

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE ARTES E LETRAS
CURSO DE DESENHO INDUSTRIAL**

Henrique Gama Santos

**APROXIMAÇÕES E AFASTAMENTOS ENTRE O DESIGN E O
ARTESANATO: UM PROCESSO DE INTERAÇÃO PARA A CRIAÇÃO
DE PRODUTOS EM CERÂMICA**

Santa Maria, RS
2019

Henrique Gama Santos

**APROXIMAÇÕES E AFASTAMENTOS ENTRE O DESIGN E O
ARTESANATO: UM PROCESSO DE INTERAÇÃO PARA A CRIAÇÃO
DE PRODUTOS EM CERAMICA**

Trabalho de conclusão de Curso de Graduação em Desenho Industrial, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial da obtenção do título de Bacharel.

Orientadora: Prof^a Ana Lúcia Oderich

Santa Maria, RS

2019

Henrique Gama Santos

**APROXIMAÇÕES E AFASTAMENTOS ENTRE O DESIGN E O
ARTESANATO: UM PROCESSO DE INTERAÇÃO PARA A CRIAÇÃO
DE PRODUTOS EM CERAMICA**

Dissertação apresentada ao Curso de Graduação em Desenho Industrial, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito para a obtenção de título de **Graduado em Desenho Industrial**.

Aprovado em 12 de julho de 2019:

Ana Lúcia Oderich, Prof^a (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Marcos Brod Junior, Dr. (UFSM)

Sérgio Brondani, Dr. (UFSM)

Santa Maria, RS
2019

RESUMO

APROXIMAÇÕES E AFASTAMENTOS ENTRE O DESIGN E O ARTESANATO: UM PROCESSO DE INTERAÇÃO PARA A CRIAÇÃO DE PRODUTOS EM CERAMICA

AUTOR: Henrique Gama Santos

ORIENTADORA: Ana Lúcia Oderich

Esta pesquisa foi desenvolvida no âmbito do Curso de Desenho Industrial da Universidade Federal de Santa Maria, como etapa parcial para obtenção do título de Graduado em Desenho Industrial. Nossas intenções de pesquisa se organizaram com base na busca de respostas para o seguinte problema: Que aproximações e afastamentos podem ser evidenciados entre o processo criativo das profissões do Design e do Artesão, com base na metodologia projetual para a criação de cerâmicas? Este problema implicou no objetivo de relacionar aspectos relevantes do processo criativo entre as profissões, desenvolvidos no campo profissional. Para organizarmos a metodologia, desdobramos este objetivo em três objetivos específicos, são eles: (1) identificar algumas características do processo de criação do design; (2) identificar algumas características do processo de criação do artesão; (3) compreender de que forma o processo de criação do artesão pode trazer contribuições para o designer quanto ao processo de criação e desenvolvimento de produtos em cerâmica. A pesquisa se sustentou com base na abordagem qualitativa, cujas fontes de informações foram dois artesões, bem como teorizações acerca da formação e características da profissão do design. Para a coleta realizamos entrevistas, cujas informações foram transcritas e analisadas. Isso pode servir de parâmetros para análises acerca da formação do profissional do design quando observamos que ainda possuem lacunas entre o campo teórico e dos estudos dos conceitos com o campo da prática profissional.

Palavras-chave: Design, processo criativo, metodologia projetual, artesão.

ABSTRACT

APPROXIMATIONS AND DEVIATIONS BETWEEN DESIGN AND HANDCRAFT: AN INTERACTION PROCESS FOR THE CREATION OF CERAMIC PRODUCTS

AUTHOR: Henrique Gama Santos

ADVISOR: Ana Lúcia Oderich

This research was developed in the Industrial Design Course of the Federal University of Santa Maria, as partial step to obtain the title of Graduate in Industrial Design. Our research intentions were organized based on the search for answers to the following problem: What approximations and deviations can be evidenced between the creative process of the Design and Crafts professions, based on the design methodology for the creation of ceramics? This problem involved the objective of relating relevant aspects of the creative process between the professions of Designer and Craftsman developed in the professional field. To organize the methodology, we deploy this goal in three specific objectives: (1) identify some characteristics of the design creation process; (2) identify some characteristics of the craftsman's creation process; (3) try to understand how the process of creation of the artisan may bring contributions to the designer regarding the process of creation and development of ceramic products. The research was based on the qualitative approach, which sources of information were craftsmen, as well as theorizations about the formation and characteristics of the design profession. For the collection data we conducted interviews, which information was transcribed and analyzed. This may serve as a parameter for analysis about the design professional qualification when we observe that there are still gaps between the theoretical field and the studies of the concepts with the field of professional practice.

Keywords: Design, creative process, project methodology, craftsman

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Organização da Metodologia de Bernard Löbach	61
Quadro 2 - Relação metodologia projetual e processo criativo	65
Quadro 3 - Tendo como base a análise de um produto específico, Vaso de plantas, foi criada uma tabela	69

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fachada da Escola Bauhaus em Dessau, Alemanha.	16
Figura 2 – Primeiras cerâmicas produzidas em larga escala	20
Figura 3 - Níveis de Processamento da Informação	23
Figura 4 – Ciclos do Desenho Industrial - metodologia aplicada ao ensino de desenho industrial da UFSM	26
Figura 5 - Campos de atuação da profissão áreas do Desenho Industrial	28
Figura 6 – Moringa para uso específico para armazenamento de água	39
Figura 7 – Cerâmica elaboradas para uso estético	40
Figura 8 – Cerâmica elaborada com função simbólica	41
Figura 9 – Representação da Metodologia de Gui Bonsiepe	56
Figura 10 – Representação da Metodologia de Bruno Munari	60
Figura 11 – Representação da Metodologia de Bernd Löbach	62
Figura 12 – Protótipos das peças realizadas para o projeto Mão Gaúcha	74
Figura 13 – Vasos que o Artesão A produz	77
Figura 14 : Peças comercializadas pelo artesão A	81
Figura 15; Produtos comercializados pelo Artesão B	83
Figura 16: Teste projeto realizado em parceria com os estudantes do curso de Desenho Industrial da UFSM	84
Figura 17: Peças em produção pelo artesão A	84
Figura 18: Fornos elétricos utilizados pelo Artesão A	85
Figura 19 Local de trabalho e forno à lenha utilizada pelo artesão B	85

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas

FUNARTE – Fundação Nacional de Artes

UFSM – Universidade Federal de Santa Maria

PPC – Projeto Pedagógico do Curso

ONGS - Organizações não-governamentais

OSCIPs - Organizações da sociedade civil de interesse público

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO	10
PROBLEMA DA PESQUISA	16
OBJETIVO GERAL	16
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
JUSTIFICATIVA	17
CAPÍTULO 2: O DESIGN	18
2.1. O processo histórico de constituição da profissão	19
2.2. Situação da profissão na atualidade	21
2.3. O ensino de desenho industrial pelos olhos do curso	24
CAPÍTULO 3 - O ARTESANATO	29
3.1. Artesão do novo século	30
3.2. Entendendo o consumo do artesanato na sociedade atual	32
3.3. Influência do design no artesanato	35
CAPÍTULO 4 - PROCESSO CRIATIVO E METODOLOGIA PROJETUAL: POSSÍVEIS RELAÇÕES	42
4.1. Processo Criativo: Geprge Frederick Kneller 1978	46
4.2. Processo Criativo: Fayga Ostrower 1987	48
4.3. METODOLOGIAS DE PROJETO APLICADAS NO ENSINO DO DESIGN	49
4.3.1. Metodologia de Gui Bonsiepe	50
4.3.1.1. Problematização	50
4.3.1.2. Análise	51
4.3.1.3. Definição do problema	52
4.3.1.4. Técnicas para geração de alternativas	52
4.3.1.5. Avaliação, decisão, escolha	53
4.3.1.6. Realização	53
4.3.1.7. Análise final da solução	53
4.3.2. Metodologia de Bruno Munari	54

4.3.2.1. Definição do Problema (DP)	54
4.3.2.2. Componentes do Problema (CP)	55
4.3.2.3. Coleta de Dados (CD)	55
4.3.2.4. Análise de Dados (AD)	55
4.3.2.5. Criatividade (C)	55
4.3.2.6. Materiais e Tecnologias (MT)	56
4.3.2.7. Experimentação (E)	56
4.3.2.8. Modelo (M)	57
4.3.2.9. Verificação (V)	58
4.3.2.10. Desenho Final	58
4.3.3. Metodologia de Bernd Löbach	59
4.3.4. Metodologia de Baxter	61
4.3.4.1. Planejamento do produto	61
4.3.4.2. Projeto conceitual	61
4.3.4.3. Projeto de configuração	61
4.3.4.4. Projeto detalhado	62
4.3.4.5. Projeto para fabricação	62
CAPÍTULO 5 - METODOLOGIA DA PESQUISA	64
5.1. Coleta de Informações	66
CAPÍTULO 6 RESULTADOS OBTIDOS	67
CAPÍTULO 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
CAPÍTULO 8. Referências	85
APÊNCIE	90

INTRODUÇÃO

Em um primeiro momento de trago a fala e o questionamento junto a uma abordagem histórica de como alguns autores trazem o surgimento do Design. Um texto limpo e com questionamentos palpáveis de entendimento, a partir de suas visões e percepções das situações colocadas durante a análise dos momentos em que são colocados o Design e o artesanato em análise comparativa sobre suas crenças e intenções.

Tal questionamento que busco dar enfoque em uma das três teorias colocadas pelos autores para uma análise mais profunda e concisa sobre o posicionamento e interação do Design juntamente com o artesão no processo criativo.

Para vários autores, como Burdek (2006) e Pinheiro (2008) existem controvérsias sobre a origem histórica do Design. Pois, consideram o Design como herdeiro de toda uma tradição que vem desde a pré-história, desde que o homem criou as primeiras peças que auxiliaram sua relação com o mundo. Esta visão faz sentido se, a par da origem histórica, analisarmos o termo Design do ponto de vista etimológico, que seria o estudo gramatical da origem e história da palavra.

Ao entender a palavra Design nos baseamos em Flusser (apud PINHEIRO, 2008, p. 1674) que ressalta a origem latina do termo. Para ele, Design significa “marcar, indicar, ou, simplesmente, designar”, pois é preciso reconhecer o radical do Design, ou seja o *sign*, o qual deriva do radical *signum*, de origem latina que no alemão passou a se designar *Zeichen*, que por sua vez significa signo e/ou desenho. Para este autor, o significado teria relações significativas “com o esquema maligno, fraude, plano, conspiração uma vez que o objetivo de todo Design é acrescentar valores ao material, valores estes próprios da cultura, em oposição à natureza.”

