
- G: Pra quando o senhor vier [de novo], tem outro já.
- V: Aí não precisa esperar, pra daí dizer sim, pra daí elas produzir. Entendeu?
- L: Não, mas pode ir [fazendo].
- V: Porque não ficam paradas, entende? Estão sempre produzindo.

Para o designer, essa é uma questão que não lhe cabe resolver. Ele afirma que não há tempo para fazer este trabalho na oficina, entretanto, as artesãs enxergam no trabalho do designer uma possível solução.

Por conta da diferença no tipo de peças produzidas entre as artesãs de São Borja e Uruguaiana, D. Elsa sente-se prejudicada e começa a fabricar casacos como os que as artesãs em São Borja fazem. Isso gerou um desconforto entre as cooperadas uma vez que as peças eram similares, porém com algumas diferenças na modelagem, e competiam entre si. Uma noite, após a oficina, conversaram na casa de D. Eva e chegaram à solução de que Lars deveria desenhar um casaco novo para D. Elsa. Assim, ela teria uma peça leve para vender e não seria a mesma que Gema e Tania produzem. Então, “desenhar um casaco novo para D. Elsa” é uma solução que parte das artesãs e que não demanda uma reorganização da produção da Cooperativa, ou seja, não lhes coloca um novo problema, mas exige do designer uma solução do conflito por meio da inserção de um novo produto.

5.4 Revisão da oficina

Ao longo do processo de nomenclatura das peças a visão das artesãs e do designer a respeito do trabalho e da produção da cooperativa emergem. O entendimento do que é *trabalho das artesãs* não é um consenso e pode ser notado no diálogo a seguir no qual o grupo discute o nome de um xale sobre o qual é feita uma aplicação de um desenho com fio.

– Eva: xale capim, xale grama?

– Lars: Mas ai você tá dando o nome pelo coisa...

– Gema: pelo trabalho.

– L: Mas tem que ter um nome pro modelo. É isso que a gente tem que achar. Entendeu? É isso que eu acho legal. [...] eu queria que fosse não pelo desenho, mas pela modelagem. Porque a gente vai ter uma modelagem e vários tipos de desenhos.

– E: tem que pensar... porque nós nunca fizemos isso de ter o mesmo [desenho] em diversos [modelos]... Mas pode no mesmo modelo fazer outro trabalho.

Há uma distância entre o entendimento de Lars e de D. Eva e Gema sobre o que caracteriza a peça produzida – aquilo que pode ser usado para nomeá-la. Para elas, o produto é identificado pelo desenho, ou seja, aquilo que corresponde ao seu trabalho - a aplicação do fio ou do feltro sobre o tecido, a lida com a lã. Para Lars, no entanto, o produto e, por

consequente, aquilo que o distingue dos outros, é o modelo sobre o qual se aplica a lã. Não há um consenso, portanto, de que a peça é aquilo que designer e artesãs geraram juntos (o sistema de modelos e aplicações). A referência a essa produção conjunta é estratégica e, até onde pude observar, se faz na ocasião da venda, na feira de negócios - momento no qual interessa às artesãs o fato de que o nome do designer valorize a sua produção.

D. Eva percebe que “o ganho” da oficina realizada por Lars foram as modelagens. Ela afirma que “o que esse aí [Lars] fez: sentar ali, desenhar um molde, cortar, pôr e ver – isso os outros não fazem [...] os outros designers não se envolviam com modelagem”. E Evanildes completa afirmando que nas outras ocasiões, quem modelou as peças foram elas mesmas, as artesãs. Quando indaguei-as se exercitar a modelagem não era uma coisa boa, D. Eva respondeu que sim, que era bom que elas o fizessem, mas afirmou também que “a gente não tem noção de criar. [...] Tudo o que esse Lars criou nós poderia criar, mas a ideia não vem. E ele trouxe a ideia e apresentou, “puxou” e esse teria sido “o lado bom” da oficina de design.

Quando D. Eva fala que Lars “puxou” o desenvolvimento das peças, parece que ela confere determinado valor à sua atitude de facilitar a possibilidade de criação das artesãs. Isto é, o fato de ele ter feito determinadas sugestões, gerou a oportunidade de as artesãs participarem e darem continuidade, improvisarem, a partir do que foi proposto por ele.

A diretora da Cooperativa afirma que as peças que Lars desenhou são boas porque “são bem vendáveis”, são peças fáceis de produzir e não são caras, o que seria um ponto positivo na medida em que possibilita a continuidade do seu trabalho como artesã, com certa autonomia. Contudo, na sua visão, “a gente não ganhou muito, não saiu coisa nova. Ele não criou nada, só reciclagem de coisas que a gente já fez. Não saiu peça de desfile [...] Ele usou as aplicações que a gente já usava. [...] e aplicação de fio e feltro a gente já fazia [...] Sim, ele fez modelagens novas, mas nenhuma inovação, nenhuma peça de desfile de moda”.

“Reciclar” (adaptar, redesenhar...) peças não é, então, para a artesã, um ato criativo. A reciclagem de que fala D. Eva pode ser vista como um processo de *redesign*, ou seja, uma revisão da solução anterior, questionando-a e experimentando novas formas possíveis (LATOUR, 2008). E, se lembramos que a improvisação refere-se à capacidade de criação não apenas no momento em que algo de novo é concebido ou se concretiza, mas, sim, durante todo seu processo de construção, uso, conserto e reconstrução, podemos aproximar a ideia de *redesign* da ideia de improvisação.

Assim sendo, a descrição da maneira como Lars agiu em relação ao desenvolvimento das peças na oficina seria, nos termos de Ingold e Hallam (2007), algo mais próximo da improvisação do que da inovação. Tal fato é depreciado na visão da artesã, que diz que, do

encontro, “não saiu coisa nova”, ou que “não saiu peça de desfile”, indicando que ela esperava que o designer tivesse proposto algo “inovador”, ou seja, diferente daquilo que as artesãs reconhecem que sabem fazer: adaptar peças. Ao decepcionar-se com o jeito de agir de Lars, D. Eva acaba por desvalorizar a si mesma e à capacidade criativa do grupo de artesãs, uma vez que reciclar peças é o que caracteriza a “criação nossa”, de que falava Tania no início do capítulo. Entende-se, portanto, que a valorização do seu trabalho passaria por um olhar externo, voltado para resultados inovadores, propostos por designers.

Para as artesãs, o que define um produto novo não é um modelo diferente, mas um tipo diverso de trabalho com a lã, algo que elas ainda não fazem, que não está na sua prática cotidiana, no seu *on going process of life* (INGOLD, 2012, p.29). Já para Lars, o que caracteriza uma peça nova é o seu corte, a sua modelagem, enquanto que a aplicação de fio e feltro “é o que as artesãs fazem”. Por conseguinte, mesmo que o designer acredite ter desenhado produtos novos, para as artesãs, não ocorreu inovação, uma vez que o trabalho que elas têm com a lã não mudou, não foi suficientemente alterado para que gerasse um resultado diverso do que elas já conheciam. O que elas fazem continua o mesmo: aplicação de fio e feltro sobre tecido (além do tricô e da tecelagem).

D. Eva pensa que Lars se diferencia dos outros designers com quem já trabalhou. Diz que os outros riam e brincavam e que Lars é um ‘homarão’, mas que achou ele “fraco” pois só pensou nas “adaptações”. Ao contrário, Lars pensa que nem sempre o “o produto feito por estrelas (como o Ronaldo Fraga, o Renato Loureiro, o Jun Nakao)” vende. “Você vê”, continua, “elas falam o que vende é a peça do estilista, mas muitas vezes não dá certo. Foco em moda é complicado porque muda tudo muito rápido, e no artesanato é diferente a velocidade. Elas também não podem ficar esperando. O designer vai, apresenta na passarela, aí quando elas tão acabando de produzir, ele não quer mais”.

Com isso, Lars afirma que não é interessante que o desenho do produto seja imposto pelo designer (ou estilista) e que, como um dos aspectos que o Talentos do Brasil propõe é desenvolver autonomia e sustentabilidade de produção dos grupos, é importante “fazer as coisas juntos”, e, imaginando um cenário provável, diz: “imagina se não vem mais Talentos [do Brasil]? Vocês tem que continuar. Não pode parar por política”. Assim, conduzir a oficina adotando uma conduta mais próxima da improvisação do que da inovação parece ser uma estratégia coerente com o discurso do designer.

A fim de nos aproximar da percepção de D. Eva sobre as peças geradas na oficina, podemos apontar a expressão temporal das noções de inovação e improvisação. Ingold e Hallam afirmam que a inovação não é caracterizada por quebrar convenções, mas sim por

expressar pontualmente o conceito de criatividade por meio de produtos, de resultados. Para os autores, a inovação “marca o passado”. A “história”, afirmam, “é configurada como uma sequência de inovações criativas” (INGOLD; HALLAM, 2007, p.10). Por outro lado, a improvisação é temporal na medida em que entendemos, a partir do que afirma Henri Bergson (1911, apud INGOLD; HALLAM, 2007, p. 11), o tempo como *duração*: como um progresso contínuo de interferência do passado sobre o futuro, que cresce na medida em que este avança.

Ao mesmo tempo em que D. Eva afirma que a oficina com Lars não gerou nenhuma inovação, ou seja, não marcou a história da Cooperativa, a artesã entende que a possibilidade ter participado de oficinas de design gerou “inovação” para a produção artesanal. Ela diz que “a inovação foi o acontecimento de maior importância no [nosso] artesanato. [...] Nós inovamos, nós mudamos daqueles ponchos de lã e cobertor[es] pesado[s] pra essas peças novas, né? [...] Mas cada vez a gente tá inovando mais. Tá pegando peças mais leves, tá pegando outros modelos, outros tingimentos, isso tudo é inovação”. E D. Eva continua: “os novos fios, [a gente] começou a produzir coisas novas a partir da orientação do designer e inovou. O fio é que tem o papel de desenvolver a peça mais leve, menos pesada é a partir do fio. Antes [eu] só produzia o fio grosso. Na LBA aprendi aquele fio duro. Com o Renato fiz aquele fio [mais fino], eu nunca imaginava!”.

Assim, D. Eva conclui que essa “inovação” gerou muitas mudanças: fez com que as peças de artesanato “evoluíssem” no sentido de apresentarem melhor acabamento e melhor qualidade, tendo um como resultado um aumento de renda. “A inovação”, diz ela “foi de maior importância [...] porque se eu continuasse fazendo baixeiro, pala, coberta, não tinha vivido tudo [isso]”.

As mudanças percebidas com a participação no Talentos do Brasil envolvem, para D. Eva, “a divulgação, a comercialização, a valorização”. Segundo ela, o projeto valorizou todas as artesãs “como pessoas” e aumentou também a venda dos produtos. “Eu trabalhava”, conta D. Eva, “mas eu vendia pra quem? Pro vizinho, pra vizinha botava uma banquinha lá na praça; vendia na rua, pra algum turista que passava, pra algumas pessoas na cidade. Eu fazia uma peça, não sabia quando que eu ia vender – de repente demorava, de repente não vendia. Isso [o Talentos do Brasil] abriu um leque... Então divulgou. Eu estava me sentindo apoiada, sabe? Eu estava me sentindo forte porque eu estava apoiada. Isso valorizou muito o nosso produto e nós como pessoa”.

Existe, de fato, uma preocupação da Cooperativa com a sustentabilidade e possibilidade de manutenção de seu trabalho. Entretanto, ao contar a história do grupo, ou

lembrar o passado e as mudanças ocorridas na Cooperativa, D. Eva cita as inovações (o fio mais fino, que possibilitou a produção de peças mais leves e ampliou o mercado consumidor de suas peças, por exemplo). É esperado, por conta da trajetória de interação com designers, que o profissional que conduz a oficina as ajude a construir essa história. Parece haver, portanto, além da preocupação em manterem-se ativas, um desejo de construir uma história de sucesso que possa ser recontada em palestras, ou revivida em desfiles de moda internacional. Por isso, um anseio pela inovação, pela mudança e “aperfeiçoamento” (nos termos do Talentos do Brasil e das próprias artesãs) da produção.

