Os contornos de sentido dos termos design e artesanato no Sebrae

The sense of design and craftsmanship in Sebrae

SIRITO, Marina V. C.; Doutoranda; Escola Superior de Desenho Industrial Esdi-UERJ

Marina.sirito@gmail.com

ANASTASSAKIS, Zoy; Doutora; Escola Superior de Desenho Industrial Esdi-UERJ

zoy1974@gmail.com

Resumo

Este artigo apresenta parte dos resultados da dissertação “Os contornos de sentido do termo design no fomento ao artesanato no Sebrae”, desenvolvida pela autora deste artigo e tem por fim perceber os usos do design aplicados no fomento ao artesanato, analisando os modos com que o termo design vem sendo acionado pelo Sebrae, buscando compreender como se dão as interferências destes conceitos nas práticas de designers no fomento ao artesanato realizados pela agência, através da análise de documentos gerados pelo Sebrae sobre as categorias design e artesanato.

Palavras Chave: Design, Artesanato, Sebrae.

Abstract

This article presents part of the results of the dissertation "The contours of meaning of the term design in the promotion of crafts in the Sebrae", developed by the author of this article and aims to realize what design we are applying in the promotion of crafts, analyzing the ways in which the term design has been triggered by the Sebrae, seeking to understand how the interference of these concepts in the practices of designers in the promotion of craftsmanship by the agency, through the analysis of documents generated by Sebrae on the categories of design and craftsmanship.

Keywords: Design, Craft, Sebrae

1.Introdução

O desenvolvimento de projetos de fomento ao artesanato com fins socioeconômicos no Brasil tem surgido em grandes números em todas as regiões do país em maior quantidade desde a década de 1990 e tem sido um dos principais responsáveis pela aproximação cada vez mais recorrente entre designers e artesãos.

Se consultarmos a historiografia do campo do design, encontraremos vários referenciais que propõem a sua instituição profissional no período da revolução industrial, quando os produtos deixam de ser manufaturados pelas mãos dos artífices e passam a ser concebidos por projetistas numa lógica de produção em escala industrial. Porém, embora o modo de produção tenha se alterado, alguns autores defendem que os artefatos industrializados neste período descenderiam formalmente dos objetos artesanais, sendo então carregados de valores culturais e simbólicos da sociedade que os produzem.

No Brasil, a história da industrialização também se associa à história da instituição do design como campo profissional, mas de modos bastante diversos: a importação de *commodities*, que impunham desenhos já obsoletos dos países industrializados, causa uma industrialização tardia no país, e quando a mesma acontece, deixa de lado a herança formal de nossas manufaturas.

A atenção outorgada à industrialização do país foi intensificada no início da década de 1950, durante o governo de Getúlio Vargas, e se potencializou com a criação dos Ministérios da Indústria e Comércio, no governo de Juscelino Kubitschek, e de políticas públicas de incentivo a industrialização, compondo um projeto moderno de Brasil, entendido então como o país do futuro que buscava a autonomia produtiva e independência tecnológica.

A pretensão de se criar um país do futuro e de se instituir um design moderno no Brasil – projeto este que era composto também pela viabilização de uma escola de desenho industrial fortemente influenciada pelo currículo alemão da Escola de Ulm, a Esdi, dentre outras movimentações que ocorriam em torno da disciplina no país, bem como o surgimento de associações profissionais e escritórios especializados (Anastassakis, 2011). - impediu um olhar mais atento às circunstâncias precisas do país. A universalidade da linguagem formal e a adoção ao cientificismo reinante em Ulm (Souza Leite, 2014) fez com que se esboçasse um rompimento com as tradições formais brasileiras e os esforços realizados no período da institucionalização da disciplina no país se voltaram para o desenvolvimento deste design que se pretende universal (idem). A ideia de progresso no Brasil estava diretamente ligada ao desenvolvimento industrial em detrimento da produção artesanal, portanto, também da identidade cultural que tal produção carregava.

As políticas públicas de fomento ao artesanato no país, assim como a instituição do campo do design, começam a ganhar força na década de 1960. Foi a partir da criação da ARTENE - Artesanato do Nordeste S. A. (Fausto, 2008), que as políticas públicas começaram a ser postas em prática visando a comercialização de produtos artesanais e fortalecimento de outras entidades dedicadas ao artesanato. Era subsidiada pela Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), órgão também responsável pelas primeiras iniciativas de fomento ao microempreendedorismo no Brasil.

É possível notar que os esforços para a construção de políticas públicas voltadas para o artesanato no país apresentavam entre os vetores principais para sua instauração o desenvolvimento econômico, a criação de trabalho e renda, a erradicação da pobreza e o empenho para que essa política se organizasse partia muitas vezes do Ministério da Indústria e Comércio e pelos bancos de financiamento, como o BNDE, por exemplo.

Embora tenham se desenvolvido com a criação da ARTENE, tais políticas foram ganhar força na década de 1990, com o início de diversas medidas como a criação do Programa Nacional de Artesanato (PAB), que tem por objetivo coordenar e desenvolver atividades ligadas à valorização do artesanato, a empresa artesanal e o próprio artesanato, nos âmbitos cultural, social, profissional e econômico, entendendo que “artesanato é empreendedorismo” (PAB, 2010).

Foi a partir da intensificação de tais políticas públicas que começaram a surgir em maior número os projetos de fomento ao artesanato. O Sebrae, nesta mesma época, começa a atuar no ramo do artesanato, quando a agência passa por uma reestruturação em seu planejamento estratégico e amplia seu foco de ação “considerando o empresário no ambiente e a empresa no

território” (Sebrae, 2004:12), criando assim, o programa de artesanato do Sebrae que conhecemos hoje.