Neste conceito – designar, vinculado ao termo Design- podemos esboçar o conceito modernista de projeto. Deste modo, poder-se-ia dizer que um artesão designa uma forma que considera ideal para seu produto, da mesma forma que um designer o faz em seu projeto.

Essa curiosa relação é o fato da palavra latina *signāre* ter se transformado, na língua portuguesa, em “ensinar”, cujo significado original incluía: colocar dentro,

gravar no espírito. Há evidente contraste com a educação (*educare*), cujo sentido original é retirar para fora criar, nutrir, conduzir, levar. (PINHEIRO, 2008, p. 1674)

Ainda nos sentidos etimológicos, o designar seria aquele que acrescenta forma a matéria amorfa, que para o artesão grego, era madeira. Matéria essa que deveria passar pela mão do artesão e se transformar. Essa transformação da matéria original em outra transformaria artesãos e artistas em charlatões, na medida em que mudam a ideia original. Assim, “a madeira deixa de ser madeira e passa a ser um objeto distanciado da natureza, desfigurada de sua origem”, o que “justifica a comparação com charlatões, na medida em que “engana” as pessoas” (PINHEIRO, 2008).

Outro ponto de vista é a de que o Design deriva de certo tipo de artesanato feito às vésperas da Revolução Industrial. Esta concepção apoia-se no fato de existir um projeto a priori e divisão dos trabalhos incipientes, ou seja, apenas o modo de produção diferenciaria este tipo de produto artesanal do industrial, que veio logo em seguida (DENIS, 2000; DE FUSCO, 2005).

Baseando-se nessa linha de pensamento, a base do Design estaria na metodologia projetual criativa, enquanto do ponto de vista anterior, estaria em um procedimento de bricolagem que tem como origem do francês “*bricolage*”. Tal termo, segundo Caldeira (2016) é a execução de trabalhos pequenos, sem recorrer aos serviços de um profissional da área. Para um melhor entendimento, o ponto de vista de Houaiss (2001) denomina bricolagem como o “conjunto de trabalhos manuais feitos em casa, na escola etc., como distração ou por economia”. Onde o artesanato e vários outros serviços de remodelação ou decoração feitos são considerados parte.

Ao voltarmos à análise pela metodologia projetual onde a palavra projeto carrega um significado estritamente moderno. Projeto, neste viés, vem do latim *projectus* que significa “ação de lançar à frente” e, portanto, pressupõe que o que se projeta deva ser inovador a frente do seu tempo.

Na terceira linha de pensamento Pinheiro e Eguchi (2008) trazem uma linha de pensamento mais aceita, na qual se coloca o Design como um produto tipicamente industrial e, portanto, não pode existir antes da Revolução Industrial, datada aproximadamente entre os anos 1760-1830. A partir desse ponto de vista faria muito sentido o nome que o curso possui em algumas universidades assim como na

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Desenho Industrial, já que se ensina um desenho direcionado para a produção industrial em maior ou menor escala. Assim como é citado no Projeto Pedagógico do Curso de 2015, “a produção industrial seriada é fundamentalmente considerada através da atividade projetual, pela qual se desenvolve tecnologia e se atende a um número maior de usuários” (PPC DI UFSM, 2015, p.35).

Neste contexto, os autores Pinheiro e Eguchi (2008) levantaram alguns questionamentos sobre as possíveis formas de nascimento do Design. Em um primeiro momento, os autores trazem a dúvida sobre o conhecimento e aptidões que um designer possui, e se eles realmente são tão diferentes a ponto de se justificar uma oposição operativa entre Design e artesanato.

Esta primeira ideia leva a necessidade de problematizarmos com mais profundidade o domínio da atividade do profissional “designer”.

Com base nessa primeira ideia colocada pelos autores, podemos considerar que o designer é o profissional responsável por realizar um projeto pensado e esclarecido, tanto do ponto de vista da inovação, criatividade, e da percepção e exploração dos materiais, quanto do domínio do modo de produção industrial levando ao protótipo bem-sucedido destinado à produção em série. A reflexão sobre os conhecimentos técnicos relativos à produção em série e ao funcionamento do maquinário industrial fazem do designer, em contraposto ao artesão, um profissional ímpar, multi e interdisciplinar, muitas vezes obrigado a atuar em grupo, nas interfaces entre arte, ciência, técnica e tecnologia.

Por outro lado, poderia caber sobre o questionamento dos autores se uma forma de visualização do designer como o “artesão” da indústria. Para Forty (2011) “Wedgwood utilizou de antiguidades e fez que seus artesãos produzissem cópias exatas, ou então reinterpretassem os originais clássicos”.

Se olharmos pelo viés de que o Design é o responsável por incrustar valores nos objetos, sobretudo valores estéticos e culturais, que representem o espírito de suas épocas ou qualquer outro tipo de aspiração de seu tempo, de modo que se adequasse à indústria como um profissional destinado a cuidar da parte técnica produtiva, então a diferença entre o designer e o artesão reduziria drasticamente. Assim como cita Forty (2010):

“O Design podia ser preparado por um artesão que trabalhava o resto do seu tempo em outra função na fábrica ou projetado por um artista ou designer profissional morando numa cidade distante e enfronhado nas últimas modas e ideias, mas a natureza do trabalho era a mesma e devia suas origens à mesma causa. Embora o designer profissional pudesse ser capaz de conceber um produto muito mais elegante e vendável, o fato de que havia trabalho para ele não era consequência de seu gênio inventivo, mas da divisão do trabalho da fábrica.” (FORTY, 2011, p. 53)

A diferença importante entre eles seria a de repertório, não muito maior que a diferença de repertório entre um artesão do nordeste brasileiro de um artesão do norte da Rússia. Neste caso, poderíamos pensar uma vez o Design estando preparado para uma cultura global e globalizante já estaria apto para realizar uma produção local.

Estas duas concepções poderiam desdobrar-se em uma terceira, a qual se encaixaria entre a primeira e a segunda. Poderíamos assim entrever um caminho do meio, no qual se apresenta a pedagogia do Design, desenvolvida nas universidades, a responsável por esse perfil de designer globalizado que talvez tivesse como a resposta assente na formação do designer, ora calcada numa visão universal de cultura globalizada, ora apoiada nos valores universais impregnando os regionais, de modo que o universo como um todo estivesse em uma aldeia.

Paralelamente ao domínio de atividades do designer, parece relevante estabelecer os limites temporais das suas atividades, saber em que período histórico poderíamos situar a origem do Design e como ele é colocado historicamente. A primeira versão citada no início do texto, sobre a origem do Design remetida à pré-história, parece-nos fazer sentido, apesar de pouco difundida. O artesanato, neste sentido, poderia ser visto também como projeto, vinculado às necessidades históricas do seu tempo. Evidenciando que é possível dizer que o conceito de projeto também tem sua historicidade. Ou seja, haveria, pelo menos, um conceito de projeto vinculado à técnica ancestral e outro a tecnologia contemporânea.

É sabido que no início da industrialização eram artesões e artistas que realizavam os “desenhos industriais”, herdeiros do secular “desenho ornamental”. Assim como forma de enfatizar as ideias anteriores, o próprio manifesto da Bauhaus é muito próximo de um discurso de uma guilda de artesões, como afirma Gropius (2008):

Arquitetos, escultores, pintores, todos devemos retornar ao artesanato, pois não existe “arte por profissão”. Não há nenhuma diferença essencial entre artista e artesão, o artista é uma elevação do artesão, a graça divina, em raros momentos de luz que estão além de sua vontade, faz florescer inconscientemente obras de arte, entretanto, a base do “saber fazer” é indispensável para todo artista. Aí se encontra a fonte de criação artística. (GROPIUS, 2008)

A Bauhaus pretendia, neste sentido, revolucionar a arte ao formar artistas-artesãos, no período de 1919 a 1933, num primeiro momento, sob a influência preponderante de *Itten* e *Gropius* (fase de sua fundação em Weimar). Após receber críticas abertas de *Theo van Doesburg* no famoso periódico dos neoplasticistas holandeses *De Stijl* e, paralelamente, sob influência do construtivismo russo, por meio das palestras de *El Lissitski*, houve uma mudança no currículo visando à formação de engenheiros-técnicos construtivistas (segunda fase em Dessau). Com preocupações socialistas sob a direção de Hannes Meyer, estes construtivismos funcionalistas exacerbam-se sob a direção de Mies van der Rohe nos últimos anos da Bauhaus de Dessau e na Bauhaus dos custos de produção (DE FUSCO, 2005; DROSTE, 2006).

Figura 1 – Fachada da Escola Bauhaus em Dessau, Alemanha.



Fonte – (GQBRASIL/GLOBO.COM, 2019)

O objeto do Design bauhausiano, cuja justificativa cultural se apoiava em princípios funcionalistas e nos movimentos de vanguarda construtiva, era, por sua vez, um *feedback* de apoio a estes mesmos movimentos, os quais pretendiam uma nova estética de visão de mundo em maior sintonia com a cultura industrial do que com a anterior cultura agrícola milenar. No entanto, se representava muito bem o espírito da época, seus objetos eram mais lineares e frios, como diríamos hoje sob uma ótica pós-moderna.

Posteriormente, na escola de Ulm, foi rejeitada a influência construtivista. Salvo o Design gráfico, que se apoiará na arte concreta, o Design de produto negará, em princípio, qualquer forma que não seja exclusivamente de cunho funcional. Fato que leva, em algum momento, entre a Bauhaus e a escola de Ulm, o termo Design sofrer uma deturpação de sentido, passando a ser normalmente sinônimo do Design moderno. (DE FUSCO, 2005; GUIDOT, 2004).

Ora, o principal motivo da arte construtivista era representar a sua época porque a indústria transmitia a mesma ordem racionalista e idealista a toda sociedade. Hoje, com

a descoberta de novos materiais e meios de produção, não há mais a necessidade de um racionalismo exacerbado ao se projetar a forma do produto. O próprio pensamento racionalista, fruto do iluminismo, que foi levado à sociedade, impregnando a mente, pelo menos, das pessoas mais esclarecidas, o qual durante os dois últimos séculos parece estar perdendo sua força. “As pessoas, no contexto cultural pós-moderno, buscam refúgio na espiritualidade, na identidade e na diferenciação, enquanto poucos anos atrás buscavam apoio na ciência, na igualdade e no nivelamento” (PINHEIRO, 2007).