A inovação, então, é importante não só por conta do aumento da renda decorrente das vendas e da ampliação do mercado, mas também porque ajuda a contar a história da Cooperativa e das mulheres do grupo, valorizando a sua identidade como artesã. A inovação “fez com que” D. Eva tivesse vivido “tudo isso”: palestrar em universidades, dar entrevistas, participar de semanas de moda no Rio de Janeiro e em São Paulo, bem como viajar a Paris para evento similar, ver suas peças em filme da Rede Globo, participar de feiras de negócios em diversas cidades do Brasil, e diversas outras situações de “status”.

O redesign, a reciclagem das peças antigas, não é compreendida como inovação pois não marca o tempo, não muda drasticamente a produção do grupo e não influencia diretamente na possibilidade de “viver tudo isso”, mas, sim, possibilita que elas sigam a adiante em seu fluxo. Isso é, reforça o modo como elas já trabalham. A adaptação, elas fazem por conta própria, não precisam do designer pra isso. Precisam de designer sim, pra “criar casaco novo!”.

As ideias de negociação e mediação foram, portanto, chaves para pensar a maneira como se relacionam os sujeitos na oficina de design. A fim de gerar novas existências designer e artesãs negociam o tempo todo uma série de aspectos, tais como, por exemplo, o que se espera do comportamento do designer. Este aspecto criativo da mediação, pode ser relacionado ao conceito de improvisação, proposto por Ingold e Hallam (2007), na medida em que é preciso negociar com os domínios e províncias já existentes, conectando-se com aquilo que “já está aí”, e abraçando o movimento para criar uma outra realidade, novos valores e condutas.

Retomando Deleuze (1997, p.285), pode-se pensar que “a criação é toda sobre mediadores”, ou seja, a criatividade, a capacidade de criar algo, seja pelo ponto de vista da improvisação, seja pelo da inovação, depende da localização de pontos de contato e comunicação entre os diferentes mundos para produzir resultados a partir das pontes estabelecidas (KUSCHNIR, 2001).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do trabalho de campo realizado para esta pesquisa, foi possível perceber que as artesãs esperam do designer mais do que a “criação de novos produtos”. Há uma esperança de que ele, por meio do desenvolvimento destas peças, resolva questões de gestão, bem como determinados conflitos do grupo. Assim, a presença do designer na Cooperativa acarretou uma série de discussões sobre problemas internos das artesãs, como, por exemplo a distribuição da produção entre as cooperadas de uma ou outra cidade.

Com relação a este tipo de atuação, Ludimilla, coordenadora do projeto no Sebrae/TO, comenta que os designers não só desenham, mas também “auxiliam na mobilização dos grupos”. Entretanto, não é deste modo que Lars entende o seu trabalho ali. Ele identifica como objetivo de seu trabalho “deixar uma linha de produtos boa” e “garantir que as pessoas possam produzir as peças”, bem como que saibam fazer fichas técnicas e estabelecer preços para os produtos. Segundo ele, não há tempo e nem lhe cabe resolver os conflitos internos da Cooperativa. No entanto, na prática, Lars acaba por escutar as artesãs e tenta propor soluções, expondo a sua opinião, assumindo, deste modo, a mediação interna dos conflitos trazidos a ele.

O designer, no entanto, pode ser identificado com a figura do mediador também no sentido proposto por Gilberto Velho (2001), uma vez que estabelece comunicação entre grupos e categorias sociais distintas, transformando as realidades com as quais negocia, transitando com informações e valores diversos.

Os designers que participaram do Talentos do Brasil trabalham e/ou vivem em regiões urbanas, especificamente em capitais e apresentam uma situação socioeconômica contrastante à das artesãs. Eles encontram-se onde os produtos fabricados pelas cooperativas apoiadas pelo projeto são vendidos, ou seja, “conhecem o mercado consumidor” de artesanato. Ao se deslocarem de seus locais de origem para cidades no interior dos estados como São Borja, no Rio Grande do Sul, e defrontarem-se com “agricultores familiares”, realizam o trânsito de informações e valores do qual fala Velho (2003). O fato de que na visão das instituições, bem como na das artesãs, os designers são responsáveis por *levar* as informações sobre o mercado consumidor para o grupo exemplifica a condição de mediador destes profissionais no contexto do Talentos do Brasil.

Ainda de acordo com Velho (2001, p. 25), “a possibilidade de lidar com vários códigos e viver diferentes papéis sociais [...] dá a indivíduos específicos a condição de *mediadores* quando implementam de modo sistemático essas práticas”. Tomando por base o

caso estudado, é possível reforçar tal condição de mediação do designer por meio da apresentação inicial de Lars às artesãs. Naquela ocasião, o designer expôs os parâmetros sobre os quais o grupo iria desenvolver as peças para a Coleção Copa do Mundo e, ao fornecer a síntese dos requisitos aos quais os produtos deveriam atender, realizou o trânsito entre o que lhe foi pedido da Coordenação do Talentos do Brasil e o grupo de artesãs. Ademais, não só o designer *trouxe/levou* tais requisitos, como possuía a consciência da estratégia adotada, ou seja, “implementou sistematicamente” o trânsito de códigos entre “o que mercado quer” e quem irá confeccionar os produtos a serem consumidos por este mercado.

Uma vez que é o designer que conhece o mercado, entende-se, entre as artesãs, que ele é o profissional capaz de estabelecer as pontes necessárias entre a Cooperativa e o mercado, desenvolvendo “produtos vendáveis” e, portanto, facilitando que, a partir das suas sugestões, as artesãs possam criar peças (ou adaptar soluções) mais adequadas a este mercado.

Os conceitos de mediação, improvisação e inovação ajudam, portanto, a pensar o processo de concretização dos projetos individuais e institucionais envolvidos no Talentos do Brasil. Se o projeto do MDA tem como objetivo gerar renda por meio da promoção da autonomia e da sustentabilidade dos grupos produtivos, seus objetivos se alinham ao das artesãs na medida em que elas também desejam aumentar a sua renda. Do mesmo modo, o desejo do designer, de deixar uma linha de produtos boas, que seja vendável, também se alinha aos objetivos do Governo Federal e das artesãs. Entretanto, a maneira como os encontros se dão, parece indicar que o MDA e as artesãs estão preocupados com os resultados produzidos nas oficinas. Isto é, se interessam pelas inovações que poderiam ser geradas pelo designer. Por outro lado, Lars, afirma que é importante pensar no processo de criação das coisas, aproximando o seu modo de agir da ideia de improvisação, afastando-se do comportamento esperado pelos outros sujeitos.

Da parte do Talentos do Brasil, dois tipos de atitude são esperados do designer: criar produtos novos – novas soluções, inovações – e redesenhar produtos antigos – rever e atualizar peças e soluções já existentes. Como observado, se as inovações recontam a história da Lã Pura e a própria história dessas mulheres, ou seja, constroem determinada memória, as “reciclagens” possibilitam que elas mantenham a sua atividade, seu fluxo. Retomando Velho (2013), que sugere que a memória permite uma revisão do passado, e que o projeto é a antecipação no futuro dessa biografia, podemos dizer que as artesãs estão o tempo todo construindo e reconstruindo a sua identidade com base nas inovações. Isto é, nas histórias de sucesso da Cooperativa, e não no dia-a-dia da produção.

Da mesma maneira, as negociações acerca do comportamento do designer, aquilo que se espera que ele faça e o que ele faz de fato, reelabora a sua atividade, o seu papel naquele contexto e a própria de design para as pessoas envolvidas no Talentos do Brasil. Deste modo, ao longo da oficina, não se constroem apenas novos produtos. No encontro, os sujeitos constroem a si mesmos, criando e recriando o tempo todo as suas identidades como mulheres artesãs e como designer, contribuindo, em última instância, para a conceituação do que significa “ser mulher artesã” e “ser designer”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABU-LUGHOD, Lila. **Veiled Sentiments: Honor and poetry in a Bedouin Society**. [S.l]: University of California Press, 1999.

ANASTASSAKIS, Zoy. **Triunfos e impasses: Lina Bo Bardi, Aloísio Magalhães e o design no Brasil**. Rio de Janeiro: Lamparina; FAPERJ, 2014.

ANASTASSAKIS, Zoy.; KUSCHNIR, Elisa Nobrega. Trazendo o design de volta à vida: considerações antropológicamente informadas sobre as implicações sociais do design. In: LIMA, Guilherme de Cunha; MEDEIROS, Ligia. (Org.). *Textos selecionados de design 4*. 1ed. Rio de Janeiro: PPDESDI/UERJ, v. , p. 137-141, 2013.

ANDREASEN, Søren.; LARSEN, Lars Bang. The middleman: beginning to talk about mediation. In: O'NEILL, Paul. (Org.), **Curating Subjects**. Londres: Open Editions de Appel, 2007. p. 20-30.

BARDI, Lina Bo. Planejamento ambiental: “desenho” no impasse. In: RUBINO, Silvana; GRINOVER, Marina. (Eds.), **Lina por escrito: textos escolhidos de Lina Bo Bardi**. São Paulo: Cosac Naify, 2009. p. 136-141.

BEAUD, Stéphane; WEBER, Florence. **Guia para a pesquisa de campo: produzir e analisar dados etnográficos**. Tradução de Sérgio Joaquim de Almeida e Henrique Caetano Nardi. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

BORGES, Adélia. **Design + artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.

BRASIL. Decreto nº 80.098, de 8 de agosto de 1977. Institui o Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato. **JusBrasil**. Disponível em: <http://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/114767/decreto-80098-77?ref=topic_feed>. Acesso em: 27 maio 2015.

_____. Decreto nº 83.290 de 13 de março de 1979. Dispõe sobre a Classificação de Produtos Artesanais e Identificação Profissional do Artesão. **JusBrasil**. Disponível em: <<http://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/114720/decreto-83290-79>>. Acesso em: 27 maio 2015

_____. Decreto nº 91, de 21 de março de 1991. Institui o Programa do Artesanato Brasileiro. **JusBrasil**. Disponível em: <<http://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/125591/decreto-91>>. Acesso em: 27 maio 2015.

_____. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Talentos do Brasil**. Brasília: [s.n., s.d.]. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-talentos/sobre-o-programa>>. Acesso em 09 de dezembro de 2013.

_____. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome. Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP. Brasília: [s.n, s.d]. Disponível em <[dhttp://www.mds.gov.br/segurancaalimentar/equipamentos/feirasmercados/arquivos/declaracao-de-aptidao-ao-pronaf-dap.pdf](http://www.mds.gov.br/segurancaalimentar/equipamentos/feirasmercados/arquivos/declaracao-de-aptidao-ao-pronaf-dap.pdf)>. Acesso em 26 maio de 2015.

_____. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Base Conceitual do Artesanato Brasileiro**. Brasília: [s.n.], 2012. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1347644592.pdf>. Acesso em: 26 maio 2015.

_____. Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República. **Programa do Artesanato Brasileiro**. Apresenta informações gerais sobre o Programa do Artesanato Brasileiro. Publ. em 13 jan. 2014 e mod. em 22 maio 2015. Disponível em: <<http://www.smpe.gov.br/assuntos/programa-do-artesanato-brasileiro>>. Acesso em: 27 maio 2015.

_____. Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Portaria nº 29 de 5 de outubro de 2010. Torna pública a base conceitual do artesanato brasileiro para padronizar e estabelecer os parâmetros de atuação do Programa do Artesanato Brasileiro - PAB em todo o território nacional. **Legisweb**. Disponível em: <<http://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=221568>>. Acesso em: 26 maio, 2015.

BRAUDEL, Fernand. *Afterthoughts on Material Civilization and Capitalism*. Baltimore: John Hopkins University Press, 1977 apud ANDREASEN, Søren; LARSEN, Lars Bang. *The middleman: beginning to talk about mediation*. In: O'NEILL, Paul. (Org.), **Curating Subjects**. Londres: Open Editions de Appel, 2007. p. 20-30.

BUCHANAN, Richard. *Rethoric, Humanism and Design*. In: BUCHANAN, Richard; MARGOLIN, Victor. (Eds.). **Discovering Design: Explorations in Design Studies**. Chicago e Londres: The University of Chicago Press, 1995. p. 23-66.