Para a agência, o fomento ao artesanato é relevante por apresentar uma contrapartida à massificação e uniformização dos produtos globalizados, pois é um grande instrumento para o resgate cultural e fortalecimento da identidade regional, além de gerar renda e ocupação para diversas pessoas, sendo um dos eixos estratégicos de valorização e desenvolvimento territorial.

O Sebrae é hoje a maior agência de fomento ao micro empreendedorismo do Brasil e também a agência a realizar o maior número de projetos de fomento ao artesanato em todos os estados do país. Movimenta significativamente a economia do segmento e está relacionada ao desenvolvimento de políticas públicas aplicadas ao artesanato, e assim, ajuda a determinar as estratégias futuras para o setor.

É também o maior responsável por facilitar o encontro entre designers e artesãos, e, por possibilitar estes encontros também baliza a maneira pela qual tais encontros são praticados, acionando designers através de consultorias oferecidas pelos profissionais da área àqueles aos quais os projetos se destinam.

Mas se partimos de uma matriz alemã de design e, historicamente, nos voltarmos para a construção de um design universalista em detrimento da construção de um design puramente brasileiro (Souza Leite, 2014), se nos debruçamos sobre a construção da disciplina preocupada em atender as demandas de um país que buscava se industrializar, que design é esse que aplicamos nos projetos de fomento ao artesanato?

Para investigar tal questão, a autora deste artigo desempenhou esforço em pesquisa de mestrado, que tem parte divulgada neste artigo, a qual buscava analisar os modos com que o termo design vem sendo acionado pelo Sebrae - por este ser o maior facilitador de projetos de fomento ao artesanato no Brasil, buscando compreender como se dão as interferências destes conceitos nas práticas de designers no fomento ao artesanato realizados pela agência.

O intuito da pesquisa era levantar os contornos de sentido do termo design nos projetos de fomento ao artesanato realizados pelo Sebrae, a fim de entender quais as possibilidades de uso do design previstas pela agência, buscando investigar os modos com que aqueles que atuam neste contexto entendem e conceituam design, e como o faz o Sebrae, para compreender, se os discursos emitidos podem informar a prática do design nestes contextos. Pois, como mostra Foucault (Foucault, 1996), os discursos não são encadeamentos lógicos de palavras e frases que pretendem um significado em si mesmo, os discursos são uma importante ordem funcional na qual o imaginário social se estrutura (idem). Sendo assim, as práticas se transformam através dos discursos.

É importante ressaltar que a investigação apresentada neste artigo é parte de uma pesquisa maior de mestrado, que compreende vasta análise de documentos e pesquisa de campo realizada em Pernambuco, apresentadas na dissertação intitulada “Os contornos de sentido do termo design no fomento ao artesanato no Sebrae” concluída no ano de 2017 e realizada na Escola Superior de Desenho Industrial – Esdi-UERJ, sob orientação de Zoy Anastassakis.

Espera-se que através de parte do investimento de pesquisa aqui apresentado, possamos levantar questões que permeiam o campo do design quando se aproxima do artesanato, a fim de pôr em discussão os usos do design que emergem dos discursos sobre o fomento ao artesanato.

2. Sobre a Análise

Neste artigo iremos apresentar os resultados das análises geradas através de documentos que apresentam os termos design e artesanato e que foram publicizados no *website* da agência, uma vez que a plataforma é o principal canal de comunicação do Sebrae, onde o mesmo apresenta conteúdos muito variados sobre sua atuação com o microempreendedorismo.

Para a análise dos discursos da agência sobre design e artesanato foram estudados 158 documentos disponibilizados no Website do Sebrae que continham os termos design e artesanato em totalidade e estavam disponíveis no Portal Sebrae entre dezembro de 2015 a dezembro de 2016, escritos e publicados pela agência em toda e qualquer data.

Exponemos aqui os resultados gerados a partir das análises embasadas na pesquisa desenvolvida pelo antropólogo Luiz de Castro Faria, em seu livro Oliveira Vianna, De Saquarema à Alameda São Boaventura, 41 - Niterói - O autor, os livros, a obra, no qual ele analisa a obra de Oliveira Vianna embasado em noções de Foucault sobre autoria, análise do discurso e obra, bem como apoiados nas noções de Foucault sobre discurso.

3. Design e artesanato no Sebrae

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é um serviço social autônomo, instituído como entidade associativa de direito privado sem fins lucrativos (Sebrae, 2009:01). Hoje tem como objetivo a promoção da competitividade e do desenvolvimento sustentável de empreendimentos de micro e pequeno porte cujo faturamento bruto anual é de até R\$3,6 milhões.

3.1 Design no Sebrae

No Sebrae, design não é um tema de gestão e nem um segmento de atuação. É oferecido pela agência como um serviço disponibilizado através dos programas da agência pelos quais os projetos de fomento ao microempreendedorismo são desenvolvidos.

Design é um assunto e “ferramenta” (Sebrae, 2016) que está disponível para todos os clientes da entidade por intermédio de designers que prestam serviço à agência em formato de consultorias para as micro e pequenas empresas através do atendimento pessoal e em escala, ou por meio de conteúdos disponibilizados na internet que vão apresentar design e as formas pelas quais o Sebrae entende que o design pode contribuir para inovação e desenvolvimento de negócios.

Ao analisar os 83 documentos que foram disponibilizados pela agência em seu *website* que apresentam o termo design, são apresentados muitos outros conceitos que estruturam as definições de design dadas pelo Sebrae. Ao estudar os documentos, pode-se encontrar classificações e definições do termo design bastante diversas. São múltiplos os discursos acerca do conceito de design, bem como são vários os caminhos possíveis propostos para o uso do design em todos os segmentos da agência. Porém, é evidente a intenção de empregar a disciplina em benefício do empreendedorismo, uma vez que este é o assunto central dos múltiplos discursos da agência.