Apesar dos autores ressaltarem que estamos, ou em parte nos transacionando para o pós-modernismo, acredito que não chegamos totalmente lá.

Por analogia, pensamos que estaria a formação do acadêmico de Design presa aos princípios modernistas, em parte originados anteriormente, mas reelaborados e sublimados pela Bauhaus e pela Escola de Ulm, como um modelo pedagógico difundido para o mundo inteiro. Assim, reconhecemos que a historiografia do Design modernista é, em suma, uma história que veio a se sedimentar em cima da perpetuação e valorização da profissão.

Diante desses pressupostos teóricos e dos questionamentos deles resultantes, apresentamos, a seguir, o problema central e o objetivo desta pesquisa, bem como os objetivos específicos.

PROBLEMA DA PESQUISA

Que aproximações e afastamentos podem ser evidenciados entre o processo criativo das profissões do Design e do Artesão, com base na metodologia projetual para a criação de cerâmicas?

OBJETIVO GERAL

O presente trabalho tem como objetivo relacionar aspectos relevantes do processo criativo entre as profissões de Designer e de Artesão desenvolvidos no campo profissional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar algumas características do processo de criação do Design
2. Identificar algumas características do processo de criação do artesanato
3. Buscar compreender de que forma o processo de criação do artesanato pode trazer contribuições para o designer quanto ao processo de criação e desenvolvimento de produtos em cerâmica.

JUSTIFICATIVA

A relevância e o conceito que vem se consagrando do designer hoje em dia, data de uma historiologia muito antiga que consagrou a profissão como própria e única. Entender que o Design busca se consolidar em conceitos mais ornamentados na criação e elaboração de produtos, sejam eles funcionais ou não, mostra esse apego pelo artesanal, porém consagrado de conceito e conhecimento científico. Relacionando as duas profissões e analisando a sociedade atual, quais seriam suas aproximações e afastamentos?

Com o crescimento da tendência de manufatura *Craft* que tem como principal característica a criação com as próprias mãos, os caminhos do Design e do artesanato se tornam muito parecidos no âmbito de produção autônoma e individualizada, cada vez mais, próximos no processo de trabalho.

Diante de aproximações históricas sobre essas duas profissões, emerge a necessidade de pensar o quanto um tem implicado ou pode implicar nos processos profissionais criativos um do outro. Para tanto, propomos uma pesquisa que busque como principal contribuição elementos produzidos a partir da comparação entre as sinalizações teóricas acerca do processo criativo desenvolvido na prática do designer e os processos criativos desenvolvidos no campo de atuação do artesanato.

CAPÍTULO 1. O DESIGN

1.1. O PROCESSO HISTÓRICO DE CONSTITUIÇÃO DA PROFISSÃO

Ao pensarmos em definir quaisquer que sejam as situações a partir da historicidade, sempre buscamos momentos específicos no tempo para nos basearmos de acordo com a temporalidade dos acontecimentos, visto que a busca por entendimento e perpetuação da produção seriada juntamente na forma de produzir e comercializar produtos e com a crescente melhoria na tecnologia no decorrer dos anos Forty (2011) ressalta que

“[...] o Design nasceu em um determinado estágio da história do capitalismo que desempenhou papel vital na criação da riqueza industrial. Limita-lo a uma atividade puramente artística fez com que se parecesse fútil e relegou-o à condição de mero apêndice cultural.” (FORTY, 2010, p.11)

Com essa explosão social acontecendo se consolidou a área de conhecimento dos objetos materiais, o Desenho Industrial/ Design. Desta forma Forty (2010) traz duas formas de representação do Desenho Industrial/ Design bem específicas, uma quando:

Na linguagem cotidiana, ela tem dois significados comuns quando aplicada a artefatos. Em um sentido, refere-se à aparência das coisas: dizer “eu gosto do design” envolve usualmente noções de beleza, e tais julgamentos são feitos, em geral, com base nisso. (FORTY, 2010, p. 12)

Em outra, quando o mesmo termo Design se refere à preparação de instruções para a produção de bens manufaturados, e este é o sentido utilizado quando, por exemplo, alguém diz estou trabalhando no Design de um carro” (FORTY, 2010, p. 12).

Para entendermos um pouco sobre a história do Design precisamos considerar os contextos históricos, culturais, sociais, tecnológicos e científicos de cada período e, de maneira especial, a relação do Design com os movimentos artísticos que formam o marco da referência estética.

Na área da cerâmica, em especial, Forty (2011) relaciona o surgimento dos primeiros designers industriais através do trecho:

Embora a cerâmica houvesse sido outrora uma indústria artesanal, no sentido de que um único indivíduo era responsável por todos os estágios da produção de um artigo, essa forma de produção já deixara de existir em Staffordshire antes do começo do século XVIII. A partir da década de 1730, se não antes, os ceramistas se haviam especializado em uma das etapas do negócio, tais como modelar ou tornear, ou fazer o vidrado e o acabamento. Uma olaria típica da metade do século XVIII compunha-se de várias oficinas, cada uma com empregados dedicados a uma tarefa específica. (FORTY, 2011, p.48)

O que acaba por fazer desse processo de produção em etapas um dos grandes marcos da profissão do Design, visto que dividindo o processo de produção em mais estágios tinha a vantagem de que, para algumas tarefas, ele poderia utilizar mão-de-obra menos especializada, até porque o funcionário destinado a uma única etapa do processo de produção, não teria que ter o conhecimento sobre o produto como um todo e sim apenas buscar o aperfeiçoamento na área de atuação que lhe foi colocado.

Figura 2 – Primeiras cerâmicas produzidas em larga escala



Acima: Bule de café em Queensware de Wedgwood, com esmalte aplicado com decalque, final da década de 1760. Essa técnica de esmaltagem oferecia um modo rápido e confiável de decorar cerâmicas.

Centro: Bule de chá vidrado a sal, com decoração esmaltada à mão, Staffordshire, c. 1755. A esmaltagem era uma técnica aceita para decorar bules, mas era um modo trabalhoso e pouco confiável de produzir qualquer decoração que não fosse muito simples.

Abaixo: Prato vidrado com casco de tartaruga de Whieldon, c. 1760. Eram imprevisíveis as variações nos vidrados verde e de casco de tartaruga durante a queima e a execução, e isso era incompatível com um negócio baseado em encomendas por amostras e catálogos.

47

Material com direitos autorais

Fonte (FORTY, 2011, p.47)

Quando houve essa divisão de diferentes processos realizados pelos trabalhadores, foi necessário adicionar mais um estágio, o da preparação de instruções para vários operários.

Esse estágio ao qual Forty (2011) se refere, seria o de Design. O trabalho de projetar, ou modelar, como era conhecido na cerâmica, tornou-se um estágio distinto e separado na produção de artigos de barro, embora provavelmente feito por um artesão ou pelo mestre oleiro, que trabalhava a mesma fábrica.

Tendo em vista de como se dava a criação na fábrica o Design podia ser preparado, tanto pelo artesão que trabalhava o resto do seu tempo em outra função na fábrica, quanto por um artista ou designer profissional morando numa cidade distante eram considerados capazes de elaborar o produto, instruído nas últimas modas e ideias, mas com a mesma natureza do trabalho. Isso se justifica porque apesar do propósito do designer profissional ser capaz de conceber um produto muito mais elegante e vendável, não se baseava no fato de que havia trabalho para ele, e que não era consequência de seu gênio inventivo, mas da divisão do trabalho da fábrica.

Com a entrada do maquinário na fábrica e dos processos de produção separados se distingui um novo profissional no meio industrial que assegura a produção de manufatura, que para Forty (2011):

Uma vez tendo um Design preparado para seus produtos era natural que o fabricante quisesse reproduzi-lo com maior exatidão possível. O designer podia fazer muito para assegurar que seu trabalho fosse um tipo que os artesãos, com as habilidades e ferramentas de que dispunham, seriam capazes de reproduzir com precisão e uniformidade. Em quase todas as indústrias, uma das primeiras condições que o desenho precisava cumprir era a de dar resultados homogêneos em sua execução, pois um produto que apresentasse variações eventuais seria julgado falho, com razão. Por tanto, quase todos os desenhos tinham características comuns a fim de usar os meios disponíveis de produção – máquinas ou mãos de artífices – de tal modo que o acaso e a variação fossem eliminados.” (FORTY 2011, p.54)

Vejamos que o surgimento das máquinas não foi o que provocou as mudanças no Design, mas o uso de circunstâncias econômicas e sociais específicas. Mesmo quando a tecnologia era mais complexa, a maquinaria jamais determinou sozinha a aparência dos produtos. Atribuir mudanças no Design apenas à tecnologia é não compreender a

natureza tanto das máquinas como do Design nas sociedades industriais. Diante disso, Forty (2011) ressalta:

A grande vantagem das máquinas era seu potencial de fabricar um único design sem-fim; o Design bem-sucedido tornou-se uma prioridade muito mais valiosa, pois era o que habilitava a capacidade da máquina de dar lucro. (FORTY, 2011, p.82)