CABRAL, Fabrícia Guimarães Sobral. **Saberes Sobrepostos: design e artesanato na produção de objetos culturais**. 2007. 146p. Dissertação (Mestrado em Artes e Design)– Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

CANCLINI, Néstor. García. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

CASTRO, Celso. *Comentários*. In: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina. (Eds.), **Mediação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, 2001. p. 206–212.

CIOCCARI, Marta Regina. *Reflexões de uma antropóloga “andarina” sobre a etnografia numa comunidade de mineiros de carvão*. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, n. 32, ano 15, p. 217-246, jul./dez. 2009.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia**, Londres: Continuum, 2004 apud INGOLD, T. **Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture**. Abingdon: Routledge, 2013.

DELEUZE, Gilles. *Mediators*. In: _____, **Negotiations 1972-1990**. Nova Iorque: Columbia University Press, 1997. p.281-294.

DEVEREUX, George. **De la ansiedad al metodo en las ciencias del comportamiento**. Buenos Aires: siglo xxi editores s.a de c.v., 1967.

DIEDERICHSEN, Lars. Entrevista concedida a Lúgia Azevedo, publicado por A CASA em 13 de Janeiro de 2011. Disponível em < <http://www.acasa.org.br/biblioteca/texto/292>>. Acesso em 24 de maio de 2015.

DUARTE, Luiz Fernando. Comentários. In: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina. (Eds.), **Mediação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, 2001. p. 128-136.

FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO. Dispõe sobre a Feira e apresenta informações complementares para expositores, visitantes e imprensa. [2013?] Disponível em: <<http://www.feiranacionaldeartesanato.com.br>>. Acesso em: 7 ago. 2014.

FIRTH, Raymond. **Elements of Social Organization**. Londres: Watts, 1951 apud VELHO, Gilberto. **Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

FREITAS, Ana Luiza Cerqueira. **Design e artesanato: uma experiência de inserção de metodologia de projeto de produto**. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2011.

INGOLD, Tim. **Evolution and Social Life**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986 apud INGOLD, Tim; HALLAM, Elizabeth. (Eds). **Creativity and Cultural Improvisation**, Oxford/New York: Berg, pp.1-24, 2007.

_____, Tim. Introduction: The Perception of the User-Producer. In: GUNN, Wendy. and DONOVAN, Jared. **Design and Anthropology: Anthropological Studies of Creativity and Perception**, Ashgate Publishing Limited, pp. 19-34, 2012.

_____, Tim. **Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture**. Abingdon: Routledge, 2013.

INSTITUTO MEIO. Disponível em < <http://institutomeio.org>>. Acesso em 20 de agosto de 2014.

KUSCHNIR, Elisa; ANASTASSAKIS, Zoy. As noções de criatividade no desenvolvimento das obras suspensas de crochê do artista Ernesto Neto. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE DESIGN, 2013, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: UEMG, p. 70-79. Disponível em < http://coloquiodesign.com.br/Anais_Coloquio_Int_2013.pdf>.

KUSCHNIR, Karina. **Eleições e representação no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000

KUSCHNIR, Karina. Trajetória, projeto e mediação na política. In: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina. (Eds.), **Mediação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, 2001. p. 137-164.

LÃ PURA. Desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Site Institucional da Cooperativa Lã Pura. [200-?] década provável. Disponível em: <www.lapura.com.br>. Acesso em: 20 nov. 2013

LATOUR, Bruno. A Cautious Prometheus? A Few Steps Toward a Philosophy of Design (With Special Attention to Peter Sloterdijk), 2008. Available at <<http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/112-DESIGN-CORNWALL-GB.pdf>>. Acesso em 08 de dezembro de 2013.

LEON, Ethel. Design e artesanato: relações delicadas. **Revista D'Art**, 2005. p. 64–67. Disponível em: <http://www.centrocultural.sp.gov.br/revista_dart/pdfs/revista%20dart%2012.pdf>. Acesso em: 15 set. 2013.

LIMA, Ricardo Gomes. Artesanato em debate: entrevista. **Revista Pós Ciências Sociais**. São Luís: Universidade Federal do Maranhão, Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, v. 8, n. 15, jan./jun., 2011. p. 187-210. Entrevista concedida a Paulo Keller. Disponível em: <<http://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/rpcsoc/article/view/593/339>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

LIMA, Ricardo Gomes. **Objetos**: percursos e escritas culturais. São José dos Campos: Fundação Cultural Cassiano Ricardo, 2010. (Coleção Cadernos de Folclore, v.20).

MAGALHÃES, A. **E Triunfo?**: a questão dos bens culturais no Brasil. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Fundação Roberto Marinho, 1997.

MAGALHÃES, Aloísio. Da invenção e do fazer: reflexão sobre o artesanato e o homem. **Revista Pernambucana de Desenvolvimento**, v.4, n.1, jan./jun., 1977 apud ANASTASSAKIS, Z. **Triunfos e impasses**: Lina Bo Bardi, Aloísio Magalhães e o design no Brasil. Rio de Janeiro: Lamparina; FAPERJ, 2014.

MILLS, C. Wright. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Disponível em <<http://www.desenvolvimento.gov.br>>. Acesso em 07 de outubro de 2013.

MULHER ARTESÃ BRASILEIRA. Dispõe sobre o Prêmio Mulher Artesã Brasileira e a exposição proposta por ele. Disponível em: <<http://mulherartesabrasileira.com.br/>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

NORONHA, Raquel Gomes. Dos quintais às prateleiras: imagens quilombolas e a produção da louça em Itamatatua - Alcântara – Maranhão. 2015. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

NORONHA, Raquel. (org.). **Identidade é valor**: as cadeias produtivas do artesanato de Alcântara. São Luis: Edfuma, 2011.

NORONHA, Raquel. Do centro ao meio: um novo lugar para o designer. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 10, 2012, São Luís. **Anais ...** São Luís: EDUFMA, v. 1. p. 5271-5282. Disponível em: <<http://www.peddesign2012.ufma.br/anais/Anais/anais10PeD2012.part1.pdf>>. Acesso em: 31 ago. 2013.

PARAMOUNT TÊXTEIS. Tops de lã. Disponível em <<http://www.topsdela.paramount.com.br>>. Acesso em 11 de agosto de 2014.

POWDERMAKER, Hortense. **Stranger and friend**: the way of an anthropologist. Nova Iorque: W. W. Norton & Company, 1966.

PYE, David. **The Nature and Art of Workmanship**. Nova Iorque: Cambridge University Press, 2010 [1968].

RAMOS, Silvana Pirillo. Políticas e Processos Produtivos do Artesanato Brasileiro como Atrativo de um Turismo Cultural. **Revista Rosa dos Ventos**. v. 5, p. 44-59, jan./mar., 2013 Disponível em: < <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1741>>. Acesso em: 23 fev. 2015.

SCHUTZ, Alfred. **Fenomenologia e relações sociais**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979 apud VELHO, Gilberto. **Projeto e metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS – SEBRAE/TO. **Edital – Concorrência 001/2013**. Tocantins: SEBRAE, 2013.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Termo de Referência**: Atuação do Sistema Sebrae no Artesanato. Brasília: SEBRAE, 2010. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4762969DAC2E2FBC8325770E005416FC/\\$File/NT00043F22.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4762969DAC2E2FBC8325770E005416FC/$File/NT00043F22.pdf)>. Acesso em: 14 fev. 2014.

TALENTOS DO BRASIL. **Cartilha das artesãs Talentos do Brasil**. Documento informativo. [S.l.: s. n., 200-], 44 p.

TALENTOS DO BRASIL. **Coleção Passarada 2010**: Em Cada Canto um Encanto. Catálogo. [S.l.: s.n., 2010], 79 p. Catálogo da coleção de produtos desenvolvida em 2010 pelas cooperativas ligadas ao programa Talentos do Brasil.

TURNBULL, David. The ad hoc collective work of building Gothic cathedrals with templates, string, and geometry. **Science, Technology and Human Values**, 18(3), p. 315-340, 1993 apud INGOLD, Tim. Introduction: The Perception of the User-Producer. In: GUNN, Wendy. and DONOVAN, Jared. **Design and Anthropology**: Anthropological Studies of Creativity and Perception, Ashgate Publishing Limited, pp. 19-34, 2012.

UNESCO, **Designers meet artisans: a practical guide**. Nova Deli: Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia S.A., UNESCO, 2005. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001471/147132EO.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

UNESCO/ITC INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON “CRAFTS AND THE INTERNATIONAL MARKET: TRADE AND CUSTOMS CODIFICATION”. 6-8 out. 1997, Manila, República das Filipinas. **Final Report**. UNESCO; ITC, 1997. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001114/111488eo.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2013.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Roteiro para apresenta..o das teses e disserta..es da Universidade do Estado do Rio de Janeiro**. (DIB, Simone Faury; DA SILVA, Neusa Cardim, Orgs.) 2. ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: UERJ, Rede Sirius, 2012.

VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina. Mediação e Metamorfose. In: KUSCHNIR, Karina. **Eleições e representação no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000. p. 81-89.

VELHO, Gilberto. Biografia, trajetórias e mediação. In: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina. (Eds.), **Mediação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, 2001. p.13-28.

_____. **Projeto e metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. **Um antropólogo na cidade**: ensaios de antropologia urbana. (VIANNA, Hermano, KUSCHNIR, Karina; CASTRO, Celso, Eds.). Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

VENCATACHELLUM, I. Foreword. In: UNESCO, **Designers meet artisans: a practical guide**. Nova Deli: Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia S.A., UNESCO, 2005. p. v-vi. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001471/147132EO.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

ANEXOS

Anexo 1 - Edital da Concorrência N° 001/2014 do Sebrae/TO



SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO TOCANTINS - SEBRAE/TO CONCORRÊNCIA N° 001/2013

1. DA CONVOCAÇÃO

1.1 O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Tocantins – SEBRAE/TO, sociedade civil sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 25.089.962/0001-90, tendo em vista o que consta do processo DOCFLOW nº 9228/2013, torna público, para conhecimento dos interessados, que fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, tipo **MENOR PREÇO POR LOTE**, com total sujeição às normas estabelecidas na Lei nº 8.666/93 e os Artigos 42 a 45 da Lei Complementar nº 123/2006 e diplomas legais e subordinadas às condições e exigências estabelecidas neste Edital e Termo de Referência – Anexo I, nos seguintes termos:

Data da Abertura: 09/10/2013

Horário: 15h00

Local: Auditório do Sebrae - Sede

Endereço: Quadra 102 Norte, Av. LO-4 nº 01 Conj. 02 Palmas – TO.

1.2 Não havendo expediente na data acima, fica a licitação automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, na mesma hora e no mesmo local.

1.3 Será obedecido o horário de Brasília/DF.

2. DO REGIME JURÍDICO

2.1. A licitação se regerá nos termos da Lei nº 8.666/93 e os Artigos 42 a 45 da Lei Complementar nº 123/2006 e diplomas legais e subordinadas às condições e exigências estabelecidas neste Edital e Termo de Referência – Anexo I.

3. DO OBJETO

3.1. Contratação de empresa especializada na prestação de serviços para capacitação em práticas gerenciais de mercado, inovação tecnológica, curadoria para as peças de coleções já desenvolvidas, bem como na criação de novos produtos, junto aos 14 grupos apoiados pelo Projeto Talentos do Brasil, divididos nos lotes abaixo especificados, para que os mesmos possam desempenhar suas atividades no segmento de moda e artesanato, visando à inserção desses produtos no mercado nacional e internacional, conforme especificações do objeto constantes no Anexo I deste Edital.

LOTES	REGIÃO	ESTADOS	QUANTIDADE DE GRUPOS
01	Região Norte e Centro-Oeste	Amazonas, Pará, Tocantins e Mato Grosso do Sul	04
02	Região Nordeste	Maranhão, Piauí, Paraíba, Pernambuco e Bahia	09
03	Região Sul	Rio Grande do Sul	01

4. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA E DO VALOR ESTIMADO

4.1. As despesas decorrentes desta licitação correrão à conta dos recursos alocados no **Convênio 717277/2009** inserido no SGE, **Projeto:** Talentos do Brasil – MDA III e **Ação:** Desenvolver e melhorar a qualidade dos produtos.