Em alguns documentos gerados pela mesma, fica clara a intenção de desconexão do uso do design atrelado somente aos aspectos estéticos dos produtos gerados por seus clientes – embora possamos ver que, quando fala da prática do design, atrela a disciplina ao desenvolvimento de

produtos para os negócios dos microempreendedores. Porém, ao propor design enquanto projeto, apresenta aos seus clientes a disciplina aplicada a todas as etapas de desenvolvimento de seus produtos, trazendo a ideia de que o design pode estar atrelado ao planejamento, criação e desenvolvimento de produtos e serviços.

Ao atribuir a qualidade de “diferencial” (Sebrae, 2015) para a disciplina, apresenta o design como um agregador de valor através da proposição de soluções criativas e inovadoras, na qual design atuaria enquanto ponte entre a criatividade e a inovação.

Inovação é o conceito mais associado ao design ao logo dos documentos que foram analisados nesta pesquisa. Ao atribuir ao design a qualidade de inovação, apresenta o mesmo como uma ferramenta capaz de trazer originalidade aos produtos das micro e pequenas empresas. Para o Sebrae, design é capaz de tangibilizar inovação, atuando como uma ponte entre o usuário, aos quais os produtos das micro e pequenas empresas se destinam, e diversos saberes que perpassam as ciências, tecnologia e criatividade, principalmente.

Destarte, ao propor design como agente de inovação atribui a ele a responsabilidade de formular novos produtos “desejáveis” (Sebrae, 2015) em consonância com a realidade daqueles que os propõem e para os quais são destinados.

Embora apresente o conceito de inovação relacionado à feitura de produtos, também correlaciona design e inovação identificando o seu fim para além do produto. Para isso a agência relaciona design como “um valor experimentado” (Sebrae, 2015), que pode ser entendido como um “efeito” causado na vida das pessoas.

O *design thinking*, termo também recorrente nas publicações analisadas, está diretamente ligado à inovação na agência. O Sebrae o apresenta como uma abordagem sistêmica para inovação, responsável pela transformação na vida do consumidor, definindo seu objetivo como a criação de novos comportamentos e necessidades nos consumidores.

Ao relacionar os termos design e inovação o Sebrae propõe que a disciplina do design seja chave para a inovação nas empresas, atuando na elaboração de novos produtos, no aperfeiçoamento de produtos existentes, na fabricação, nos materiais, na organização, na qualidade estético-formal e na identidade das empresas. Desta maneira sugere que a inovação, assim como o design, pode estar presente em todos os âmbitos de um negócio.

Outro termo largamente relacionado ao design nos documentos analisados nesta pesquisa foi economia criativa. A economia criativa é um dos 16 segmentos da agência e é de onde mais partem os documentos sobre design presentes no website do Sebrae.

No *Panorama da Economia Criativa no Brasil – TD 1880 – Texto para Discussão*, elaborado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), a economia criativa é conceituada a partir dos fundamentos de Howkins. Para ele, a classificação se estabelece na relação entre os conceitos da criatividade, do simbólico e da economia (IPEA *apud*: HOWKINS, 2013). O autor acredita que o que há de novidade é a extensão da relação entre economia e criatividade e a combinação extraordinária das duas para a produção de algo criativo. O instituto define economia criativa como “um conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico” (IPEA, 2013:8), – no qual a criatividade é entendida como o mais expressivo fator para a produção de bens e serviços (*idem*).

No documento “O design no contexto da economia criativa” o Sebrae define economia criativa

como sendo:

“não apenas uma atividade econômica, é também um fator de interação e evolução social, que pode fornecer elementos-chaves para um desenvolvimento baseado na percepção de nossa interdependência planetária. Ao atuar simultaneamente nas quatro dimensões ligadas à sustentabilidade (econômica, social, ambiental e simbólica), a Economia Criativa oferece possibilidade de recriar as sociedades e seus modelos, desenhando futuros mais desejáveis e harmônicos” (Sebrae, 2015).

Assim como a economia criativa, neste mesmo documento o Sebrae entende também o design como sustentável, pois acredita que suas ações possam resultar em produtos, sejam eles objetos, serviços ou sistemas que *“trabalham de modo estético, funcional e comercial”* (idem), com intuito de melhorar a vida das pessoas e provocar o menor impacto ambiental possível.

Embora muitos documentos que apresentam o termo design estejam vinculados ao segmento da economia criativa, a agência não aprofunda a discussão sobre as possíveis correlações que podem ser diretamente estabelecidas entre economia criativa e design. Design é entendido na agência enquanto ferramenta capaz de atuar em todos os segmentos do microempreendedorismo.

Porém, o termo criatividade parece recorrente nos documentos com o termo design gerados pelo Sebrae. Sempre ligada à inovação, a criatividade aparece como um requisito do profissional do design, que, a partir dela, apresenta soluções inovadoras para os projetos que desenvolve.

O termo criatividade também é relacionado aos resultados de sucesso dos projetos que fazem uso do design, pois, para o Sebrae, um bom design é capaz de conectar a criatividade - responsável por gerar ideias, e a inovação - responsável por explorar as ideias geradas pela criatividade.

Ao encontrar tantos caminhos possíveis para a definição de design e seu uso, vemos o discurso do Sebrae em consonância com muitas definições recorrentes lançadas por muitos designers e pessoas que articulam o próprio campo do design. As definições são apresentadas sempre em benefício dos micro e pequenos negócios e, principalmente, a seus produtos - sejam eles os produtos do próprio negócio ou aqueles gerados para sua manutenção, como a comunicação, por exemplo.