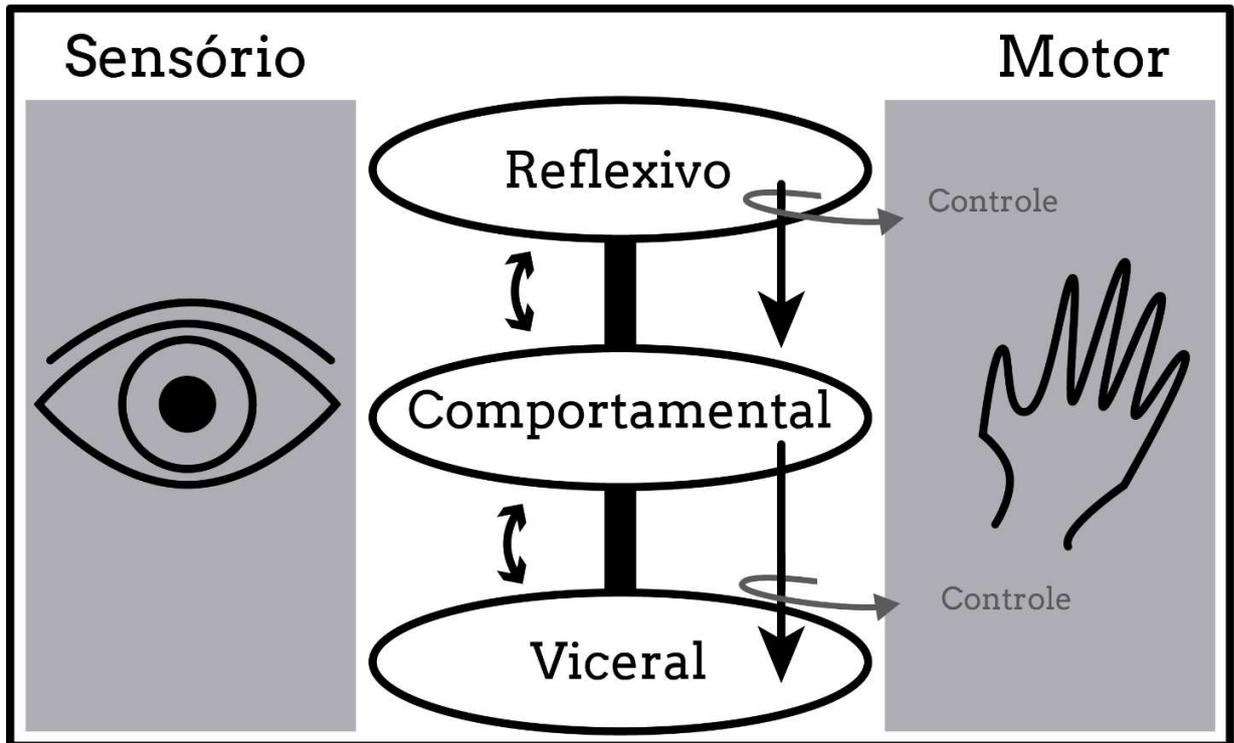
Analisado os fatores que contribuíram para o desenvolvimento histórico do Design no mundo e acompanhando as mudanças nos processos do artesanato, métodos artesanais ainda em uso na maioria das indústrias do século XIX se prestassem à produção de muitos Designs diferentes apesar de que a padronização teria sido fácil, é evidente que o faziam porque eles e seus clientes queriam ter o poder de escolha por uma diversidade de razões inclusive distinções de gênero ou status sociais. De forma geral e histórica o Design teve sua consolidação em meio ao sistema capitalista, porém suas vertentes puderam se consolidar e transformar uma profissão que hoje não se baseia apenas em bens estéticos e superficiais. Forty (2011) reforça esse pensamento através do trecho:

ao contrário, pretendeu mostrar os modos pelos quais o Design transforma ideias sobre o mundo e relações sociais na forma dos objetos. Somente com a investigação desse processo e com a mudança de nosso foco para longe da figura do designer é que poderemos compreender adequadamente o que é Design e apreciar quão importante ele tem sido para representar ideias e as crenças por meio das quais assimilamos os fatos materiais do cotidiano e nos ajustamos a eles. (FORTY, 2011, p.84)

1.2. Situação da profissão na atualidade

Segundo Norman (2004), os seres humanos são os mais complexos de todos os animais. Os estudos, realizados em conjunto com Andrew Ortony e William Revelle, com professores do Departamento de Psicologia da Northwestern University (Estados Unidos da América), sugerem que as emoções estão relacionadas a três níveis de processamento cerebral, conforme a figura 3.

Figura 3 - Níveis de Processamento da Informação



Fonte (NORMAM, 2004, p.22)

Nível Visceral/ Design para aparência: Para Norman (2004) o Design visceral lida com o natural. É o que a natureza faz, e o que o ser humano recebe em forma de sinais emocionais e os interpretam automaticamente no nível visceral. Embora esse nível seja correspondente à parte mais primitiva do cérebro humano, é sensível a uma variedade de condições.

Norman (2004) também fala que seguindo o design visceral para produtos simples, é provável que eles sejam bem recebidos pelo usuário, de forma relativamente independente da cultura. Geralmente basta colocar as pessoas frente ao produto e aguardar pelas reações de aproximação ou rejeição em relação a ele trabalhar. Com o Design visceral é compreender as respostas emocionais automáticas. Forma, sensações e texturas são importantes. (Normam, 2004)

Nível Comportamental/ Design para Facilidade de uso: Normam (2004) define o Design comportamental como total direcionado ao uso em si. A aparência e racionalidade não são importantes; performance, sim. Os profissionais que têm foco em usabilidade

estão habituados a esse tipo de raciocínio. O bom Design comportamental considera, função facilidade de compreensão sobre o produto, usabilidade e a forma como ele é fisicamente sentido.

Embora fazer o produto possa parecer obvio, as necessidades das pessoas não são tão evidentes como podem parecer. A inovação, especialmente quando se fala em algo que ainda não existe, é um gargalo no Design comportamental (Norman 2004). Nesse ponto, a usabilidade é a palavra-chave. O Design comportamental, por outro lado, deveria ser concentrado nas pessoas, nos usuários, desde a concepção dos projetos.

Nível Reflexivo/ Design Reflexivo: O Design reflexivo é muito amplo, pois cobre mensagem, cultura e significados. Trabalha essencialmente como autoimagem e memória (Norman, 2004), motivo pelo qual a tarefa de projetar deve ter como base a compreensão que os usuários tem sobre todos os elementos relacionados ao artefato.

Norman (2004) coloca questões, como a compra carros caros, ou de uma marca famosa e reconhecida pelas pessoas como superior às demais, que acarreta segundo o autor a respostas com questões relacionadas a cultura; não tem nada de prático, biológico ou automáticos O que leva o nível visceral como uma análise entre as experiências do usuário com o produto.

Originalmente os métodos utilizados para a criação e para o desenvolvimento de projetos vieram solucionar e indicar os caminhos para as necessidades em Design, contudo, cada um dos métodos tem como base um conhecimento de origem por parte de seus autores.

A partir deste momento, serão analisados os diversos acontecimentos que levaram a necessidade da criação de um curso que viesse a ensinar o Design ou o Desenho Industrial em escolas de Ensino superior no Brasil.

Seguindo essa perspectiva, é necessário verificar os métodos consolidados no contexto histórico, dentre eles está o método proposto pela Bauhaus (1919-1933), oriundo da Associação Alemã de Artes e Ofícios (*Deutscher Werkbund*), criada em 1907, em Munique por arquitetos designer e empresários (BÜRDEK, 2006, p.38.) e posteriormente, na Alemanha pós-guerra, foram instituídas a *Hochschule fur Gestaltung (Escola Superior da Forma)*, na cidade de Ulm, funcionando até 1968 (BURDEK, 2006, p.38).

Segundo Mello (2009) a escola possuía uma filosofia de desenvolver produtos com valor acessível para a população, com projetos com valor agregado em relação a forma, sem necessidade da valorização na comercialização. O que desta forma, com a produção em série, o valor da produção destes produtos seria reduzido, permitindo-se assim que uma parcela maior da população tivesse acesso aos bens de consumo.

Nesta mesma época, Mello (2009) ressalta que o Brasil recebia a influência desta filosofia no desenvolvimento de projetos com consolidação da cultura industrial. No final da década de 50, tentou-se a implantação disso no estado de São Paulo, com a criação da Escola Técnica de Criação, onde passou a ser ensinado o Design no museu de Arte Moderna em São Paulo.

Em meados de 1963, é criada no Rio de Janeiro a Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI que passou a ser considerada a primeira instituição educacional a oferecer o ensino de Design em nível superior.

1.3. O ensino de Desenho Industrial pelos olhos do curso

Posteriormente a isso, buscando trazer um pouco da historicidade do Curso de Desenho Industrial da UFSM, após a criação da primeira ESDI, se deu início em 1979, a habilitação de artes gráficas se tornou um curso independente, denominado Curso de Comunicação Visual, onde, no ano seguinte (1980) ocorreu o primeiro vestibular para o curso de Comunicação Visual.

A segunda modificação curricular significativa do curso, foi em 1988, quando o curso passou a ser denominado Desenho Industrial, com habilitação em Programação Visual.

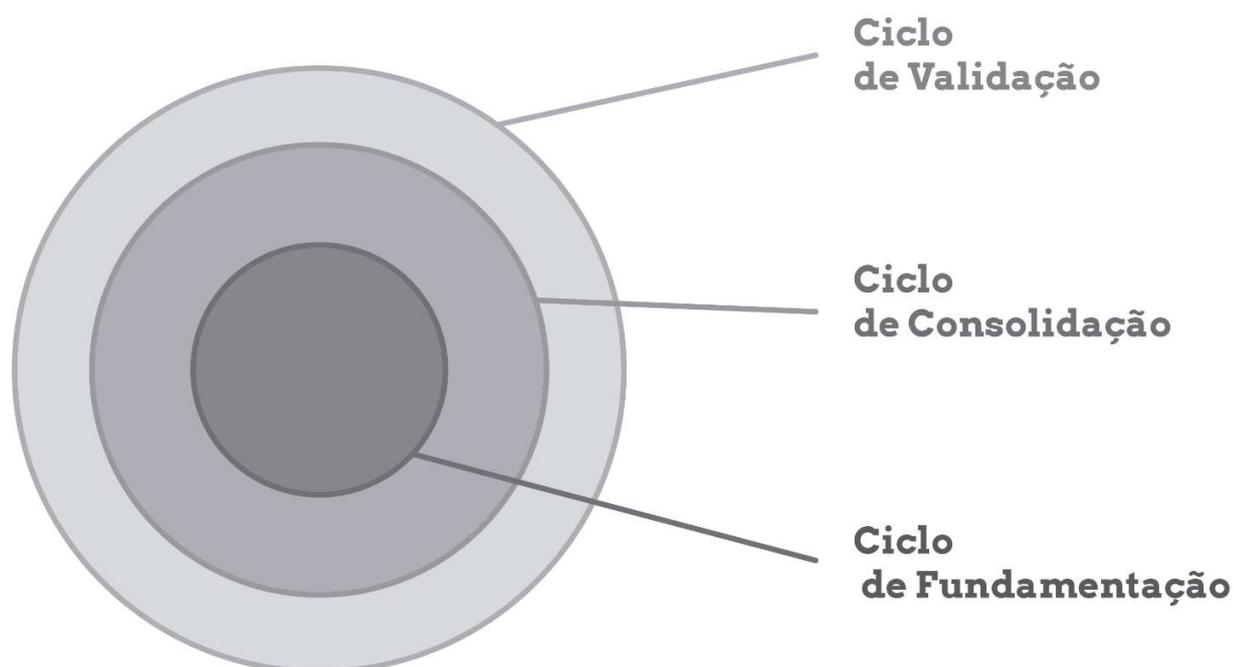
Foi quando em 2005, o curso passou a contar com uma nova habilitação, a de Projeto de Produto, trazendo um curso que possibilitava o estudante de escolher sua área de atuação profissional.