4.2. O valor estimado por lote para os gastos com os serviços objeto da presente Concorrência é de:



Lote	Valor Estimado
01	R\$ 101.893,33 (cento e um mil oitocentos e noventa e três reais e trinta e três centavos)
02	R\$ 229.612,58 (duzentos e vinte nove mil seiscentos e doze reais e cinquenta e oito centavos)
03	R\$ 33.799,91 (trinta e três mil setecentos e noventa e nove reais e noventa e um centavos)

4.3. A estimativa dos gastos descritos no item anterior constitui mera previsão dimensionada, através de pesquisa de mercado.

5. DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO

5.1. Poderão participar deste procedimento licitatório as empresas legalmente constituídas no país, cujo ramo de atividade seja compatível com o objeto da licitação, observadas as condições inerentes à habilitação.

5.1.1 - Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, os participantes deverão credenciar um representante, conforme **item 7** deste Edital;

5.1.2 - Cada empresa credenciará apenas um representante que será o único admitido a intervir no procedimento licitatório e a responder, por todos os atos e efeitos previstos neste Edital, em nome da representada;

5.1.3 - O representante da empresa deverá identificar-se com a apresentação do documento de identidade.

5.2. Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma empresa.

5.3. O não credenciamento de representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela licitante, sem prejuízo do direito de oferecimento dos documentos de habilitação e proposta.

5.4. Fica assegurada aos licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos neste item, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.

5.5. É vedada a participação direta ou indireta na licitação, empresas que tenham em seu quadro, funcionário e/ou dirigente do Sistema Sebrae ou membro do Conselho Deliberativo Estadual, bem como ex-funcionários, até 180 (cento e oitenta) dias após a demissão (motivada ou pedido de demissão).

6. DA APRESENTAÇÃO DO CREDENCIAMENTO, DA DOCUMENTAÇÃO E DA PROPOSTA

6.1 No dia, local e horário estabelecidos neste Edital, os licitantes interessados entregarão os envelopes “**CRENCIAMENTO**”, “**DOCUMENTAÇÃO**” e “**PROPOSTA**” à presidente da Comissão Permanente de Licitação, em 03 (três) envelopes fechados, contendo cada um, além do nome, razão social e endereço da firma licitante, a designação de seu conteúdo conforme adiante especificado:

6.1.1. ENVELOPE “**CRENCIAMENTO**”
SEBRAE/TO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2013
Att. Comissão Permanente de Licitação

6.1.2. ENVELOPE “**A**” **DOCUMENTAÇÃO**
SEBRAE/TO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2013
Att. Comissão Permanente de Licitação



**6.1.3. ENVELOPE "B" PROPOSTA DE PREÇOS
SEBRAE/TO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2013
Att. Comissão Permanente de Licitação**

7. DO CREDENCIAMENTO

7.1. O documento de que trata o **subitem 6.1.1**, constará no **Envelope "CREDENCIAMENTO"**, na forma prevista no **item 6** do presente Edital, e deverá ser apresentado em uma das seguintes formas:

7.1.1. Por instrumento público de procuração;

7.1.2. Por procuração particular com reconhecimento de firma em cartório;

7.1.3. Por cópia do Contrato Social, quando se tratar de representante legal.

7.2. A licitante que credenciar por procuração particular ou por representante legal da empresa deverá apresentar o ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor (devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais). No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores.

7.2.1. Os documentos em apreço deverão estar acompanhados de todas as alterações e de documento consolidado.

7.3. Os documentos relativos ao credenciamento deverão ser apresentados em cópias autenticadas por tabelião de notas, e os mesmos farão parte do processo.

8. DA APRESENTAÇÃO DO ENVELOPE DOCUMENTAÇÃO (Envelope "A" - 6.1.2)

8.1. Para habilitação na presente licitação, os interessados deverão apresentar dentro do **ENVELOPE "A" - HABILITAÇÃO**, os documentos abaixo relacionados, relativos à habilitação jurídica e regularidade fiscal.

8.1.1 - Quanto à habilitação jurídica

8.1.1.1 - Registro Comercial, no caso de empresa individual;

8.1.1.2 - Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, e, se for o caso, inscrição do Ato Constitutivo, em se tratando de sociedade civil, acompanhado de prova da diretoria em exercício;

8.1.2. Quanto à regularidade fiscal

8.1.2.1 - Prova de inscrição da empresa no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;

8.1.2.2 - Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

8.1.2.3 - Prova de regularidade para com a fazenda federal, estadual e municipal do domicílio ou sede do licitante, na forma da lei;



8.1.2.4 - Prova de regularidade para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - F.G.T.S;

8.1.2.5 - Prova de regularidade relativa à Seguridade Social - C.N.D.

8.1.2.6 - Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débito Trabalhista.

8.1.3 - Quanto à qualificação técnica

8.1.3.1. Atestado(s) de capacidade técnica, emitido(s) por empresa pública ou privada, comprovando que tenha prestado serviços semelhantes ao objeto desta licitação.

8.1.3.2. Comprovar que possui equipe técnica de no mínimo 03 (três) profissionais com experiência em Desenvolvimento de Produto, Gestão da Produção e Gestão Comercial, sendo que no mínimo 01 (um) profissional deverá ter experiência de atuação em projetos do segmento de artesanato, através de currículo e/ou portfólio de trabalhos já desenvolvidos no segmento de artesanato.

8.1.4 - Declaração ao não emprego de menores

8.1.4.1 - A empresa deverá apresentar declaração atestando que **NÃO** emprega menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e em qualquer trabalho menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos (**Anexo IV**).

8.1 Os documentos necessários ao credenciamento e à habilitação jurídica (8.1.1) deverão ser apresentados em cópia autenticada por tabelião de notas ou por meio de publicação em órgão da imprensa oficial, sendo vedada à Comissão Permanente de Licitação as suas autenticações, de acordo com o Inciso V do Art. 7º da Lei 8935/1994. Somente serão aceitos os documentos em perfeitas condições de legibilidade e entendimento.

8.2.1 Na hipótese de apresentação de documentos obtidos via Internet, não será necessária a sua autenticação.

8.3 Não será levado em consideração qualquer documento remetido por telex ou fac-símile, que se destine à participação neste certame.

8.4. Serão inabilitados os licitantes que não atenderem ao que dispõe o **item 8** e seus subitens.

8.5 Não será permitida a participação de empresas consorciadas, devendo toda a documentação apresentada pertencer a um único CNPJ/MF.

8.6 Os documentos e/ou certidões, quando sujeitas ao prazo de validade, só serão aceitos quando ainda não expirado o respectivo prazo.

8.7 A não apresentação de quaisquer documentos relacionados nos itens anteriores ou a sua apresentação em desacordo com a forma, prazo de validade e quantidades, implicará na automática inabilitação do licitante.

8.8 Em nenhum caso será concedido prazo para apresentação de documentos para a habilitação que não tiverem sido entregues na sessão própria.

8.9 Os documentos apresentados para "habilitação", ficarão anexados ao processo, sendo vedada a possibilidade posterior de retirada ou substituição.



8.10 A participação nesta licitação implicará na aceitação integral e irrestrita das condições estabelecidas nos documentos e componentes deste Edital e legislação pertinente.

8.11 Em caso de dúvida quanto às informações contidas nos documentos comprobatórios da regularidade fiscal, a presidente da Comissão Permanente de Licitação, durante a sessão pública, poderá realizar consulta *on line* aos *sites* dos órgãos responsáveis pela emissão dos mesmos.

a) Todos os documentos deverão ser emitidos em favor do domicílio ou sede da licitante;

b) A não apresentação de qualquer documento relacionado nos itens anteriores ou a sua apresentação em desacordo, prazo de validade e quantidades estipuladas, implicará na automática inabilitação da licitante, salvo o que dispõe o **item 8.12**.

8.12. As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação em certames licitatórios, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, atendendo o que determina o art. 43 da Lei Complementar 123/06.

8.12.1 Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 02 (dois) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento imediatamente posterior à habilitação, prorrogáveis por igual período, a critério da contratante, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa;

8.12.2 A não regularização da documentação no prazo previsto no **subitem 8.12.1**, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no **Item 14** deste instrumento, sendo facultado à instituição convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou cancelar a licitação.

9. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA (Envelope "B" - 6.1.3) - Deverá atender os seguintes requisitos:

9.1. A "PROPOSTA" deverá ser apresentada no **Envelope "B"**, na forma prevista no **item 6** do presente Edital, e deverá atender aos requisitos abaixo:

a) Ser datilografada ou digitada, redigida com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em língua portuguesa, conter o nome da proponente e a **referência ao número deste certame**;

b) Apresentar a composição dos preços, em moeda nacional constando apenas duas casas decimais após a vírgula;

b.1) Ocorrendo discordância entre preços unitários e totais, prevalecerão os primeiros.

c) Discriminar em algarismos e por extenso, o valor total dos serviços cotados;

c.1) Ocorrendo discordância entre os valores numéricos e por extenso, prevalecerão os últimos.

d) Os preços fixos e irremovíveis, estando incluídas todas as despesas com materiais, mão de obra, instalação, frete, ferramentas, transporte, equipamentos, impostos, seguros, taxas, tributos,



incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, salários e quaisquer outros encargos necessários à execução do projeto, não cabendo ao SEBRAE nenhum outro pagamento adicional;

- e) Conter dados bancários como: nome do banco, agência e conta corrente.
- f) As propostas deverão fazer referência ao **Convênio nº 717277/2009**;
- g) **As propostas deverão seguir o MODELO constante no ANEXO V**;
- h) Ser entregue no local, dia e hora estabelecidos neste **Edital**;
- i) Ser assinada, bem como rubricada em todas as folhas pelo representante legal da licitante ou por quem tenha poderes para fazê-los;
- j) Ter indicação de prazo de validade da proposta não inferior a 60 (sessenta) dias, contados a partir da data marcada para o recebimento dos envelopes, ficando estabelecido que, na omissão ou dúvida deste, prevalecerá este prazo;
- k) Não serão aceitas propostas enviadas via fax ou outro meio além do especificado;
- l) Não serão admitidos cancelamentos, retificações de preços ou alterações nas condições estabelecidas, uma vez abertas as propostas. Os erros ou equívocos e omissões havidos nas cotações de preços, serão de inteira responsabilidade do proponente, não lhe cabendo, no caso de erro para mais e conseqüente desclassificação, qualquer reclamação, nem tampouco, em caso de erro para menos, eximir-se do fornecimento do objeto da presente licitação.

10. DA FORMA PARA RECEBIMENTO DOS DOCUMENTOS DE “CREDENCIAMENTO”, “PROPOSTA” E “HABILITAÇÃO”

10.1. Às 15h00min do dia 09 de outubro de 2013, na sala de reunião da Comissão Permanente de Licitação, na presença dos proponentes e demais pessoas que queiram assistir a abertura da documentação e das propostas apresentadas pelos licitantes, será iniciada a reunião pela Presidente da Comissão Permanente de Licitação, presentes os demais membros que a compõe, ocasião em que serão recebidos os envelopes contendo o “CREDENCIAMENTO”, “DOCUMENTAÇÃO” e “PROPOSTA”.

10.2. Serão abertos inicialmente os envelopes de “CREDENCIAMENTO”.

10.3. Após credenciados os licitantes, serão abertos os envelopes contendo as “PROPOSTAS”, onde será observado o conteúdo da mesma se em conformidade com o exigido no Edital, as quais serão rubricadas pela Comissão Permanente de Licitação, bem como pelos representantes das licitantes presentes.

10.4. Procedida a minuciosa análise das propostas, será observado o fator **MENOR PREÇO POR LOTE**.

10.5. No caso de igualdade de condições entre duas ou mais propostas a licitação será decidida por sorteio, o qual será realizado em sessão pública na presença de todos os licitantes.

10.6. Após análise das propostas e classificados os proponentes, proceder-se-á a abertura do envelope contendo a “DOCUMENTAÇÃO” da(s) licitante(s) classificada(s) em primeiro lugar, nas condições de sua proposta.



10.7. Havendo a necessidade de uma melhor análise da documentação apresentada, a Comissão Permanente de Licitação, a seu critério, poderá suspender a reunião, devendo, entretanto, marcar, na oportunidade, nova data e horário em que deverá reunir-se com os licitantes para apresentar o resultado da fase de habilitação.