A agência propõe que design esteja atrelado ao desenvolvimento destes produtos, apontando como ofício da disciplina o desenvolvimento dos mesmos, que são responsáveis por alcançar os objetivos de diferenciação, desejabilidade e agregar os outros tantos valores propostos pela agência às micro e pequenas empresas.

Expõe a prática do design em consonância com as vontades das pessoas envolvidas em um determinado contexto, dando ao designer o poder de responder à necessidades futuras destes contextos para os quais projeta.

Quando expõe tantos conceitos sobre design, especula sobre como devem ser as práticas dos designers, porém as apresenta superficialmente. São poucos os resultados dos projetos com design que são divulgados, o que levanta a questão de como aconteceriam de fato estes projetos realizados pela agência que põe o design em prática, buscando tangibilizar a inovação a criatividade, a geração de valor e novidade, principalmente no que tange os projetos de fomento ao artesanato, uma vez que este é o principal interesse desta pesquisa.

Na próxima sessão, vamos nos ater aos documentos analisados com o termo artesanato, buscando a compreensão dos objetivos da agência no desenvolvimento dos projetos de incentivo ao artesanato.

3.1 Artesanato no Sebrae

Quando olhamos mais profundamente os 75 documentos selecionados para a análise, muitas definições de artesanato são suscitadas e são fundamentais para entender a atuação da agência no ramo. A maioria dos documentos que vão tratar diretamente dos conceitos relacionados ao artesanato, o definindo e o categorizando, partem claramente do Termo de Referência ao Artesanato publicado pela primeira vez em 2004 e reescrito em 2010 pela própria agência. O Termo de Referência é proposto como eixo norteador para o desenvolvimento dos projetos de fomento ao artesanato realizados pela agência, sendo assim, os conteúdos encontrados no site, dessa natureza, muitas vezes se repetem.

O levantamento destas definições e das propostas lançadas pela agência para o fomento ao artesanato nos ajuda a entender as relações estabelecidas entre artesanato e outros conceitos propostos pelo próprio Sebrae. Vale lembrar que o objetivo aqui não é conceituar nem definir artesanato, e sim deixar emergir, a partir destes conceitos, os objetivos da agência para o setor.

A partir das proposições feitas pelo Sebrae nos documentos analisados nesta investigação, fica claro o objetivo da agência no desenvolvimento dos projetos de fomento ao artesanato. O Sebrae entende o artesanato como qualquer objeto que seja realizado com criatividade, habilidade e destreza por meios manuais, tradicionais ou rudimentares. E atua no ramo do artesanato a fim de promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das comunidades que o produzem, entendendo o artesanato como ferramenta para o desenvolvimento econômico e social dos territórios nos quais se desenvolvem (Sebrae, 2010).

O artesanato, segundo o Sebrae, se mostra como um importante fator na geração de emprego e renda, promovendo grande impacto na inclusão social e desenvolvimento regional. Neste sentido, é importante destacar que a prática artesanal não depende de qualificação profissional formal e pode ser desenvolvida por qualquer pessoa, sendo assim, serve como renda complementar para pessoas que exercem outros ofícios e garante a renda primária para muitas pessoas que não tem ocupação profissional e vivem no limite da pobreza. Por ter custo de investimento relativamente baixo é acessível para muitas pessoas pois não demanda investimento inicial alto.

Também podemos entender o fomento ao artesanato como estratégia para a valorização da expressão cultural de um determinado povo - a qual, para a agência, é uma das manifestações mais ricas de uma sociedade, fomentando, destarte, o fortalecimento de uma identidade regional (Sebrae, 2010).

Buscando o desenvolvimento do fazer artesanal de forma integrada, o Sebrae determina medidas que perpassam sua atuação nos âmbitos da linguagem, conceito, objetivo, organização, traçando eixos norteadores que tem por fim desenvolver um sistema de gestão integrado. Destarte, busca determinar ações que seguem uma lógica sequencial para a padronização e realização dos projetos de fomento ao artesanato.

Assim como termos relacionados ao design, criatividade e inovação aparecem atrelados aos objetivos dos projetos de fomento ao artesanato, buscando, através da criatividade e da

inovação atender às tendências e aos desejos do mercado, desenvolvendo produtos que não percam as características que identificam sua origem.

Uma vez entendido como micro empreendimento, o artesanato passa a ser trabalhado na agência através de projetos com objetivos claramente voltados para o mercado dos micro e pequenos negócios. Com foco principal na geração de renda para atender os outros tantos objetivos como a manutenção da cultura, o desenvolvimento territorial e o desenvolvimento econômico e social daqueles que o desenvolvem, o Sebrae apresenta soluções para o desenvolvimento destes projetos com foco no mercado.

Através do estudo dos documentos com o termo artesanato, fica claro que os objetivos apresentados ao longo da maioria dos conteúdos seguem as diretrizes traçadas nos dois documentos principais sobre artesanato gerados pela agência que são os termos de referência para o artesanato. Nos mesmos a agência categoriza artesanato e expõe os caminhos a serem seguidos por aqueles que realizam os projetos que incentivam o artesanato.

Porém, são poucos os documentos encontrados no *website* que tratam diretamente dos resultados dos projetos realizados pela agência ao longo destes anos nos quais a agência fomenta o artesanato. O que nos faz questionar sobre como se dá então o desenvolvimento dos mesmos e como são realizados os encontros entre os artesãos e os outros profissionais que participam efetivamente nas ações de incentivo ao artesanato através da agência.