E em 2015, com sua última reformulação, até o momento, onde se implanta o seu novo Projeto Pedagógico de Curso, que possui como um dos aspectos mais característicos a união das duas habilitações para a formação de um profissional

completo. Onde se tem como estrutura conceitual curricular pautada pela flexibilidade e pelas mudanças significativas nos processos de ensino-aprendizagem.

Após essa abordagem histórica do Curso, como dados de análise comparativa do profissional de Desenho Industrial, me reporto ao sistema de formação do Curso de Desenho Industrial da Universidade federal de Santa Maria onde que ressalta que “se torna necessário certa flexibilização na integralização do Curso, tornando a formação do egresso mais personalizada e adequada às suas pretensões, habilidades e competências” (PPC, 2015) o que nos leva a uma breve análise de como é colocado os ciclos de organização do curso.

Figura 4 – Ciclos do Desenho Industrial - metodologia aplicada ao ensino de desenho industrial da UFSM”



Fonte (PPC, 2015)

Tendo em vista que o curso de Desenho Industrial foi organizado com base na metáfora da galáxia, tem como núcleo central o Ciclo de Fundamentação que corresponde as disciplinas que o aluno terá que cursar obrigatoriamente, para posteriormente, poder escolher as áreas que quer se aprofundar.

Num segundo momento, o intermediário, ou melhor, o Ciclo de Consolidação tem como fator principal o aprofundamento do aluno no contexto de suas áreas de interesse. É nesse momento que o aluno tem suas experiências com os laboratórios profissionalizantes.

Chegando ao Ciclo de Validação, onde o aluno deseja se aprofundar em uma área de conhecimento específica. Isso contribui para o aperfeiçoamento de suas capacitações para atuar nas áreas de seu interesse.

O profissional formado em Desenho Industrial na Universidade Federal de Santa Maria deverá integrar com eficiência os conhecimentos obtidos pela teoria e pela prática, que busca uma análise projetual a partir dos autores estudados em aula para o conhecimento esse que busca fundamentar a prática didática no ato de educar por projetos/processos, permitindo potencializar a autonomia, a auto-orientação e a autocrítica. (PPC DI UFSM, 2015)

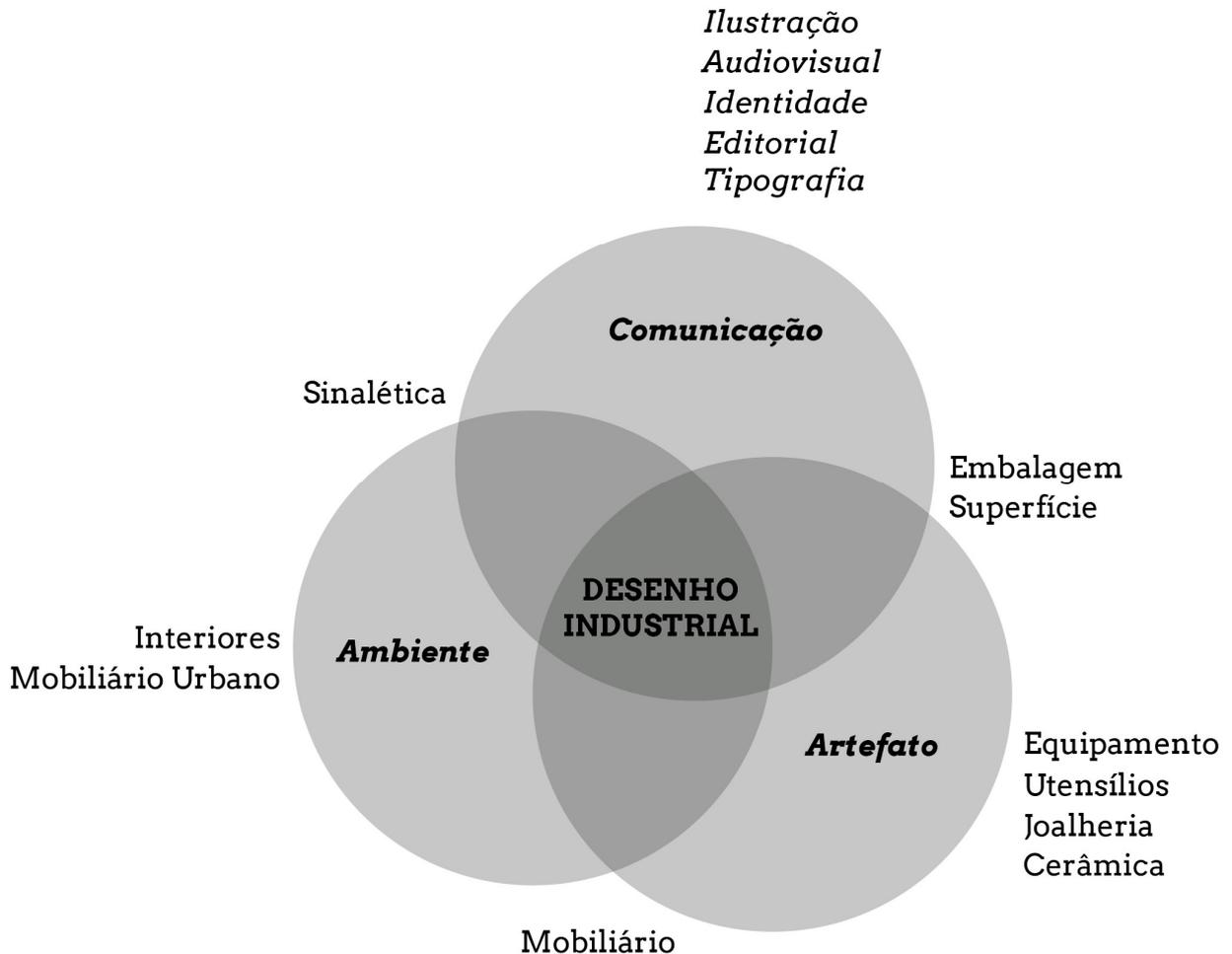
Atuando principalmente no desenvolvimento de projetos e de planejamentos de produtos industriais. Devido a sua formação diversificada, poderá atuar, também, na assessoria, na consultoria, na supervisão, na auditoria, na docência, na pesquisa e na gestão.

Essa intensa atuação dentro das possibilidades geradas pela indústria criativa permite que o profissional utilize da aplicação efetiva da tríade criatividade, projeto e inovação.

O Curso de Desenho Industrial da Universidade Federal de Santa Maria organiza suas áreas de conhecimento e conseqüentemente de atuação com base nos ramos vocacionais de projeto, ou seja, artefato, comunicação e ambiente, sendo o estudante livre para transitar e montar sua trajetória acadêmica.

Nesse sentido, exemplificam-se algumas possibilidades de áreas de atuação posicionadas em relação aos ramos vocacionais e suas interfaces, como podemos ver na Figura 5.

Figura 5 - Campos de atuação da profissão áreas do Desenho Industrial



Fonte (Site Curso Desenho Industrial, UFSM, 2019)

Visto que enquanto atividade central do Desenho Industrial tem-se o desenvolvimento de projetos. Na elaboração de produtos em cerâmicas se define projeto como o processo percorrido pelo estudante ou profissional passando por um problema inicial, pela pesquisa, pela análise, pela definição, pela modelação, pela normatização e, por fim, pela supervisão da produção juntamente com o respectivo setor industrial. Além do desenvolvimento de projetos, o desenhista-industrial pode realizar, numa dimensão maior, o planejamento de produtos industriais. Esse planejamento pode ser realizado isoladamente por desenhistas-industriais, ou em conjunto com outros profissionais necessários aos respectivos tipos de produtos. O que faz do profissional de Desenho Industrial, capaz de jogar com todas as possibilidades de áreas ofertadas pelo curso, o tornando único nas suas escolhas de áreas a serem estudadas.

CAPÍTULO 3 - O ARTESANATO

Segundo o SEBRAE (2001), os limites do artesanato são difíceis de definir. “Os conceitos atuais de artesanato estão muito próximos de arte, ou seja, um plano que une o trabalho de artesanaria ao trabalho de criatividade” (FUNARTE, 2008, p.11)

Segundo Mascêne (2010, p.12B), a partir do conceito proposto pelo Conselho Mundial do Artesanato, define-se como artesanato toda atividade produtiva que resulte em objetos ou artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade”

O artesanato por definição, é o fazer diário, necessário e comum, a habilidade de trabalhar qualquer matéria-prima ao alcance das mãos para afeiçoá-la e torná-la útil ao bem-estar dos indivíduos. Esse fazer confere a cada peça ou objeto oriundo desse processo características de quem o cria, assim como pode identificar ou caracterizar região em que se expande. (SALES, 1983, p.1056)

Para Silva (2009) o artesanato brasileiro é uma atividade herdada da colonização que veio ao longo dos séculos sendo transmitida de geração em geração. No Brasil existe um complexo legado artístico e artesanal. As regiões do nordeste concentram parte significativa dessa herança, com uma vasta e variada produção artesanal, sendo o interior dessas regiões o responsável por sua perpetuação.

Para esse autor, apesar de um contexto aparentemente favorável, a produção do artesanato vem sendo ameaçada pela desvalorização econômica que acaba fazendo com que as novas gerações busquem outras atividades que proporcionem maior garantia de subsistência.

A busca pelo reconhecimento pessoal e valorização social vem difundindo a utilização do artesanato das mais variadas formas. Tal reconhecimento passa a ser associado a um sentimento de identificação e de valorização cultural. A valorização do artesanato como objeto de consumo é, ao mesmo tempo uma fórmula para anulação da atividade como processo de produção e significação de artefato, visto que a sociedade pós-industrial busca por uma satisfação de consumo, muitas vezes desvalorizando o valor cultural que os produtos artesanais têm.