10.8. Na hipótese de vir a ocorrer o que prevê o subitem anterior, serão rubricados pela Comissão Permanente de Licitação e demais participantes, todos os documentos, bem como, as propostas apresentadas, ficando os mesmos em poder da **Comissão**.

10.9. Serão desclassificadas:

10.9.1. As propostas que não atendam às exigências do instrumento convocatório da licitação;

10.9.2. As propostas que apresentarem preços simbólicos, irrisórios ou excessivos incompatíveis com os preços de mercado ou manifestamente inexequíveis.

10.10. Cumpridas as formalidades da fase de habilitação, a Presidente da Comissão Permanente de Licitação, após apresentar o resultado do julgamento, dará vista da documentação a todos os licitantes para apreciação e questionamentos.

10.11. A empresa em condição de microempresas (ME) ou empresas de pequeno porte (EPP), caso queira usufruir dos benefícios previstos na Lei Complementar 123/2006, **deverá apresentar a DECLARAÇÃO DO PORTE DA EMPRESA (Anexo III)**.

10.12. Será lavrada ata circunstanciada, dos fatos ocorridos na reunião, a qual deverá ser assinada pelos licitantes presentes e membros da Comissão Permanente de Licitação.

11. DA IMPUGNAÇÃO E RECURSOS

11.1. O presente edital poderá ser impugnado, no todo ou em parte, até 02 (dois) dias úteis antes da data fixada para o recebimento das propostas.

11.2. O recurso de classificação e habilitação só caberá em um único momento, isto é, depois de divulgado o resultado da análise dos documentos de habilitação da proposta em evidência.

11.3. Os recursos serão dirigidos à Diretoria Executiva, por intermédio da Presidente da **Comissão Permanente de Licitação**, por escrito, no prazo de 02 (dois) dias úteis contados da comunicação.

12. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

12.1. Após o julgamento das propostas, a **Comissão Permanente de Licitação** emitirá parecer indicando a melhor proposta para homologação e adjudicação pela Diretoria.

12.2. O parecer emitido pela **Comissão Permanente de Licitação** será encaminhado à **Diretoria Executiva** do **SEBRAE/TO**, a qual caberá homologar e adjudicar a licitação que se dará depois de transcorrido o prazo para recursos.

13. PRAZO E CONDIÇÃO PARA ASSINATURA DO CONTRATO

13.1. A(s) licitante(s) vencedora(s) terá(ão) o prazo de 05 (cinco) dias para a assinatura do Contrato, contados da data do recebimento da Ordem de Serviços, expedida pelo Sebrae/TO.



13.2. Fica assegurado ao Sebrae/TO o direito de cancelar a licitação, antes de assinado o contrato, desde que justificado.

13.3. É facultado à **Diretoria Executiva** do **SEBRAE/TO**, quando a convocada não assinar o referido documento no prazo e condições estabelecidas, chamar as licitantes remanescentes na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto aos preços ou cancelar o **procedimento licitatório**.

14. DAS PENALIDADES

14.1. Efetivada a adjudicação, o(s) proponente(s) que se recusar(em) a fornecer o bem/serviço, objeto do presente **EDITAL**, bem como, se vier a fazê-lo fora das condições e especificações inicialmente por ele propostas estará sujeito, de acordo com a gravidade da falta, a critério da administração do **SEBRAE/TO**, as seguintes penalidades:

14.1.1 - Advertência;

14.1.2 - Suspensão até 02 (dois) anos, do direito de licitar ou contratar com o Sistema Sebrae;

14.2. O inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas, dará ao contratante o direito de rescindir unilateralmente o contrato, sem prejuízo de outras penalidades previstas no instrumento convocatório ou no contrato, inclusive a suspensão do direito de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE por prazo não superior a 02 (dois) anos.

15. DO PAGAMENTO

15.1. O pagamento dar-se-á em 03 (três) parcelas iguais, sendo a primeira mediante a entrega do cronograma, a segunda após a execução das atividades e a terceira mediante a apresentação do relatório final.

15.2 As Notas Fiscais da prestação dos serviços deverão ser preenchidas em todos os seus campos e acompanhadas dos documentos comprobatórios da regularidade fiscal (FGTS, INSS e Certidão Conjunta).

15.3. Nenhuma parcela será paga a título de adiantamento.

15.4. O SEBRAE-TO não efetua ressarcimento de nenhum imposto pago pela empresa.

16. DAS CONDIÇÕES GERAIS

16.1. O Edital, bem como outros esclarecimentos a respeito da presente licitação, poderão ser obtidos na Comissão Permanente de Licitação, a todos os interessados, no horário das 08h às 12h e das 14h às 18h, de segunda a sexta-feira, na Unidade do SEBRAE em Palmas/TO, à Quadra 102 Norte, Av. LO-04 nº 1 – Plano Diretor Norte, ou ainda pelo telefone (63) 3219-3313.

16.2. Se no dia supracitado não houver expediente, a abertura dos envelopes referentes a este **EDITAL** será realizada no primeiro dia útil que se seguir.

16.3. Decairá o direito de impugnar os termos do presente Edital, a licitante que o tendo aceitado sem objeção venha apontar, depois de abertos os envelopes de habilitação, falhas ou irregularidades que o viciaram, hipótese em que tal impugnação não terá efeito de recurso.

16.4. A Comissão Permanente de Licitação, buscando atender plenamente o princípio da competitividade, poderá relevar omissões puramente formais observadas na documentação e nas propostas, desde que não infrinja o princípio da vinculação ao instrumento convocatório.



16.5. Fica assegurado ao SEBRAE/TO o direito de cancelar a licitação, antes de assinado o contrato, desde que justificado.

16.6. É facultada aos licitantes a participação na licitação enviando seus envelopes "Documentação" e "Proposta", ambos devidamente lacrados, devidamente identificados e endereçados à Comissão Permanente de Licitação. Os envelopes enviados por essa forma só serão aceitos pela Comissão se lhes forem encaminhados até o horário de encerramento da recepção dos envelopes, e se entregues sem qualquer violação de seu conteúdo.

17. DO FORO

17.1. As questões decorrentes da licitação e do contrato que dela decorrer, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Palmas/TO, com exclusão de qualquer outro por mais privilegiado que seja.

18. DOS ANEXOS

18.1. Fazem parte deste Edital, como anexos:

- 18.1.1 ANEXO I – Termo de Referência;**
- 18.1.2 ANEXO II – Minuta Contratual;**
- 18.1.3 ANEXO III – Declaração de Porte da Empresa;**
- 18.1.4 ANEXO IV – Declaração ao Não Emprego de Menores;**
- 18.1.5 ANEXO V – Modelo de Proposta.**

Palmas - TO, 05 de setembro de 2013.

ODEANE MILHOMEM DE AQUINO
Presidente da CPL



ANEXO - I
CONCORRÊNCIA Nº 001/2013
TERMO DE REFERÊNCIA

1. JUSTIFICATIVA

O SEBRAE-TO firmou convênio com a União Federal, por intermédio do Ministério de Desenvolvimento Agrário, cujo objeto é a assistência técnica para formação de multiplicadores, desenvolvimento de produtos artesanais e prospecção mercadológica visando o desenvolvimento rural e promoção comercial nos mercados nacionais e internacional, mediante conjugação de esforços dos partícipes, em regime de mútua colaboração.

O Talentos do Brasil está focado nas ações de fortalecimento da gestão institucional, melhoria da qualidade e agregação de valor dos produtos artesanais e abertura e fortalecimento de novos canais de mercado, buscando a profissionalização em cada área estratégica do projeto, além da formação de multiplicadores em desenvolvimento de produtos, acesso a mercados e gestão de metas organizacionais.

Neste sentido o Talentos do Brasil busca, com os eixos estratégicos (gestão, produto e mercado), proporcionar viabilidades econômicas, sociais e financeiras a todos os grupos produtivos envolvidos no projeto, promovendo a autonomia e a sustentabilidade para os parceiros e para a o público da Agricultura Familiar.

2. OBJETO

Contratação de empresa especializada na prestação de serviços para capacitação em práticas gerenciais de mercado, inovação tecnológica, curadoria para as peças de coleções já desenvolvidas, bem como na criação de novos produtos junto aos 14 grupos apoiados pelo Projeto Talentos do Brasil, para que os mesmos possam desempenhar suas atividades no segmento de moda e artesanato, visando à inserção desses produtos no mercado nacional e internacional, conforme especificações do objeto constantes neste Anexo.

3. DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES E REQUISITOS

3.1 Descrição das Atividades nas Unidades Produtivas

Consultoria de criação e desenvolvimento de produtos.

- a) Diagnósticos – Identificar habilidades, tipologias trabalhadas para definir o seguimento a ser atingido pelo grupo, visando a definição de estratégia de mercado.
- b) Curadoria dos produtos já existentes visando a melhoria e desenvolvimento de novos produtos;
- c) Definir os segmentos que serão desenvolvidos pelo grupo de acordo com as habilidades das artesãs apresentadas no diagnóstico;
- d) Transferência de tecnologia para desenvolvimento de processos de fabricação e qualidade sequenciada durante produção do produto;
- e) Desenvolvimento de 05 (cinco) novos produtos.



Desenvolvimento de caderno técnico com memorial descritivo dos produtos desenvolvidos em cada unidade produtiva contemplada neste Termo de Referência;

Desenvolvimento da Identidade Visual das coleções criadas;

Desenvolvimento da tabela de preços para venda no atacado e varejo, com definição da política comercial de cada unidade produtiva;

Desenvolvimento de caderno virtual para a comercialização dos produtos criados, com definição de códigos e nomes para cada produto, visando à comercialização da coleção criada.

Oficina de Qualidade Sequenciada

Realizar oficina de qualidade sequenciada, visando a produção de 03 (três) peças de cada protótipo criado, assegurando a qualidade no processo produtivo.

4. GRUPO, MUNICÍPIO E MATÉRIA-PRIMA

4.1 Grupos, localização e matéria-prima utilizada.

Nº	GRUPO	MUNICÍPIO	MATÉRIA PRIMA PRINCIPAL
01	Mulher Peixe	Coxim/MS	Couro de Tilápia
02	Renda Renascença	Pesqueira/PE	Tricoline 100% algodão, Brim 100% algodão, Cambraia de Linho, Popeline de algodão, Linha estelina, Malha PV 67% PES 33% CV, Lace
03	Dois Pontos	Alagoa Nova/PB	Tricoline 100% algodão, Brim 100% algodão, Cambraia de Linho, Popeline de algodão, Linha Anchoa, Malha PV 67% PES 33% CV
04	Florestas	Manicoré/AM	Fibras vegetais, Sementes, Cipó ambé, Tecidos, Lona Pet, Cambraia de Algodão, Aviamentos, Tricoline
05	Babaçu Brasil	Araguatins/TO	Coco da palmeira de Babaçu
06	Lã-Pura	São Borja/RS	Tecido de algodão e malha
07	Canções de Bordar	Santa Rita de Cássia/BA	Popeline de algodão, Linha Anchoa, Cambraia de linho, Cadarço sintético 100% poliamida, Lona 100% algodão, Malha PV 67% PES 33% CV
08	Cá e Lá	Porto Sauípe/BA	Palha da Piaçava, feicho, zíper, couro, corrente (metal)
09	Rendas e Bordados do Piauí	Buriti dos Lopes/PI	Tricoline 100% algodão, Brim 100% algodão, Cambraia de Linho, Popeline de algodão, Malha PV 67% PES 33% CV, Linha estelina, Linha Ancra, Tecido linho
10	Coop. das Bordadeiras Lili Escórcio Ltda	Buriti dos Lopes/PI	Tricoline 100% algodão, Brim 100% algodão, Cambraia de Linho, Popeline de algodão, Malha PV 67% PES 33% CV, Linha estelina, Linha Ancra, Tecido linho
11	Bordados que Brotam	Varjada/PE	Tricoline 100% algodão, Brim 100% algodão, Cambraia de Linho, Popeline de algodão, Linha Anchoa, Malha PV 67% PES 33% CV
12	Linho dos Lençóis	Barreirinhas/Tutoia/MA	Fibra de Buriti, Aviamentos (zíper, botão ima, botão pressão, linha de costura, couro, tecido)
13	Tururi de Muaná	Muaná/PA	Fibra de Tururi, Fibra de Curauá
14	Coopnatural	Campina Grande/PB	Algodão orgânico