3.3 Design e artesanato no Sebrae

Muito se discute sobre o encontro entre design e artesanato. Sendo o Sebrae a maior agência de fomento ao artesanato no país e, portanto, o maior facilitador dos encontros entre design e artesanato, é fundamental que busquemos entender o que o mesmo formula sobre essa relação. Sendo assim, separamos os documentos, examinados anteriormente nesta pesquisa, que apresentavam os termos design e artesanato juntos.

Como vimos, embora não seja um tema de gestão nem um segmento na agência, design é um termo bastante recorrente bem como uma disciplina muito utilizada nos projetos desenvolvidos pelo Sebrae. Não seria diferente com o artesanato, uma vez que este é um dos segmentos de atuação da agência desde a década de 1990. Porém, ao buscar por documentos que apresentavam os dois termos, design e artesanato, foram encontradas poucas ocorrências que os colocam em diálogo, embora a correlação entre os dois seja estabelecida com certa frequência através das pré-classificações lançadas pela própria agência. Nos documentos analisados com o termo artesanato, foram encontrados 08 publicações com o termo design e nos documentos analisados com o termo design, foi encontrado apenas 01 documento contendo o termo artesanato.

Apesar de apresentar poucos documentos que tratam do encontro entre design e artesanato em seu *website*, podemos ver emergir nos discursos sobre estes encontros os objetivos da agência no desenvolvimento de projetos de fomento ao artesanato.

Como vimos nos conteúdos supracitados, design é apresentado pelo Sebrae, no contexto destes projetos, como ferramenta para a valorização dos produtos gerados a partir dos projetos de incentivo à prática artesanal possibilitados pela agência.

Entende-se a partir disso que os designers parceiros do Sebrae nestes contextos do artesanato, atuam nos projetos em parceria com os artesãos, respeitando sua cultura, seu local de

origem e conhecimento com o desafio de melhorar a produção e a vida dos artesãos, sem desvirtuar a relação dos mesmos com sua cultura.

Durante a leitura destes documentos, percebe-se a intenção de pôr o design em prática nos projetos de fomento ao artesanato da agência para repensar os produtos do artesanato gerados por determinada comunidade produtiva ou artesão, propondo o uso do design para a melhoria da produção e para a valorização dos produtos desenvolvidos por aquelas pessoas que muitas vezes já estavam inseridas no contexto do artesanato.

Propõe então que sejam realizadas intervenções por meio do design, adequação e inovação da matéria prima gerando a valorização do produto em consonância com as “vontades” do mercado. Também sugere que sejam ministradas oficinas de design e inovação que tenham por objetivo adequar os produtos para a comercialização melhorando sua competitividade.

Vê-se com certa frequência nos documentos que tratam de design publicados pelo Sebrae a vontade de atrelar ao design a condição de inovação e a inovação, quando atrelada à disciplina, com foco na proposição de novos produtos que visam atender as demandas do mercado - ou seja, as necessidades daqueles que consomem os produtos gerados por determinada empresa.

Quando estudamos os documentos que apresentam o termo design no *website* do Sebrae, percebemos que a disciplina está muitas vezes ligada ao fim dos processos das pequenas e médias empresas - embora apresente, poucas vezes, design como projeto, o relacionando a estruturação de um negócio de empreendedorismo ou até mesmo a gestão das MPes.

Como podemos perceber, nos documentos que tratam sobre design e artesanato e mais precisamente do encontro entre designers e artesãos, vemos o design atrelado ao artesanato em consonância com o discurso sobre design exposto pelo Sebrae: os designers vão ao encontro dos artesãos para a geração de novos produtos criativos e inovadores que dialogam com as “vontades” do mercado.

Porém, se nos voltarmos para os documentos analisados com o termo artesanato, vemos que os objetivos principais para a realização destes projetos de incentivo ao artesanato estão ligados ao benefício dos próprios artesãos e ao desenvolvimento territorial no qual os mesmo desenvolvem seus trabalhos e suas próprias vidas.

Na publicação diagnóstico de design, quando o Sebrae levanta a questão “o que o design pode fazer pela empresa”, respondendo a ela com as classificações “*Design é inovação, design é identidade, design é comunicação e design é qualidade*” (Sebrae, 2015f), tentando, aparentemente, apresentar mais amplamente os benefícios do uso do design a todos os ramos de atuação da agência, estaria atribuindo ao design todas as possíveis maneiras do mesmo responder às questões mais complexas que surgem nos contextos onde design é acionado e - trazendo para o interesse desta pesquisa, nos contextos dos projetos de incentivo ao artesanato que também acionam design?

Se os projetos de fomento ao artesanato realizados pelo Sebrae tem por objetivo o desenvolvimento regional gerando o desenvolvimento econômico e social dos atores envolvidos nestes contextos, a fim de gerar renda, preservando a cultura daqueles que produzem o artesanato, o foco principal da interação com design deveria ser o desenvolvimento de produtos em consonância com as tendência do mercado?

Quando pensamos no desenvolvimento local podemos considerar que os territórios são,

sobretudo, elemento particular das relações sociais e econômicas desenvolvidas em uma dimensão espacial e geográfica (MATTOS, 2006:125), e portanto o seu desenvolvimento depende dos diversos atores nele inseridos. Sendo assim, não há desenvolvimento regional sem que haja desenvolvimento humano.

Destarte, nos parece que a autonomia gerada em meio aos artesãos através destes projetos deveria ser entendida como uma das principais conquistas a ser feita nestes contextos, pois quando se tornam autônomos dos próprios processos, já não dependem mais de designers e outros profissionais para os desenvolvimentos de seus próprios fazeres.