Um dos elementos que contribuíram para a constituição dos referenciais simbólicos do artesanato foi a Moda, que surgiu como uma necessidade social (da distinção) para atender o desejo de consumo da sociedade.

O valor simbólico e de identidade cultural que o artesanato por si só carrega, gera uma constante pelos produtos como forma de afirmar o pertencimento das pessoas a seus grupos sociais.

3.1. Artesão do novo século

Quando falamos de atualidade e de como as profissões se comportam com o decorrer do tempo, trazer o significado da profissão do artesão para uma melhor compreensão de como se dá o seu trabalho, hoje em dia, pode ser algo que engloba inúmeros significados e compreensões sobre o que se diz respeito ao artesanato. Com isso busquei autores que trouxessem de forma clara e concisa as habilitações do artesão no novo século.

“Ainda no século XVI, artista e artesão eram palavras que podiam ser usadas para referir a mesma pessoa habilidosa” (MATTOS, 2008, p.11). Em contra ponto, com o decorrer do tempo, a palavra artesanato passou por mudanças, e entre os finais dos séculos XVII e XIX, popularizou-se a distinção entre elas o que levou o artesanato a ser conhecido como “o domínio dos objetos com sentido prático e feitos em série (MATTOS,2008).

Pode-se então caracterizar como uma diferença entre os conceitos no ponto de vista que o artesão geralmente segue um modelo definido e faz sua repetição. Dizer que o artesão é um trabalhador que desempenha um trabalho manual por meio de instrumentos rudimentares, realizado sozinho ou com a ajuda da família ou de alguns aprendizes no contexto da atualidade, pode se restringir muito as suas capacidades inventivas nos dias de hoje.

Assim como traz Leite (2005, P.28), o artesanato na sociedade atual pode ter duas visões a respeito, uma visão entende o artesanato como “uma arte de fazer o tradicional que deve ser preservada por meio da conservação das condições sociais que são produzidos”. Ou então a outra visão que defende “certas inovações estéticas na produção

artesanal como meio de inseri-lo no mercado e assegurar sua reprodutibilidade ainda que em um estado alterado da tradição” (LEITE, 2005, p.28).

Baseando-se pelo segundo ponto de vista da autora, esse fator pode ser visto como uma característica marcante nos artesões, que é a manutenção por longa data dos mesmos processos de criação, passando por mudanças de acordo com as tendências, porém mantendo sua tradição.

Já para Barroso (2002), o maior problema do artesanato é seu caráter de atividade secundária, complementar, individual, descontinuada e de difícil organização. O desafio é promovê-lo à real condição de produto artesanal dando-lhe profissionalismo e eficiência.

A falta de organização nos grupos é talvez a maior dificuldade enfrentada pelos designers e profissionais responsáveis pela tarefa de revitalizar o artesanato, em alguns grupos leva muito tempo até se adaptarem ao sistema de gestão que lhes é requerido pelos órgãos que promovem seu trabalho, como comenta a designer Neiva Ferreira (2006):

Eles têm muita dificuldade com a parte administrativa, não se acostumam com a documentação e não se habitam a anotar seus gastos, encomendas, estoques, etc. É preciso investir em muitas horas de cursos de associativismo, gestão, cooperativismo, para que eles comecem a caminhar sozinhos. (FERREIRA, 2006).

Tendo em vista que o SEBRAE é uma da organização que fomentam o desenvolvimento do Artesanato no Brasil e acaba por desempenhar um papel sólido na perspectiva mercadológica. Para a instituição, o mercado para o artesanato estabelece relação, principalmente, como o setor de turismo. Assim, se visualizar a possibilidade do artesão e sua produção beneficiarem-se da demanda turística ou até mesmo se tornarem integrantes de roteiros turísticos (SEBRAE, 2004, p.13).

É a partir das informações que os artesãos vão percebendo ao longo do projeto que é possível iniciar a conformação da associação. A associação é importante porque permite a compra conjunta de matéria-prima, reduzindo seus custos e a realização de cursos e treinamentos, a participação conjunta em feiras e exposições, e uma estratégia de vendas mais eficaz e menos dependente dos atravessadores. (BARROSO, 2002)

3.2 Entendendo o consumo do artesanato na sociedade atual

No caso do artesanato, a relação com consumo se torna ainda mais latente, pois o artesanato, como já foi dito, é carregado de significados. A inserção do artesanato na esfera das relações de consumo vai além dos produtos feitos em série, o artesanato atende a desejos e valores na sociedade, daí a sua aceitação em grande escala. É claro que ele supre uma lacuna deixada pela produção industrial que é a lacuna da identificação e da individualização simbólica dos objetos diante do grupo ao qual o indivíduo que consome artesanato pertence, ou seja, “quem compra artesanato está comprando também um pouco de história. Nem que seja a sua própria história de viagens e descobertas”. (BARROSO, 2002, p. 10)

Canclini (1983) que analisa o processo do artesão, diz que o artesanato conserva uma relação mais complexa em termos de sua origem e do seu destino, por ser um fenômeno econômico e estético, sendo algo que não voltado explicitamente para o capitalismo, devido à sua confecção manual e seus desenhos, mas, ao mesmo tempo ressalta que com o crescimento do consumo acaba por estar se inserindo no capitalismo como mercadoria.

A adoção de artigos artesanais no cotidiano urbano não é um fato novo, mas teve seu espaço bastante ampliado, em decorrência da busca por diferenciação numa sociedade de produtos massificados.

O envolvimento do artesanato neste contexto de identificação social tem a moda elemento fundante na medida em que apropria dos fatores simbólicos do artesanato agregando seu significado às necessidades de consumo. Neste sentido, a moda no exercício de suas funções, onde uma delas é aquecer a economia lançando novos ideais estéticos e de valores, se apropria das características intrínsecas ao artesanato para tentar suprir a necessidade do consumidor que é obter um produto singular que marque a sua própria identidade e que o defina em meio ao grupo informando algo a respeito de si mesmo.

Essa ligação entre moda e artesanato pode ser melhor entendida por meio do texto de Canclini (1983), antropólogo que estuda cultura do ponto de vista latino-americano:

O capitalismo engendra os seus próprios mecanismos para a produção social da diferença, mas também se utiliza de elementos alheios. As peças de artesanato podem colaborar nessa revitalização do consumo, já que introduzem na produção em série industrial e urbana – com um custo baixíssimo – desenhos originais. Uma certa variedade e imperfeição, que por sua vez permitem que se possa diferenciá-las e estabelecer relações simbólicas com modos de vida mais simples, com uma natureza nostálgica ou com índios artesãos que representam essa proximidade perdida. (CANCLINI, 1983, p.65).

Mas a interação entre moda e artesanato ou sistema capitalista e artesanato é um tema bastante complexo, pois envolve o que chamamos de patrimônio cultural e esse não pode ser transformado em um bem de consumo sem ter em vista esses aspectos que envolvem valores simbólicos de uma cultura, de uma comunidade que devem ser preservados. O artesanato, segundo Canclini (1983), traz consigo toda essa expressão e fascínio simbólico que é explorado pelo capitalismo. Mas isso não quer dizer que ele manifeste apenas uma só conotação simbólica e muito menos a conotação simbólica original, ou seja, aquilo que motivou sua formação, os valores da cultura que o produziu, pois a tentativa de se resgatar valores “tradicionalistas” contidos nos objetos artesanais acaba modificando seu significado.

A medida que, ocorre o distanciamento entre o produto e a comunidade cultural que o confeccionou, há ainda um afastamento maior dos valores culturais e simbólicos originais que envolvem a fabricação do objeto. Esse fenômeno da modificação do significado é exemplificado por Canclini (1983) numa comparação que ele faz entre os mercados comunitários, onde o artesanato está mais próximo de seus produtores e as lojas, que obtém as peças por intermédio de atravessadores e estão distantes da cultura originária da peça vendida, ainda mais porque está se mistura com outras de diferentes origens e significado.

No mercado, os objetos artesanais adquirem seu significado através de sua proximidade com os outros produtos camponeses da mesma região e com os próprios produtores (CANCLINI, 1983). Assim os ambientes de loja e de mercado formam um contexto contrastante no que se refere à preservação das raízes simbólicas do artesanato, esta passa a absorver outras conotações e as mesmas vão se modificando, à medida que ocorrem as relações de troca. Essas modificações simbólicas de deslocamento social do artesanato,

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 no mercado; na terceira, o valor cultural (estético) do comprador, que o insere no interior do seu sistema simbólico, que é diferente – e às vezes oposto – daquele do indígena. (CANCLINI 1983 p.82).

Este contexto de contrariedades pode ser visto como

A dificuldade em estabelecer a sua identidade e os seus limites se tem agravado nos últimos anos porque os produtos considerados artesanais modificam-se ao se relacionarem com o mercado capitalista, o turismo, a “indústria cultural” e com as formas modernas de arte, comunicação e lazer. (CANCLINI 1983, p. 51).

Vale lembrar também que o Sebrae traz um documento onde ele lista os seguintes tipos de artesanato no Brasil:

- ✓ Artesanato Indígena: objetos produzidos em comunidades indígenas;
- ✓ Artesanato Tradicional: Objetos produzidos com representação cultural e tradicional, de origem familiar ou regional, transmitidos de geração em geração;
- ✓ Artesanato de referência cultural: objetos com características e incorporação de elementos culturais da região onde são produzidos. Esse normalmente, é fruto do trabalho desenvolvido entre artistas e designers em parceria com os artesões;
- ✓ Artesanato conceitual: objetos produzidos por pessoas com formação artística, educacional e cultural, de origem urbana, com propostas de estilos de vida e valores ligados a movimentos ecológicos e naturalistas.

O Artesanato ainda pode ser categorizado, em função de suas finalidades e aplicações (Sebrae, 2004, p.23)

- ✓ Utilitário: ferramentas e utensílios desenvolvidos para suprir necessidades das populações de menos poder aquisitivo, substituindo produtos industriais de valor mais elevado;

- ✓ Conceitual: Objeto que tem como finalidade principal externar uma reflexão ou conceito de quem o produz.
- ✓ Decorativos: artefatos cuja principal motivação é a busca da beleza, com finalidade de harmonizar os espaços de convívio;
- ✓ Litúrgico: produtos com finalidade ritualística e destinados às práticas religiosas ou místicas;
- ✓ Lúdico: produtos destinados ao entendimento de adultos e crianças, intimamente relacionados com as práticas educativas, folclóricas e tradicionais.