5.2 Ações por região e valor estimado

5.2.1 Região Norte e Centro-Oeste (04 grupos produtivos)

Lote 01 Grupos da Região Norte e Centro-Oeste (Amazonas, Pará, Tocantins e Mato Grosso do Sul)
Descrição das Ações
1. Diagnóstico nas unidades produtivas
2. Desenvolver uma linha Copa do Mundo 2014
3. Organizar produção, realizar assistência técnica local e planejamento das coleções
4. Organização das oficinas de desenvolvimento de produtos e construção das fichas técnicas
5. Participação nas reuniões nacionais para nivelamento técnico da produção
6. Repasse da metodologia de criação e planejamento das coleções durante a capacitação de estilo e modelagem
7. Gestão Comercial – Criação de tabela de preços, criação de caderno de produtos, criação de caderno técnico.
8. Apresentação de Resultados: organização/vitrinismo do estande de comercialização da Coleção desenvolvida.
Valor Total das Horas Técnicas: R\$ 102.560,00
Cálculo: 4x320,50h=1.282hx80,00=R\$ 102.560,00
Legenda Quantidade de grupos = 04 Quantidade de horas por grupo = 320,50h Valor Máximo da hora técnica= R\$ 80,00

5.2.2 Região Nordeste (09 grupos produtivos)

Lote 02 Grupos da região Nordeste (Maranhão, Piauí, Paraíba, Pernambuco e Bahia)
Descrição das Ações
1. Diagnóstico nas unidades produtivas
2. Desenvolver uma linha Copa do Mundo 2014
3. Organizar produção, realizar assistência técnica local e planejamento das coleções
4. Organização das oficinas de desenvolvimento de produtos e construção das fichas técnicas
5. Participação nas reuniões nacionais para nivelamento técnico da produção
6. Repasse da metodologia de criação e planejamento das coleções durante a capacitação de estilo e modelagem
7. Gestão Comercial – Criação de tabela de preços, criação de caderno de produtos, criação de caderno técnico.



8. Apresentação de Resultados: organização/vitrinismo do estande de comercialização da Coleção desenvolvida.
Valor Total das Horas Técnicas: R\$ 230.760,00
Cálculo: $9 \times 320,50h = 2.884,0h \times 80,00 = R\\$ 230.760,00$
Legenda
Quantidade de grupos = 09
Quantidade de horas por grupo = 320,50h
Valor Máximo da hora técnica= R\$ 80,00

5.2.3 Região Sul e Sudeste (01 grupo)

Lote 03
Grupos da Região Sul e Sudeste (Rio Grande do Sul)
Descrição das Ações
1. Diagnóstico nas unidades produtivas
2. Desenvolver uma linha Copa do Mundo 2014
3. Organizar produção, realizar assistência técnica local e planejamento das coleções
4. Organização das oficinas de desenvolvimento de produtos e construção das fichas técnicas
5. Participação nas reuniões nacionais para nivelamento técnico da produção
6. Repasse da metodologia de criação e planejamento das coleções durante a capacitação de estilo e modelagem
7. Gestão Comercial – Criação de tabela de preços, criação de caderno de produtos, criação de caderno técnico.
8. Apresentação de Resultados: organização/vitrinismo do estande de comercialização da Coleção desenvolvida.
Valor total das horas técnicas: R\$ 25.640,00
Cálculo: $1 \times 320,50h = 320,5h \times 80,00 = R\\$ 25.640,00$
Legenda
Quantidade de grupos = 01
Quantidade de horas por grupo = 320,50h
Valor Máximo da hora técnica= R\$ 80,00

Serviços a serem desenvolvidos pela Empresa:

- a) Criação e desenvolvimento de novos produtos, **com insumos adquiridos pela empresa contratada;**
- b) Racionalização de custos operacionais e financeiros durante a produção;
- c) Maior rentabilidade competitividade sustentável no mercado concorrente;
- d) Fortalecer os grupos produtivos apoiados pelo Projeto “Talentos do Brasil”.



Além dos serviços acima descritos, a empresa deverá ainda elaborar **Relatório técnico** dos serviços realizados, sendo que o mesmo deverá ser acompanhado dos seguintes anexos:

- a) Ficha de inscrição com dados dos participantes*;
- b) Frequência*;
- c) Avaliação da oficina*;
- d) Ficha técnica de cada produto;
- e) Caderno comercial de produtos;
- f) Tabela de preço;
- g) Caderno técnico dos produtos;
- h) Fotografias publicitárias dos produtos e das oficinas, em alta resolução, além de 01 (um) protótipo de cada produto desenvolvido no processo de criação.

* Modelo padronizado será disponibilizado pelo SEBRAE-TO.

Os documentos deverão ser entregues em arquivo digital (Word, Excel, Corel Draw e Power Point) e impressos devidamente assinados pela empresa contrata.

As fotos deverão ser produzidas no sentido de valorizar a sua criação, devendo ser observada a composição da imagem com o cenário.

As imagens serão de propriedade do SEBRAE, com total liberdade para utilizá-las em peças publicitárias, jornalísticas, ou qualquer outra finalidade, não lhe sendo imputada qualquer responsabilidade de responder por demandas de reconhecimento de direito autoral.

Observação: A identidade visual deverá ser aprovada pelo SEBRAE/TO.

5. PRAZO DE ENREGA

Atividade	Prazo
Entrega do cronograma de atividades	Até 10 dias úteis após a assinatura do contrato
Execução das atividades	Até 24 de fevereiro de 2014
Entrega de relatório final	Até 07 de março de 2014

Há uma previsão de lançamento da Coleção Copa do Mundo 2014 na FENAFRA/2014 – Feira Nacional de Agricultura Familiar e Reforma Agrária, prevista para ser realizada em março/2014.

6. PEDIDOS DE INFORMAÇÕES/ESCLARECIMENTOS

Eventuais pedidos de informações/esclarecimentos deverão ser encaminhados ao SEBRAE-TO, endereço: 102 Norte, Av. LO-04 nº 01 – Plano Diretor Norte – 77.006-006 – Palmas -TO; Tel. (63) 3219-3340 e 3219-3346, Fax (63) 3219-3310; ou ainda para o endereço eletrônico ludimilla.matos@to.sebrae.com.br.



ANEXO - II
CONCORRÊNCIA Nº 001/2013
MINUTA DO CONTRATO

PARTES:

I - CONTRATANTE:

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO TOCANTINS – SEBRAE/TO, Serviço Social Autônomo, inscrito no CNPJ sob o nº 25.089.962/0001-90, com sede a 102 Norte, Av. LO-4, 01, Plano Diretor Norte, na cidade de Palmas/TO, neste ato representado pela Diretora Superintendente..... e pela Diretora Técnica, doravante denominada simplesmente CONTRATANTE;

II – CONTRATADA.

Resolvem, tendo em vista o resultado da licitação promovida pela **Concorrência nº 001/2013**, celebrar o presente contrato para prestação de serviços para capacitação em práticas gerenciais de mercado, inovação tecnológica, curadoria para as peças de coleções já desenvolvidas, bem como na criação de novos produtos junto aos 14 grupos apoiados pelo Projeto Talentos do Brasil, divididos nos lotes abaixo especificados, para que os mesmos possam desempenhar suas atividades no segmento de moda e artesanato, visando à inserção desses produtos no mercado nacional e internacional, conforme Convênio nº 717277/2009, com total sujeição às normas estabelecidas na Lei nº 8.666/93 e os Artigos 42 a 45 da Lei Complementar nº 123/2006 e diplomas legais, termo de referência e mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO E DO VALOR

1.1 Prestação de serviços para capacitação em práticas gerenciais de mercado, inovação tecnológica, curadoria para as peças de coleções já desenvolvidas, bem como na criação de novos produtos junto aos grupos apoiados pelo Projeto Talentos do Brasil, referente ao(s) Lote(s) _____, para que os mesmos possam desempenhar suas atividades no segmento de moda e artesanato, visando à inserção desses produtos no mercado nacional e internacional.

1.2 Pela execução do objeto do presente instrumento o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA a quantia total de R\$ xxxx (xxxx).

CLÁUSULA SEGUNDA – DA COORDENAÇÃO E GESTÃO

2.1 A gestão deste contrato é de responsabilidade do Ministério do Desenvolvimento Agrário, com referência aos seus aspectos técnicos. As operações administrativas e financeiras são de alçada do SEBRAE/TO.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

3.1 As despesas deste contrato correrão à conta dos recursos alocados no **Convênio 717277/2009** inserido no SGE, **Projeto:** Talentos do Brasil – MDA III e **Ação:** Desenvolver e melhorar a qualidade dos produtos.

CLAÚSULA QUARTA – DA VIGÊNCIA

4.1 O presente contrato terá vigência a partir da data de sua assinatura até o dia 31/03/2014.



CLÁUSULA QUINTA – DO PERÍODO E PRAZOS DE EXECUÇÃO

Atividade	Prazo
Entrega do cronograma de atividades	Até 10 dias úteis após a assinatura do contrato
Execução das atividades	Até 24 de fevereiro de 2014
Entrega de relatório final	Até 07 de março de 2014

CLÁUSULA SEXTA – DO PAGAMENTO

6.1 O pagamento dar-se-á em 03 (três) parcelas iguais, sendo a primeira mediante a entrega do cronograma, a segunda após a execução das atividades e a terceira mediante a apresentação do relatório final.

6.2 As Notas Fiscais da prestação dos serviços deverão ser preenchidas em todos os seus campos e acompanhadas dos documentos comprobatórios da regularidade fiscal (FGTS, INSS e Certidão Conjunta).

6.3 Nenhuma parcela será paga a título de adiantamento.

6.4 O SEBRAE-TO não efetua ressarcimento de nenhum imposto pago pela empresa.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

- a) Proporcionar as facilidades necessárias para que a empresa contratada possa desempenhar os serviços dentro das normas estabelecidas pelo SEBRAE;
- b) **Providenciar a aquisição de passagens aéreas e diária para o profissional contratado para executar os serviços objeto deste Contrato;**
- c) Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela empresa contratada;
- d) Acompanhar a execução do trabalho a ser desenvolvido;
- e) Efetuar os pagamentos das atividades desenvolvidas pela empresa contratada, os quais somente serão autorizados mediante o que reza a forma de pagamento – **Cláusula Sexta**.

CLÁUSULA OITAVA - DAS RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA

- a) Garantir que os serviços executados sejam realizados com qualidade e nos prazos solicitados pelo contratante;
- b) Adquirir os insumos necessários para a realização das oficinas;
- c) Apresentar e encaminhar os relatórios, conforme serviços prestados em cada etapa e nota fiscal em nome do SEBRAE/TO, aos cuidados da Sra. Eva Ludimilla Rodrigues Matos; Endereço: 102 Norte, Av. LO-04 nº 01 – Plano Diretor Norte – 77.006-006 – Palmas -TO; Tel (63) 3219-3340 e 3219-3346, Fax (63) 3219-3310; CNPJ: 25.089.962/0001-90, fazendo referência ao Convênio nº 717277/2009;
- d) Informar nas notas fiscais a conta corrente da empresa (pessoa jurídica) para pagamento. O SEBRAE-TO não fará pagamento via boleto bancário, em conta poupança, ou em conta corrente cujo titular não seja a empresa adjudicada. Atentar para o preenchimento de todos os campos da nota fiscal;
- e) Não assumir qualquer despesa em nome e por conta do SEBRAE-TO, sem prévia e expressa autorização;



- f) Informar imediatamente ao SEBRAE-TO toda e qualquer excepcionalidade ocorrida durante a execução do contrato, de tal modo que possam ser tomadas imediatas providências em tempo hábil para solucionar o problema. Qualquer atraso ou falha na inexecução total ou parcial do objeto deste Contrato será considerado falta grave e sujeitará a empresa contratada às sanções previstas nos instrumentos legais que regem as contratações do sistema Sebrae;
- g) Cumprir rigorosamente os prazos e obrigações do SEBRAE-TO;
- h) Manter entendimentos com o SEBRAE, objetivando evitar transtornos e atrasos na execução dos serviços;
- i) A CONTRATADA deverá possibilitar efetivamente, a supervisão e fiscalização pelo SEBRAE-TO e o MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO, permitindo-lhes efetuar acompanhamento “*in loco*” e fornecer sempre que solicitadas, as informações e documentos relacionados com a execução do objeto deste instrumento, especialmente no que se refere ao exame da documentação relativa ao Contrato;
- j) A CONTRATADA permitirá o livre acesso dos servidores do SEBRAE-TO e o MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO e aos Órgãos de Controle Interno do Poder Executivo Federal, bem como do Tribunal de Contas da União aos processos, documentos, informações referente a este Contrato e aos locais de execução do objeto contratado.