O resgate cultural e a manutenção das tradições e histórias das comunidades artesãs também são apresentados como parte dos objetivos dos projetos de fomento ao artesanato. As tradições e histórias de determinada comunidade são conhecidas e vinculadas àqueles que compõem determinada população, sendo eles os detentores principais daquela manifestação cultural, linguagem ou costume específicos.

Porém, podemos questionar se ao atribuir aos designers o poder de desenvolvimento de linhas de produtos mais “despojados” (Sebrae, 2010) e criativos em consonância com o mercado, e também se ao atribuir ao mesmo profissional a função de levantar uma iconografia sobre determinada região, estaríamos tirando dos artesãos o papel de interpretar, reproduzir ou transformar determinada linguagem ou manifestação, da qual o mesmo é o detentor, e se estas práticas, não desarraigariam do artesão o sentimento de pertencimento, ao entregar ao designer o poder de interpretá-las.

Não poderíamos, nestes casos, entender o design de outras tantas formas? Se entendêssemos o design para além de agregador de valor, ligado a inovação, abrindo este lugar para aquele que traz a ideia de improvisação, dando aos designers atuantes nesses contextos a função de escutar os artesãos e deixar as questões complexas daquele contexto emergirem, para, junto com estes sujeitos, através de uma lógica intervencionista, produzir uma nova existência?

4. Considerações finais e questões emergentes

Investigando as noções de design que estão em jogo em meio às relações estabelecidas entre design e artesanato e entre designers e artesãos no fomento ao artesanato articulados pelo Sebrae, investigou-se os contornos de sentido do termo design buscando levantar questões sobre as possibilidades de utilização do termo design apontadas pela agência em seus documentos norteadores. Como vimos, são muitos os caminhos em jogo para o fomento ao artesanato e, ainda mais numerosos, os contornos de sentido do termo design no contexto do microempreendedorismo, tal como agenciado pelo Sebrae.

Ao analisar os documentos sobre artesanato gerados pela agência e disponibilizados no website do Sebrae pode-se encontrar dois eixos centrais que justificam o desenvolvimento dos projetos de fomento ao artesanato possibilitados pela agência. O primeiro, em concórdia com as determinações lançadas pelas políticas públicas para o artesanato pelo MDIC, entendem que o desenvolvimento destes projetos têm relevância pois se apresentam como um importante fator na geração de emprego e renda, promovendo grande impacto na inclusão social e desenvolvimento regional.

Um segundo eixo apresentado pela agência para justificar a relevância de facilitar este tipo de projeto está na valorização da expressão cultural de um determinado povo - a qual, para a

agência, é uma das manifestações mais ricas de uma sociedade, buscando, destarte, o fortalecimento de uma identidade regional. Como defesa ainda apresenta a capacidade gerada pelo artesanato de fixar o artesão em seu local de origem - evitando o crescimento desordenado dos grandes centros (Sebrae, 2010).

Percebe-se que os dois eixos centrais que justificam o incentivo ao artesanato possibilitado pelo Sebrae, encontrados nos documentos analisados neste artigo, se relacionam diretamente a determinação lançada pela agência em debruçar sua atenção ao desenvolvimento dos territórios aos quais assiste.

Sobre território podemos nos atentar às proposições da mestre em geografia, Margarida Mattos, que o território não tem apenas uma dimensão espacial e geográfica, mas é, sobretudo, elemento particular das relações sociais e econômicas nele desenvolvidas (2006:125), destarte, os territórios mudam de forma e estrutura, a partir de uma dinâmica evolutiva (idem), sendo transformados à medida que se desenvolvem.

O artesanato pode ser um grande agente de transformação territorial, tanto no âmbito do desenvolvimento social quanto econômico de determinada localidade. Pois, para além de fonte de renda e ocupação, pode ser entendido como objetos inseridos em relações sociais, podendo ser uma ferramenta para compreensão e transformação de um sistema social, não apenas como uma coleção de objetos com fim em si mesmo (CANCLINI, 1983).

Quando encaramos o artesanato como objetos inseridos num sistema social, damos a ele outras funções na ordem da transformação do território que transcendem a transformação econômica - embora a atenção voltada para a economia seja de extrema relevância e não deva ser descartada.

Sobre isso a professora Aida Quintar, ao trazer para o debate as ideias de Moulaert e Sekia no livro Territórios Produtivos, organizado por Gerardo Silva e Giuseppe Cocco, adverte que tomar a economia como variável mais importante do desenvolvimento regional, descarta um enfoque do desenvolvimento territorial sob uma perspectiva multidimensional e mais complexa, resultando assim num enfoque reducionista (2006:109).

No Sebrae, percebe-se que os artesãos são sujeitos empreendedores que dirigem seus negócios no ramo do artesanato e, desta maneira, o papel da agência é o de fomentar o microempreendedorismo nestas localidades, afim de impulsionar o artesanato o entendendo por uma perspectiva comercial, auxiliando os artesãos na formalização de suas empresa e no funcionamento das mesmas num sentido objetivo.

Porém, pode-se perceber, que a estruturação de um negócio de artesanato não passa apenas por uma lógica objetiva, na qual a intenção é que os artesãos estejam aptos a comercializar os seus produtos. Mas sim por diversas questões que constroem a particularidade de cada um dos projetos e por outras que entremeiam o fomento ao artesanato de uma maneira geral como a transformação social, englobando a capacitação dos diversos sujeitos que estão envolvidos nos negócios do artesanato, a erradicação da pobreza, a sustentabilidade em seus 3 pilares - social, econômico e ambiental, a organização e gestão de um negócio, o resgate cultural de determinada região, fazendo com que os projetos possam ser compreendidos como sistemas complexos, que demandam um olhar sob uma perspectiva ampla e multidimensional, nos quais a formalização e a estruturação econômica dos mesmos sejam apenas parte de uma trama maior e

complexa.