Passado essa parte de categorização, também é bom colocar a título de informação os programas de incentivo ao artesanato, que atualmente tem como instituições públicas, privadas, organizações não-governamentais (ONGs) e organizações da sociedade civil de interesse público (OSCIPs), que buscaram através desses programas de incentivo a geração de trabalho e renda para indivíduos que estavam à margem da sociedade e, em muitos casos, em situações de risco social (SIQUEIRA, 2008)

3.3. Influência do Design no artesanato

Apesar de o Design ser utilizado por diversos setores da economia como estratégia de alcançar a inovação junto aos mercados, observa-se que apenas no fim dos anos 90 começou a se falar de Design no artesanato (SIQUEIRA, 2008).

Teoricamente, o Design é tecnologia e artesanato é um fazer manual. Segundo Siqueira (2008) as pessoas pensam que o artesanato não tem que ser feito a partir de uma demanda de mercado, das tendências, pois ele é a manifestação cultural e espontânea de um povo.

Com base no SEBRAE (2004) e em Siqueira (2008) a relação entre as áreas de Design e artesanato no Brasil é tema muito discutido. Alguns autores afirmam que o Design interfere na valorização cultural relacionada ao artesanato, no entanto, o fato é que essa área tem muito a contribuir para o desenvolvimento do segmento e das peças

artesanais. Relacionado as práticas metodológicas, técnicas e indústria, o Design colabora para o desenvolvimento do artesanato ao inserir conceitos de produtos e funções nas peças, além de contribuir para a melhoria de processos produtivos e agregar valor.

Bernd Lobach (2001) define o Design como sendo ideia, projeto, plano para a solução de um problema determinado, o mesmo autor afirma que o Design industrial é o “processo de adaptação dos produtos de uso, fabricados industrialmente, às necessidades físicas e psíquicas dos usuários ou grupos de usuários”

Portanto, verifica-se que o Design consiste na criação de soluções para problemas por meio de um projeto ou plano, que visa facilitar a compreensão da solução criada. Neste contexto, o Design pode colaborar para a inovação no segmento de artesanato sob diversos aspectos. Assim como Löbach ressalta

A expansão da produção industrial, no caso dos produtos de uso, depende da satisfação das necessidades dos usuários – assim, o fabricante tem a venda garantida. Ao se alcançar um determinado grau de desenvolvimento e com ele uma saturação do mercado, é preciso descobrir ou despertar novas necessidades para se garantir a continuidade do crescimento econômico. Neste processo está integrado o designer industrial e em muitos casos ele tem a seu cargo a tarefa de tornar possível o aumento da produção através do uso de novos materiais ou encontrando novas funções ou possibilidades de uso dos produtos. (LOBACH, 2000, p. 30)

Já, para Siqueira (2008), na pesquisa denominada “A força do relacionamento entre artesão e designer no olhar de Carl Rogers”, os passos deste processo são:

- ✓ pesquisa de mercado de público-alvo, compradores, tendências nacionais e internacionais, matérias primas, Design, novos produtos, dentre outros;
- ✓ levantamento do artesanato e de produtos concorrentes para análise de qualidade e verificação de pontos fracos e fortes, para identificar a oportunidades e ameaças;
- ✓ desenvolvimento de novos produtos com a utilização de Design;
- ✓ melhoria de processos produtivos, por meio da verificação de aspectos relacionados à matéria-prima, ergonomia, embalagem, padronização, durabilidade, qualidade, dentre outros;

- ✓ qualificação dos artesões em matérias de gestão, marketing, comercialização, dentre outros;
- ✓ desenvolvimento de peças com valor cultural e iconográfico, que apresentam um pouco da história em cada objeto. Agregam valor também aspectos relacionados a sustentabilidade, matéria-prima e outros;
- ✓ envolve a criação de formas de comunicação e divulgação dos artesanatos, engloba desde a inserção de *tags* nos produtos, com informações do processo produtivo, da técnica, da matéria-prima e história local, até o desenvolvimento de um site para a divulgação e comercialização das peças;
- ✓ relaciona participação em férias, eventos nacionais e internacionais para a comercialização dos artesanatos, assim como a participação em rodadas e encontros de negócios podem gerar bons frutos e potencializar os ganhos, por meio de possíveis parcerias e fechamento de negócios.

Löbach (2001) dando contornos para o Design, aponta suas diferentes funções, são elas:

- ✓ Função Prática: as funções práticas de um produto industrial estão relacionadas aos aspectos fisiológicos do uso. Consistem em satisfazer as necessidades físicas dos usuários. A jornalista Adélia Borges (2011, p.58) ressalta que muitos dos artesanatos surgem a partir das necessidades dos próprios artesãos e de suas famílias. Sendo assim, boa parte das peças produzidas têm funções práticas como principal. O desafio é agregar valor as peças, incorporando ou enfatizando as outras duas funções.

Figura 6 – Moringa para uso específico para armazenamento de água



Fonte (CARNEIRO, 2015)

- ✓ Função Estética: a função estética consiste na relação entre o produto e o usuário nas questões relacionadas à percepção sensorial. Um produto com função estética predominante consiste em um objeto de acordo com as percepções sensoriais dos indivíduos. Essa função está relacionada com o objetivo de aumentar a comercialização ao atrair a atenção das pessoas para a compra do produto. É um fator decisivo na hora da compra, sendo mais relevante em alguns casos do que a própria função prática.

Figura 7 – Cerâmica elaboradas para uso estético



Fonte (Belo útil 2019)

- ✓ **Função Simbólica:** a função simbólica é referente às experiências e sensações vividas pelo usuário, estando relacionada a aspectos espirituais, psíquicos, e sociais do uso do produto. Essa função se torna efetiva quando estiver baseada na aparência percebida sensorialmente e a capacidade de associação de ideias do usuário. Cada vez mais as pessoas buscam por produtos diferenciados. O artesanato é por vezes utilizado como forma de diferenciação de grupos e indivíduos na sociedade, pois possui valores simbólicos e de identidade cultural, aspectos que estão sendo buscados por áreas como a moda, para serem exploradas. Devido a esse elemento de diferenciação há maior procura pelos artesanatos. Segundo Lobach “A função simbólica dos produtos é determinada por todos os aspectos espirituais, psíquicos e sociais do uso” (LOBACH, 2000, p. 64)

Figura 8 – Cerâmica elaborada com função simbólica



Fonte (MUSEU DO ÍNDIO, 2019)

Segundo as análises históricas de Adrian Forty (2011) o primeiro passo do Design em conjunto com artesões foi quando Wedgwood utilizou conhecimento de antiguidades e fez com que seus artesãos produzissem cópias exatas, ou, então reinterpretassem os originais clássicos. Ele descreveu esse método com as seguintes palavras:

Pretendo apenas ter tentado copiar as belas formas antigas, mas não com servidão absoluta. Tratei de preservar o estilo e o espírito ou, se quiser, a simplicidade elegante das formas antigas e, ao fazê-lo, ao introduzir toda a variedade de que era capaz, e isso W. Hamilton me garante que posso me aventurar a fazer, e que é esse o verdadeiro modo de copiar o antigo. (FORTY, 2011, p.34)

Com as mudanças que foram ocorrendo com o passar dos anos, a desvalorização em virtude das transformações que vem ocorrendo na produção do artesanato com relação ao desinteresse dos mais jovens e a desvalorização econômica do trabalho, os programas de desenvolvimento social voltados para a preservação do “fazer artesanal”

estão sendo fortemente disseminados na sociedade pós-industrial. Esses projetos visam ao desenvolvimento sustentável dos artesãos com base na formação de cooperativas e associações podendo partir de iniciativas do governo, de Organizações Não Governamentais (ONGs) e até de empresas privadas. Por outro lado, há existência de uma imagem nacional que destaca e identifica bons produtos e serviços que podem ser usados como estratégia para conquista de mercados. Valorizar e difundir o patrimônio cultural e humano está sendo um método largamente utilizado para constituir a identidade local como uma forma de marketing.

O *made in Brasil*, por exemplo, é um dos mecanismos emergentes para a valorização da identidade local como resposta às tendências globalizantes. Inovar o patrimônio cultural, além de um investimento social profícuo é uma operação econômica de grande eficácia.

A colocação de produtos com conteúdo cultural no mercado exige um esforço integrado da sociedade civil, iniciativa privada, e de organismos governamentais (MORELI, 2002, p.13).

A implementação do trabalho artesanal é

[...] um recurso econômico e ideológico utilizado para limitar o êxodo camponês e a conseqüente entrada nos meios urbanos de maneira constante de um volume de força de trabalho que a indústria não é capaz de absorver, e que agrava as já preocupantes deficiências habitacionais, sanitárias e educacionais. (CANCLINI, 1983, p. 64).

Pode-se perceber, que segundo o autor, a valorização do artesanato por parte do Estado é um recurso utilizado em seu próprio benefício (o do Estado), pois o incentivo dado à atividade artesanal resulta na diminuição da migração evitando assim o êxodo para os centros urbanos. Tendo este como mais um motivo, se não o principal deles, para a disseminação dos programas que visam à chamada “preservação dos bens culturais”. Outro benefício que é ressaltado pelo autor, é a manutenção da família, como comenta em seu texto: “a produção artesanal faz com que seja possível manter a família unida e alimentada [...] O artesanato permite que os camponeses sem terra encontrem um modo alternativo de subsistência”. (CANCLINI, 1983, p. 64)

CAPÍTULO 4 - PROCESSO CRIATIVO E METODOLOGIA PROJETUAL: POSSIVEIS RELAÇÕES

Este capítulo aborda o significado de processo criativo como forma de estudo e análise de conceito de criatividade. Visto que a criatividade se designa do radical *criar* que segundo AURELIO (2008, p.276) significa “dar existência a; dar origem a; formar; imaginar; fundar; educar; promover a procriação e prover a subsistência de: criar, cultivar.” Além de abordar o significado da palavra na sua forma mais etimológica, trago para esse texto autores que falam e abordam a criatividade de inúmeras formas, do ponto de vista da criação de produtos.

Infelizmente, ainda atualmente, a ideia de que criatividade é um dom está muito enraizado, como se fosse algo que não pudesse ser desenvolvido, sem abertura para o crescimento e desenvolvimento da criatividade. Este pensamento é tão forte em nossa cultura, que, de tempos em tempos, surgem discussões que acarretam sempre na mesma conclusão: não é um dom especial ser criativo e todas as pessoas, em maior e menor grau, são criativas.