CLÁUSULA NONA – DAS PRERROGATIVAS

9.1. São prerrogativas do SEBRAE:

- a) Proceder a mais ampla fiscalização sobre a fiel entrega e execução dos serviços objeto deste contrato, sem prejuízo da responsabilidade da CONTRATADA;
- b) Avaliar a qualidade da execução dos serviços, podendo rejeitá-los no todo ou em parte;
- c) Exigir o cumprimento de todos os itens deste contrato, segundo suas especificações.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA RESCISÃO

10.1 - Constituem motivos para rescisão unilateral do contrato, por parte do SEBRAE/TO, os seguintes:

- a) O não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações e prazos;
- b) O cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações e prazos;
- c) O atraso injustificado no início do serviço;
- d) A paralisação do serviço, sem justa causa e prévia comunicação ao SEBRAE/TO;
- e) A subcontratação total ou parcial do seu objeto, a cessão ou transferência, total ou parcial sem prévia anuência do SEBRAE/TO;
- f) O desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como a de seus superiores;
- g) O cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas na forma prevista neste contrato;
- h) A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
- i) A dissolução da sociedade;
- j) A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, bem como a sua associação com outrem, fusão, cisão ou incorporação, que prejudique ou inviabilize a execução do contrato;
- k) Razões de interesse administrativo do SEBRAE/TO;
- l) A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, devidamente comprovada, impeditiva da execução do contrato.



10.2 A rescisão do contrato poderá ser amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo, com anuência expressa e por escrito do SEBRAE/TO.

10.2.1 A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de parecer do Gestor do SEBRAE-TO e de autorização escrita e fundamentada da Diretora do SEBRAE/TO;

10.3 A rescisão do contrato poderá dar-se, ainda, judicialmente, nos termos da legislação em vigor.

10.4 Decorridos 30 (trinta) dias de atraso na execução dos serviços, sem que tenham sido apresentadas justificativas plausíveis, estará caracterizado o descumprimento total das obrigações assumidas, caso em que o SEBRAE/TO poderá optar pela rescisão do contrato.

10.5 Quando a rescisão ocorrer com base na letra “k” do **item 10.1** desta cláusula, sem que haja culpa da CONTRATADA, o SEBRAE/TO ressarcirá os prejuízos que a CONTRATADA houver sofrido, tendo esta, ainda, direito aos pagamentos devidos pela execução do contrato até a data da rescisão.

10.6 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo de contratação, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

10.7 Sem prejuízo das sanções previstas na cláusula seguinte, na hipótese de rescisão administrativa do presente contrato, o SEBRAE/TO reserva-se o direito de reter os créditos decorrentes do contrato até o limite dos prejuízos causados ao mesmo.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS PENALIDADES

11.1 Pela inexecução total ou parcial do contrato o SEBRAE/TO poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à CONTRATADA as seguintes sanções:

- a) Advertência;
- b) Multa;
- c) Suspensão temporária de licitar ou contratar com o Sistema Sebrae, pelo prazo de até 02 (dois) anos.

11.2 A penalidade de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos, independentemente da aplicação de multa:

- a) Descumprimento das obrigações assumidas contratualmente ou na licitação, desde que não acarretem prejuízos para o SEBRAE/TO;
- b) Execução insatisfatória ou inexecução dos serviços, desde que a sua gravidade não recomende o enquadramento nos casos de suspensão temporária;
- c) Pequenas ocorrências que possam acarretar transtornos no desenvolvimento dos serviços do SEBRAE/TO.

11.3 Pela inexecução total ou parcial dos serviços ou pela execução com erros, será aplicada a multa de 2% (dois por cento) sobre o valor total do contrato.

11.4 As multas a que se refere o **item 11.3** não impedem que o SEBRAE/TO rescinda unilateralmente o contrato e aplique as outras sanções previstas no **item 11.1**, em suas letras “a”, “b” e “c”, facultada a defesa prévia da CONTRATADA, no respectivo processo.

11.5 As multas aplicadas serão descontadas dos pagamentos devidos pelo SEBRAE/TO.

- a) Inexistindo pagamento devido pelo SEBRAE/TO, ou sendo este insuficiente, caberá à CONTRATADA efetuar o pagamento do que for devido, no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, contado da data da comunicação de confirmação da multa.



- b) Não se realizando o pagamento nos termos definidos nesta cláusula, far-se-á sua cobrança judicialmente.

11.6. A penalidade de suspensão temporária do direito de licitar ou contratar com o Sistema Sebrae poderá ser aplicada nos seguintes prazos e situações:

11.6.1. Por 06 (seis) meses:

- a) Quando ocorrer atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos ao SEBRAE/TO;
- b) Quando ocorrer execução insatisfatória dos serviços, se antes tiver havido aplicação da penalidade de advertência.

11.6.2. Por 01 (um) ano quando a CONTRATADA der causa à rescisão do contrato;

11.6.3. Por 02 (dois) anos, quando a CONTRATADA:

- a) Demonstrar não possuir idoneidade para contratar com o Sistema Sebrae em virtude de atos ilícitos praticados;
- b) Cometer atos ilícitos que acarretem prejuízo ao SEBRAE/TO;
- c) Apresentar ao SEBRAE/TO qualquer documento falso ou falsidade, no todo ou em parte;
- d) Sofrer condenação definitiva pela prática de fraude fiscal, no recolhimento de quaisquer tributos.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO FORO

12.1 Fica eleito o Foro da cidade de Palmas/TO, para dirimir questões oriundas da execução do presente contrato, renunciando as partes a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por estarem de acordo, firmam o presente instrumento em três vias de igual teor e forma, para um só efeito legal, na presença de duas testemunhas que abaixo assinam.

Palmas - TO, ____ de _____ de 2013.

Pelo **SEBRAE**:

MÁRCIA RODRIGUES DE PAULA
Diretora Superintendente

MARIA EMÍLIA M. PEDROSA JABER
Diretora Técnica

Pela **CONTRATADA**:

TESTEMUNHAS:

Nome:
CPF nº

Nome:
CPF nº



ANEXO III
CONCORRÊNCIA Nº 001/2013
DECLARAÇÃO DO PORTE DA EMPRESA
(Obrigatória para Microempresas ou Empresas de Pequeno Porte)

MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

[nome da empresa], [qualificação: tipo de sociedade (Ltda, S.A, etc.)], endereço completo, inscrita no CNPJ sob o n.º [xxxx], neste ato representada pelo [cargo] [nome do representante legal], portador da Carteira de Identidade n.º [xxxx], inscrito no CPF sob o n.º [xxxx], DECLARA, sob as penalidades da lei, que se enquadra como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, nos termos do art. 3º da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006.

Declaro, para fins da LC 123/2006 e suas alterações, sob as penalidades desta, ser:

MICROEMPRESA – Receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 e estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar n.º 123/06.

EMPRESA DE PEQUENO PORTE – Receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar n.º 123/06.

Observações:

- Esta declaração poderá ser preenchida somente pela licitante enquadrada como ME ou EPP, nos termos da LC 123, de 14 de dezembro de 2006;
- A não apresentação desta declaração será interpretada como não enquadramento da licitante como ME ou EPP, nos termos da LC n.º 123/2006, ou a opção pela não utilização do direito de tratamento diferenciado.

Local e Data

Nome e Assinatura do Representante Legal



ANEXO IV
CONCORRÊNCIA Nº 001/2013
DECLARAÇÃO AO NÃO EMPREGO DE MENORES

O interessado abaixo identificado DECLARA, para fins do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, de 5 de outubro de 1988, e no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1983, acrescido pela lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) com menos de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e em qualquer trabalho menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos.

IDENTIFICAÇÃO	
Empresa:	CNPJ:
Signatário(s):	CPF:

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz?

SIM	NÃO

Localidade, _____ (dia) de (mês) de 2013.

(Nome do Representante Legal)
 (Número do CPF)



ANEXO V
CONCORRÊNCIA Nº 001/2013
MODELO DE PROPOSTA

Concorrência n.º 001/2013

Convênio nº 717277/2009

Nome da Empresa:

CNPJ:

Nome do responsável legal:

Dados Bancários:

Porte da empresa:

Prazo de validade da proposta: 60 (sessenta) dias

OBJETO: Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de capacitação em práticas gerenciais de mercado, inovação tecnológica, curadoria para as peças de coleções já desenvolvidas, bem como na criação de novos produtos junto aos 14 grupos apoiados pelo Projeto Talentos do Brasil, divididos nos lotes abaixo especificados, para que os mesmos possam desempenhar suas atividades no segmento de moda e artesanato, visando à inserção desses produtos no mercado nacional e internacional.

DESCRIÇÃO	Horas Técnicas	VALOR GLOBAL DA PROPOSTA – LOTE 1
Prestação de serviços para capacitação em práticas gerenciais de mercado, inovação tecnológica, curadoria para as peças de coleções já desenvolvidas, bem como na criação de novos produtos junto aos grupos constantes no Lote 01 apoiados pelo Projeto Talentos do Brasil, para que os mesmos possam desempenhar suas atividades no segmento de moda e artesanato, visando à inserção desses produtos no mercado nacional e internacional.	1.282 horas	R\$ XXXX (valor por extenso)

DESCRIÇÃO	Horas Técnicas	VALOR GLOBAL DA PROPOSTA – LOTE 2
Prestação de serviços para capacitação em práticas gerenciais de mercado, inovação tecnológica, curadoria para as peças de coleções já desenvolvidas, bem como na criação de novos produtos junto aos grupos constantes no Lote 02 apoiados pelo Projeto Talentos do Brasil, para que os mesmos possam desempenhar suas atividades no segmento de moda e artesanato, visando à inserção desses produtos no mercado nacional e internacional.	2.884 horas	R\$ XXXX (valor por extenso)

DESCRIÇÃO	Horas Técnicas	VALOR GLOBAL DA PROPOSTA – LOTE 3
Prestação de serviços para capacitação em práticas gerenciais de mercado, inovação tecnológica, curadoria para as peças de coleções já desenvolvidas, bem como na criação de novos produtos junto ao grupo constante no Lote 03 apoiados pelo Projeto Talentos do Brasil, para que os mesmos possam desempenhar suas atividades no segmento de moda e artesanato, visando à inserção desses produtos no mercado nacional e internacional.	320,5 horas	R\$ XXXX (valor por extenso)

Declaro que no preço proposto estão incluídos todos os custos diretos e indiretos para a perfeita execução dos serviços, inclusive as despesas com transportes, materiais, mão-de-obra especializada ou não, segurança em geral, equipamentos, ferramentas, encargos da legislação social, trabalhista, previdenciária e responsabilidade civil, por quaisquer danos causados a terceiros ou dispêndios resultantes de taxas, regulamentos e impostos municipais, estaduais e federais, enfim, tudo o que for necessário para execução total e completa dos serviços, sem que lhe caiba, em qualquer caso, direito regressivo em relação ao SEBRAE/TO, nem qualquer outro pagamento adicional.

Declaro, ainda, que li e concordo com os termos do Edital Concorrência SEBRAE/TO n.º 001/2013.

Nome do Representante Legal
Nome da Empresa

Anexo 2 - Desenhos do caderno de campo

Fazer o feltro d'água quente é mais rápido, mas machuca a mão "água quente, água fria... machuca a mão de senti" eu uso água fria".

"teve uma vez que fiquei com o braço doendo. Era tanto feltro...".