O design é colocado em jogo no fomento ao artesanato por diversos caminhos e é entendido dentro destes contextos como importante agente para o desenvolvimento dos mesmos. Mas estaria o design empregado ao fomento ao artesanato com a intenção de responder às questões complexas da vida daqueles que neles estão envolvidos?

Retomando os contornos de sentido do termo design no *website* do Sebrae podemos perceber que, assim como o termo artesanato, o mesmo está sempre relacionado ao empreendedorismo.

Nos diversos discursos sobre design presentes no *website* do Sebrae percebe-se o uso da disciplina atrelado a todas as etapas do planejamento, criação e desenvolvimento de um produto, bem como em todas as etapas de um negócio. Para isso, a agência expõe diversas maneiras de colocar o design em prática.

Porém, embora o apresente atrelado a todas as etapas de qualquer negócio, propondo que o mesmo seja empregado na gestão dos microempreendimentos, enfatiza seu uso como ferramenta para a construção de produtos, propondo que os designers atuem nos fins dos processos das micro e pequenas empresas, entendendo que design pode ser empregado no desenvolvimento dos próprios produtos comercializados por determinado empreendimento, ou nos produtos gerados para a manutenção do próprio negócio, como comunicação, os espaços para comercialização, o serviço, etc. (Sebrae, 2014).

Na agência design pode ser entendido como ferramenta capaz de trazer originalidade aos produtos das micro e pequenas empresas. Para além da originalidade, o Sebrae apresenta design como um diferencial para o contexto do microempreendedorismo e também como um agregador de valor através de proposições criativas e inovadoras para os micro e pequenos negócios (Sebrae, 201x).

Como vimos, inovação e criatividade são conceitos muito presentes nos discursos do Sebrae sobre design. A agência apresenta design como ponte entre inovação e criatividade, atrelando design e inovação no desenvolvimento de produtos, mas também o entende como “*um valor experimentado*” (sebrae, 2015), que pode ser entendido como um “efeito” causado na vida das pessoas.

Assim como termos relacionados ao design, criatividade e inovação aparecem atrelados aos objetivos dos projetos de fomento ao artesanato, buscando, através da criatividade e da inovação atender às tendências e aos desejos do mercado, desenvolvendo produtos que não percam as características que identificam sua origem.

Sobre o conceito de criatividade, Ingold e Hallam (2007) apresentam a inovação como uma das duas formas distintas de compreendê-la. A inovação é apresentada pelos antropólogos sob a perspectiva da criação de um produto, como se sua função fosse a de produzir novidade a partir da relação que se estabelece entre elementos já conhecidos (idem).

Sobre a segunda forma de compreender criatividade, os autores trazem a ideia de improvisação, que parte da perspectiva do processo, onde os sujeitos lidam com as condições conforme as mesmas são apresentadas, improvisando. Para isso também apresentam a ideia de mediação, onde é preciso negociar com os inúmeros significados para a criação do novo (INGOLD e HALLAM, 2007) .

Para Ingold, o design pode ser entendido como um processo de improvisação que escuta e intervém em um determinado contexto, reconhecendo a criatividade dos habitantes do mundo, quando os mesmos responderem às circunstâncias da vida dando voz a seus sonhos, vontades e esperanças, entendendo as questões que nos cercam, todos habitantes de um mesmo mundo (idem).

Quando olhamos para os documentos do Sebrae que relacionam design e artesanato vemos que a intenção da agência quando propõe a prática do design nos projetos de fomento ao artesanato é que o mesmo seja ferramenta para a valorização do produto artesanal, com desafio de melhorar a produção e a vida dos artesãos, buscando respeitar as culturas dos mesmos.

Propõe atitude de interferência dos designers que atuam neste âmbito, esperando que os mesmos inovem e valorizem os produtos do artesanato conforme as vontades do mercado, melhorando a competitividade através das ações de design realizadas nestes projetos.

Para alcançar estes propósitos a agência conta com diversos agentes que dominam diferentes saberes e, através de seus expertises, atuam no fomento ao artesanato enquanto consultores buscando capacitar os atores envolvidos em pontos específicos direcionados às microempresas ou aos negócios de artesanato. Sendo assim, por não haver um direcionamento claro da agência da atuação dos designers quando estão em contato com os produtores do artesanato, o uso do design nesses projetos desenvolvidos pelo Sebrae termina por ser determinado por aqueles que o põem em prática. Sendo assim, cada um desses atores interfere nestes contextos a partir de seus próprios conhecimentos, buscando metodologias que, para eles, atendem às questões que ali estão postas.

Estes encontros estabelecidos entre designers e artesãos mais comumente são denominados como capacitação. As capacitações que são oferecidas pontualmente pelo Sebrae, ou por designers que atuam em parceria com a agência e ocorrem através de duas maneiras centrais:

A primeira, podemos entender como intervenção, onde o designer intervém na atividade do artesão escutando e desenhando junto com outros sujeitos que atuam nesses projetos, aceitando que os artesãos não são imunes a qualquer influência exterior (BORGES, 2011, p. 138), mas que estão em contínuo movimento e transformação de suas práticas, e que devem ser atuantes e autônomos dos próprios processos, sendo o designer a pessoa que auxilia nos processos produtivos dos mesmos.

A segunda, podemos retomar a ideia de Ingold sobre inovação - onde a criatividade segue a lógica do resultado (Ingold e Hallam, 2007). Nestes casos, as intervenções feitas pelos designers podem ser relacionadas a ideia de *foresight* (Ingold, 2012), onde o projeto é uma totalidade que já existe virtualmente, é algo que está em mente e é anterior à própria materialização (Idem). Neste caso, não corresponde às questões do mundo para a criação destes novos contextos.