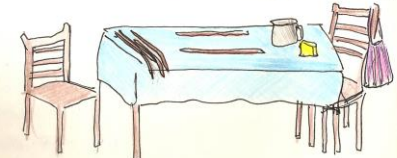
D. Ela abastecia as outras artesãs com fio e filtro (mishoquinha) (coloridas). Ela diz que, como é um trabalho coletivo, ela pressa para o material p/ as outras que "não trabalham a matéria-prima". "elas não querem aprender". Isso é pq ela tá dando conta de tudo tudo sozinha.

→ cortar a lã do novelo
 → sobre plástico halado outro não foi) ^{antes mande na bit de PVA, agora consiga}
 → passar 1 pouco de água
 → enrolar até ficar durinho e sb. "parelha".

→ as pontas ã podem dobrar
 → lavar
 → torcer (acho não vi)
 o 1º que fiz, botei muito ração e a lã não enrolava. troquei de lugar na mesa. ho 1 medida p/ o sabão.

Antes o feltro era feito em São Gabriel, mas eu fiz aqui com desbregente e tornou uma "uma cola"...

Eu acho que cada 1 nasce com 1 dom. o meu foi o artesanato. Desde pequena eu faço artesanato. fo' fazer flor de papel, pq eu levava muito coisa no cunheteiro, fazia o leite da parte de milho e empacava ca-deira... para conservar para conservar




Jan. 31



loja de Tingimento

des. observação



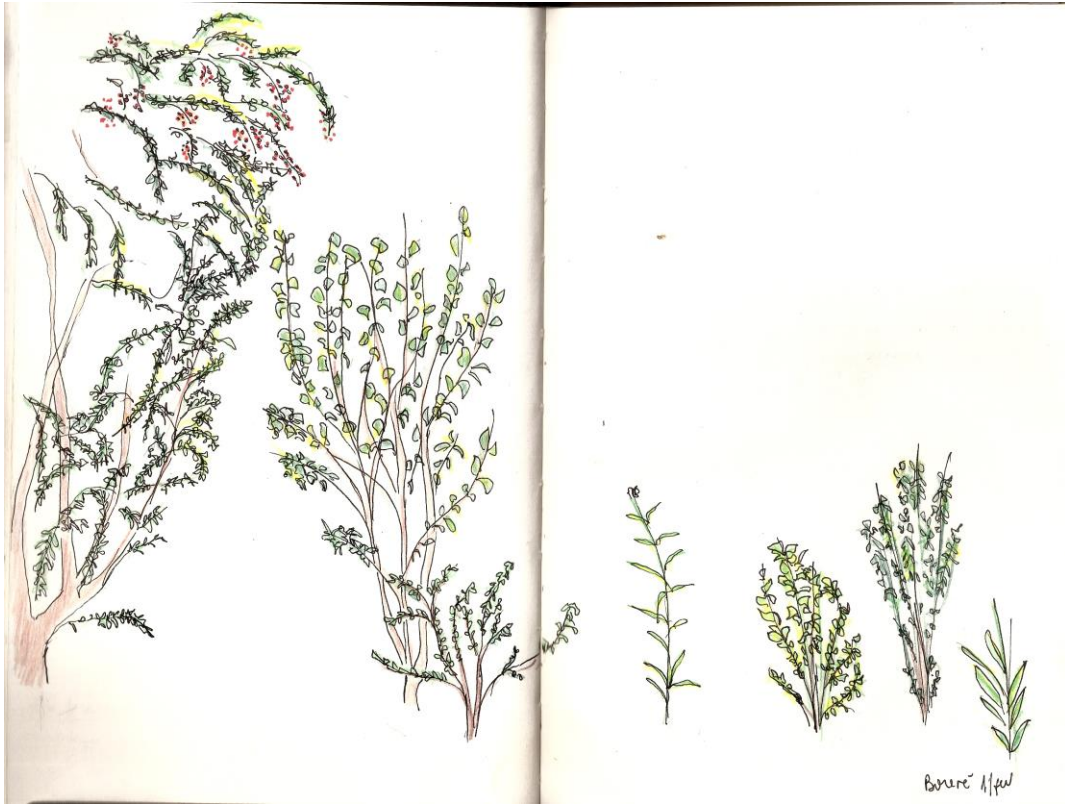
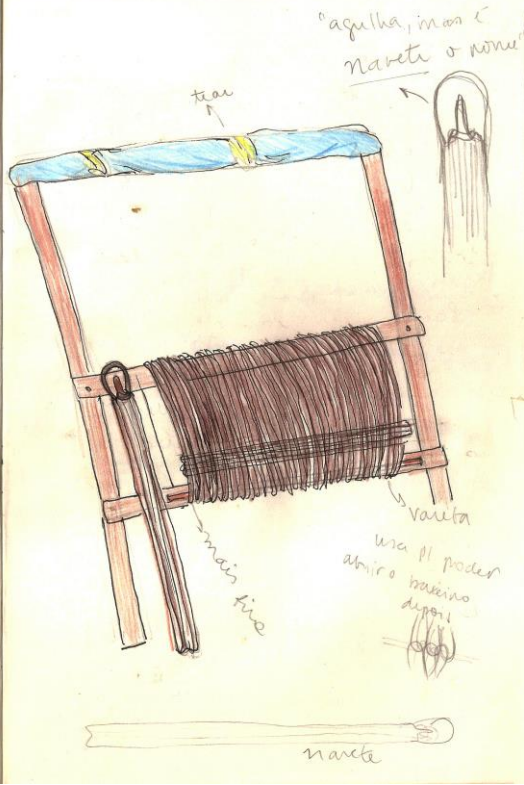
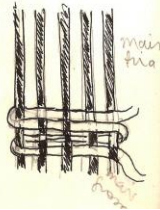
quintal

"de verde"
 "assim tu vai sair daqui atrás"

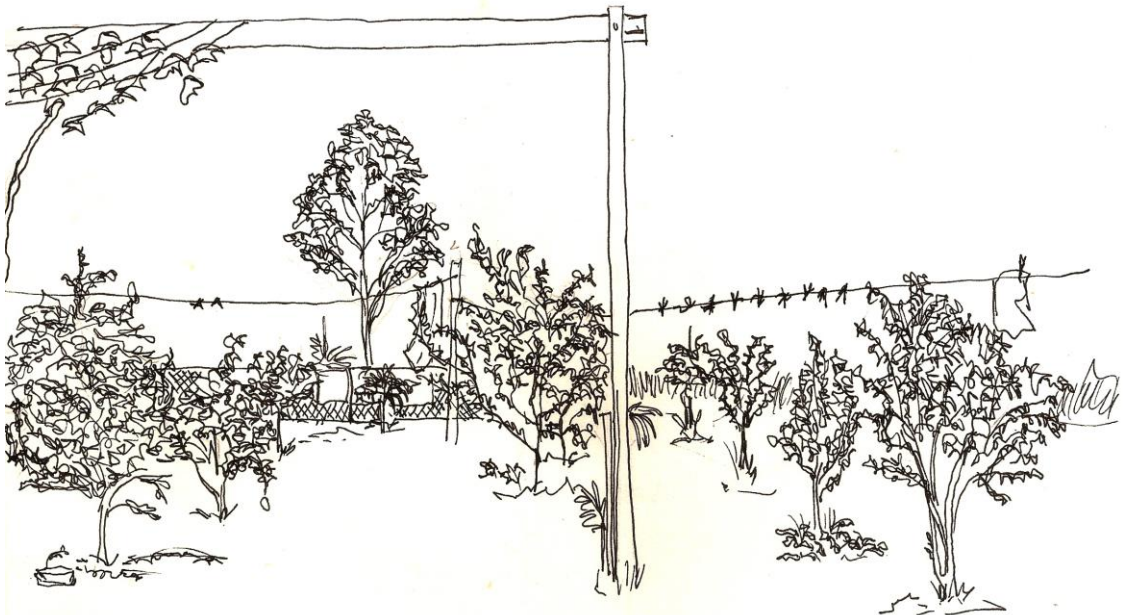
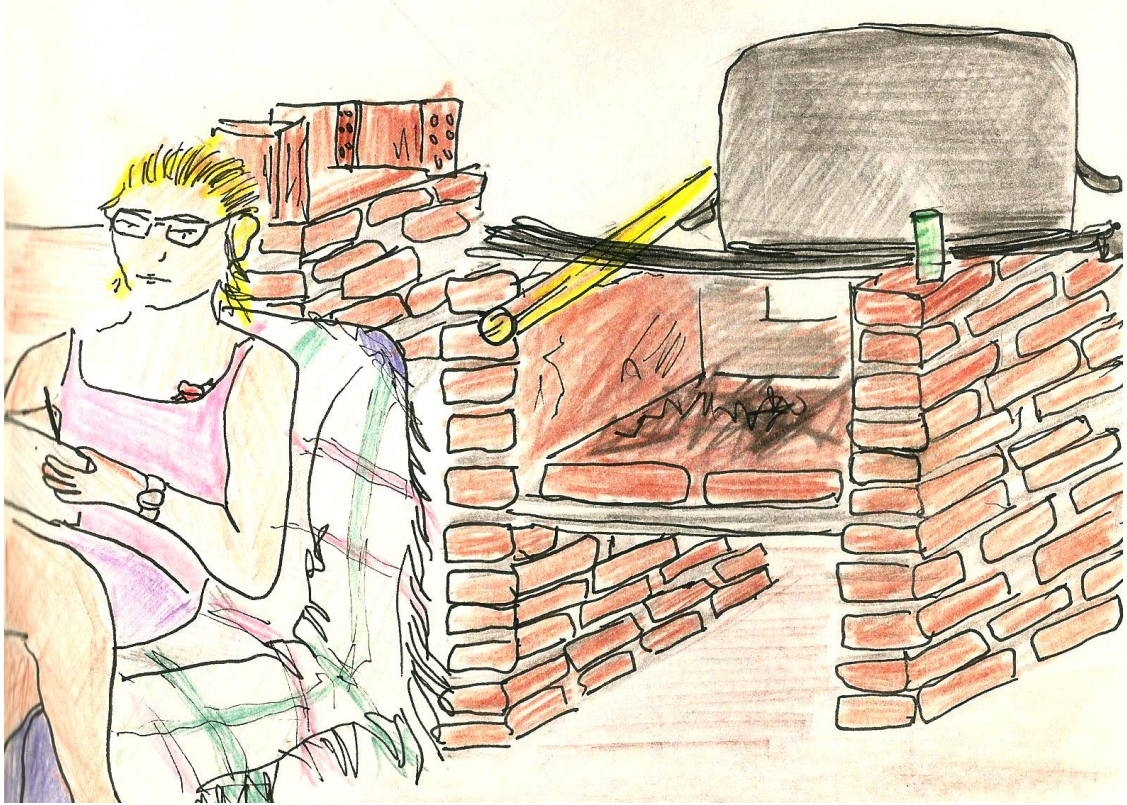
para o diretor e ele disse que a gente podia botar as coisas p/ vender lá, na colheita.

Compramos a lã da região, compra por 1-2kg o kg a branca por 5-7kg o kg. a lã branca é de melhor qualidade p/ trabalhar.

Comparamos enquanto a sua lã era lã e compra p/ os bairros. põe a lã desenrolado (do rolo) dentro de L caixa e vai dividindo a "faixa" de lã para fazer as duas espumas que usa no bairros.



Burro Hfw



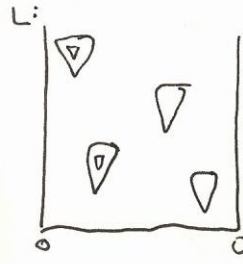
Lorraine, 2/10

5 fev. - 30 dia oficina

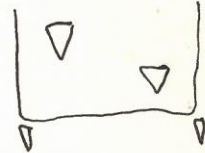
Ela continue fazendo as pesquisas.
Sandra trouxe o vetor e Eva ainda monta
o outlo de - so ela sabe montar.

Leis mandou ler no papillon comprar
papel kraft pl" modelar alguns livros no
manequim.

Leis pendurar as avisórias (algumas
ba' refutas) no armario



L. ache importante
1 finalização



T:



- fio trançada

L: hui unico modo
e trazer um pouco
com isto (4) nome: ~~soo~~

U
vamos pendurar o boluber?
na suite v...?