Podemos relacionar a esta última - onde o designer antevê as necessidades daqueles que têm a vida entremeada a realização dos projetos, e por antever, muitas vezes não corresponde às necessidades, vontades e anseios que emergem do dado contexto, muitos destes projetos que seguem a lógica do uso do design com fim no produto - no desenvolvimento de novos produtos ou coleções a serem replicadas pelos artesãos. Normalmente estes ocupam um curto espaço de tempo e têm seus objetivos traçados a curto prazo.

Para além do tempo, podemos nos ater aos objetivos destes projetos, muitas vezes expressos pelo Sebrae em seus discursos no website, onde relaciona design à função de agregar valor ao produto e de trazer ao mesmo algum diferencial. Quando atrela o uso do design no desenvolvimento de projetos de fomento ao artesanato, propõe como objetivo a adequação dos produtos artesanais para a comercialização, melhorando a competitividade do produto no mercado.

Responderiam estes às necessidades reais dos sistemas complexos do artesanato? Sobre isso podemos suscitar as ideias de Maíra Fontenele Santana, designer coordenadora nacional da carteira de artesanato no Sebrae, quando a mesma traz para a discussão as ideias de Adélia Borges nas quais ela propõe que uma intervenção adequada pelo design deva ser feita com o intuito apenas de ajudar o artesão e ver e a aperfeiçoar o seu trabalho, respeitando sua essência (apud Fontenele, 2013:114). Para Maíra, “o *designer* não deve se revestir de o detentor do conhecimento, com o poder transformar a realidade, mas, apenas, como um agente com olhar externo, de preferência com uma equipe multidisciplinar, que irá aprender e apoiar no que for possível” (idem).

Partindo do pressuposto que grande parte dos projetos não atinjam de fato o objetivo de viabilizar autonomia e independência daqueles aos quais os projetos se destinam, estaríamos perseguindo os objetivos corretos para o fomento ao artesanato?

E se mudássemos as perguntas e percorrecessemos, também, outros objetivos? Conseguiríamos alcançar a autonomia produtiva, econômica e social nestas comunidades?

Para esta reflexão sugiro que nos debrucemos sobre a proposição do professor italiano Paolo Gurisatti que ao falar sobre o desenvolvimento local sugere que os investimentos locais deveriam priorizar os fatores criativos e a integração cultural mais do que em infraestrutura e ativos financeiros (GURISATTI, 2006), “Sem dúvida é muito mais fácil mudar as atitudes do que um sistema de mercado como um todo, é preciso elaborar uma nova forma de participação e gestão” (GURISATTI, 2006:167).

Para gerar mudança de atitudes e reelaborar novas formas de participação, entendendo que o contexto do artesanato é multidimensional e complexo, podemos ver que a “mobilização democrática e produtiva dos territórios é uma via de transformação social” (MARCIO, 2006:217), talvez deva-se mudar a perspectiva pela qual se percebe design.

Como vimos ao longo deste artigo, são muitas as formas de dar sentido ao termo design e são ainda mais numerosos os caminhos para o pôr em prática. Porém ainda constata-se que existem muitas outras maneiras de perceber design, principalmente quando se propõe a articulação entre design e artesanato levada a cabo pelo encontro entre designers e artesãos.

Espera-se que esta pesquisa, ao levantar as questões que emergem dos contornos de sentido do termo design e das análises realizadas através dos discursos sobre as práticas do design no fomento ao artesanato, possa colocar o campo do design em movimento propondo a reflexão sobre as práticas a disciplina nesses contextos e abrindo espaço para as novas perspectivas do design.

Referências

ANASTASSAKIS, Zoy. 2011. **Triunfos e impasses: Lina Bo Bardi, Aloisio Magalhães e a**

institucionalização do design no Brasil. Doctorate Thesis. PPGAS/ MN. UFRJ. Rio de Janeiro.

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

FARIA, Luiz de Castro. "**Oliveira Vianna: de Saquarema à Alameda São Boaventura, 41–Niterói: o autor.**" (2002).

_____, Michel. "**As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas.**" As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas. Martins Fontes, 2010.

_____, Michel. **Ordem do discurso (A).** Vol. 1. Edições Loyola, 1996.

Silva, Gerardo, and Giuseppe Cocco. **Territórios produtivos: oportunidades e desafios para o desenvolvimento local.** DP & A Editora, 2006.

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.

SANTANA, M. F. **Design e artesanato: fragilidades de uma aproximação.** Cadernos de gestão social v. 4 n. 1, p. 103-115. Jan/jun 2013.

SEBRAE. **Termo de referência ao artesanato de 2010.** 2010.

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/acoes-do-sebrae-incentivam-artesanato-brasileiro,d5787b008b103410VgnVCM100000b272010aRCRD>> acessado em agosto de 2016.

_____, **Sebrae apoia centros e núcleos de inovação e design.** 2014c.

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/sebrae-apoia-centros-e-nucleos-de-inovacao-e-design,ab71ebb38b5f2410VgnVCM100000b272010aRCRD>> acessado em agosto de 2016.

_____, **A importância do design para os negócios.** 2015.

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-importancia-do-design-para-os-negocios,5b3e32736a186410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> acessado em agosto de 2016.

SOUZA LEITE, João. **Uma outra perspectiva para se estudar design.** In Designe, s.n. . Rio de Janeiro: IAV/Univercidade, 2001.

SOUZA LEITE, João. **De costas para o Brasil: o ensino de um design internacionalista.** In: MELO, C. O design gráfico Brasileiro: anos 60. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

UNESCO. **Creative economy report.** 2013. <<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>> acessado em julho de 2016.