A criatividade é tratada por várias teorias filosóficas, tanto no mundo velho como no mundo moderno. Kneller (1987) aborda cinco tipos de criatividade: criatividade vista como inspiração divina, onde o criador é divinamente inspirado; criatividade como uma forma de loucura, sua espontaneidade e sua irracionalidade são explicadas como fruto de um acesso de loucura; criatividade oriunda de um gênio intuitivo, o criador embora não mais anormal ou doente, é um tipo de pessoa rara e diferente; criatividade como força vital, manifestação da força criadora inerente a vida; e como força cósmica, vista como expressão universal imanente a tudo que existe.

Não só com as teorias filosóficas Kneller (1987) busca abordar também teorias psicológicas relacionadas a criatividade. Ou seja, o Associacionismo, onde novas ideias são manufaturadas a partir de processos de tentativas e erros: A teoria da Gestalt, a da psicanálise, onde, segundo Freud, a criatividade origina-se de um conflito dentro do inconsciente; na neopsicanálise, onde a criatividade é o produto do pré-consciente e não

do inconsciente; na reação ao freudianismo, onde a pessoa cria da mesma forma que come e dorme.

Kneller (1987) ao analisar as teorizações de Carl R. Rogers encontra o significado de Criatividade como algo relacionado a autor-realização, motivada pela permanência do indivíduo em realizar-se. Dita textualmente que a criatividade é “a tendência para exprimir e ativar todas as capacidades do organismo, na medida em que essa ativação reforça o organismo ou o eu.” (KNELLER, 1987, p.39)

Panizza (2004) faz uma importante relação sobre como Rogers separa esses dois sentidos, para o termo criatividade, um estrito e outro amplo, no primeiro, denota certo tipo de comportamento, caracterizado por traços como intuição e espontaneidade, e, também os produtos desse pensamento, como obras de arte e pensamento. No segundo é algo que se amplia, onde a tendência é utilizada para a auto realização. Nesse sentido o criador é criativo na medida em realizar suas potencialidades como ser humano.

O “Ato de criação” de Athur Koestler é a mais ambiciosa tentativa de integrar as descobertas de várias disciplinas numa teoria única de criatividade. Koestler (1964) procura sintetizar sua própria teoria da natureza da criatividade, tal como se revela no humor, na arte, na ciência, baseado nas conclusões psicológicas, filosóficas, neurológicas. Para Koestler(1964), toda a criatividade criadora pressupõe na estrutura de hábitos ordenados de pensamento e comportamento, os quais dão coerência.

Kneller (1987) acredita que a criatividade pode ser dividida em quatro categorias distintas: a partir do criador (pessoa que cria); por meio de processos mentais; a partir de influências ambientais e culturais; em função de seus produtos.

Uma das problemáticas que gira em torno do processo criativo é a tentativa de esclarecer a viabilidade, ou não, de se ensinar criatividade. Uma vez entendida como algo que se pode ensinar e portanto pode ser aprendida, a criatividade poderia ser considerada então, a capacidade de gerir este conhecimento, combinando maneiras distintas para a solução de problemas que se podem apresentar.

Adentrando o âmbito da personalidade criativa, é muito comum associar o indivíduo criativo ao artista, que tudo se contesta e/ou modifica, ao gênio ou louco. Kneller (1987) “tipifica” traços dos criadores, como a inteligência, a consciência, a fluência, a flexibilidade, a originalidade, a elaboração, o ceticismo, a persistência, o intelectual, o

humor, o inconformismo, a autoconfiança. Para Panizza (2014) as características da pessoa criativa se devem ao fato de que fatores como sexo, idade e até mesmo Q.I. não influem na capacidade criativa. Em acordo com isso, Kneller (1978) afirma que pessoas com baixo e médio Q.I. podem apresentar baixa ou média criatividade, sem uma reação direta entre elas, ou seja, pessoas com alto Q.I. não necessariamente possuem alta criatividade.

Sobre a fala de Jackson e Messick (apud PANIZZA 2004) que destacam quatro características básicas na personalidade criativa, as quais contendo aspectos a serem observados:

- ✓ tolerância para incongruências, tendências por fazer coisas não usuais, tendências para quebrar regras e capacidade de causar surpresa;
- ✓ capacidade de análise objetiva e subjetivas (intuitiva), geração de ideias funcionais criativas, capacidade de adequação de ideias ao contexto apresentado e geração de satisfação no observador;
- ✓ capacidade de manter a mente livre de preconceitos e aberta a novas experiências e informações, flexibilidade que gera transformações pessoais ou no próprio meio ambiente, a capacidade de reinterpretar regras em vez de simplesmente quebrá-las e capacidade de auto estimulação;
- ✓ combinação de pensamento reflexivo, intuitivo e espontâneo, produção de soluções complexas de uma forma simples, capacidade de simplificação/condensação e desejo insaciável de saber.

Entre os autores que abordam o assunto sobre criatividade, Estrada (1992) divide em três categorias a personalidade criativa: cognoscitivas (firmeza da percepção, capacidade intuitiva, imaginação, capacidade crítica e curiosidade intelectual); afetivas (autoestima, soltura/liberdade, paixão, audácia e profundidade); volitivas (tenacidade, tolerância à frustração e capacidade de decisão).

O que acaba por se esperar de pessoas mais extrovertidas, “abertas” sejam também mais criativas, visto que acabam por não se contentar com padrões e atitudes convencionais. Para Predebon (1997, p.65) essas pessoas, acabam que entram em um

contexto comportamental complexo, e apresentam prevalência de algumas características citadas pelo autor, são elas:

- ✓ flexibilidade, por exemplo, é característica de pessoas que não adotam posições definitivas, podendo rever suas convicções e valores, sem maiores traumas. Concordam que tudo é relativo, pensando e agindo a partir disso;
- ✓ articulação, encontrada em pessoas com alto grau de conciliação e participação no ambiente. Gostam de se manter informadas e vivenciam muito uma posição social até com certos graus de idealismo e desprendimento;
- ✓ comunicabilidade é característica de pessoas que conseguem estabelecer fáceis pontes de comunicação com o mundo. Transmitem e recebem mais que a média dos indivíduos;
- ✓ inquietude, é uma característica de pessoas questionadoras que duvidam de muita coisa e sempre querem conferir se as normas e consensos são realmente respeitáveis;
- ✓ aventureiras no campo mental e material, em sua maioria, são também empreendedoras;
- ✓ leveza caracteriza quem não leva o mundo à sério demais, sem que isso se traduza em superficialidade. São aquelas pessoas que mantem o bom humor com mais facilidade, naturalidade.

Peterson no livro “A Arte do Pensamento Criativo” (1992), aponta a importância e o poder da ideia criativa, considerando a revolucionária. O autor ressalta a necessidade a despeito de todo o pensamento lógico e análise das informações, dar crédito a intuição como instrumento criativo. A busca por novas informações sobre a prática do pensamento e o abandono do ócio também ajudam no desenvolvimento criativo. Assim como, tratar a felicidade nas pequenas coisas que acentuam a criatividade, e que em oposição refaz o pensamento incluindo o medo, a timidez, a falta de autoconfiança juntamente com a baixa tolerância a críticas. Salienta, ainda, o medo como o principal responsável por bloqueios da criatividade.

Ao relacionarmos o medo como um fator importante no conhecimento criativo, Robbins (1995) ressalta que o medo do fracasso ou da simples possibilidade de não obter êxito é forte o suficiente para inibir a criatividade e que a frustração criada em cima da falha e do fracasso, quando se encontra em uma etapa do processo criativo em que as dificuldades se tornam grandes em face aos pequenos resultados, o abandono é uma linha de saída muito viável quando se trata de custo emocional. Vendo que a criatividade quando acompanhada do método, como organizador do pensamento, acaba por gerar resultados surpreendentes.

A seguir apresentaremos uma breve discussão acerca das teorizações de diferentes autores sobre o processo criativo e sobre a metodologia de criação deles decorrentes.

3.1. Processo Criativo: Geprge Frederick Kneller 1978

George Frederick Kneller (1978) afirma que o processo criativo é um processo mental e emocional, já que depende em tudo da pessoa criadora e passa por cinco fases.

- ✓ Apreensão: o criador tem seu primeiro Insight, a apreensão de uma ideia a ser realizada ou de um problema a ser resolvido.
- ✓ Preparação: constitui de uma rigorosa investigação das potencialidades da ideia germinal. O criador lê, anota, discute, indaga, coleciona, explora. Propõe possíveis soluções e pondera suas forças e suas fraquezas. Por preparação, entende-se a segunda espécie de exploração. A Apreensão original da direção e propósito à exploração do criador, ainda que aquela visão original possa transformar-se completamente no processo exploratório. Pode ou não ter êxito explorar sistematicamente sem haver primeiro formulado uma ideia diretriz, mas na esperança de encontrar uma. Criação requer técnica.
- ✓ Incubação: depois de o subconsciente realizar sua tarefa, o inconsciente, como mostrou psicanálise, entra em ação. O período de Incubação pode ser longo ou curto, mas deve existir. O inconsciente entra sem limites, desimpedido pelo intelecto literal, faz inesperadas conexões que

constituem a essência da criação. Não pode vir a inspiração sem o trabalho do inconsciente, seja por seis meses, seis horas ou seis minutos. Embora logicamente distintas, a preparação e a incubação, raramente são de fato divididas de modo tão nítido.

- ✓ Iluminação: é o Clímax, a solução do seu problema. O conceito que enfoca todos os fatos, o pensamento que completa a cadeia de ideias em que ele trabalha. No momento de inspiração tudo entra em seus lugares. Além de imprevisível, a inspiração é também aparentemente auto certificável, pois a pessoa criadora se acha convencida da correção de sua intuição antes de verificá-la logicamente. Embora não se possa encomendar a inspiração, é possível estabelecer condições favoráveis a ela. Os que escrevem, pensam ou criam sempre tem seus próprios métodos de estimular seus poderes criativos. Alguns ouvem vibrantes sinfonias, outros fumam. Outros se encharcam de café e andam pra lá e pra cá. As Manifestações do inconsciente, que propiciam a matéria-prima da realização criadora, têm de ser submetidas ao controle do intelecto. Daí decorre que os próprios meios empregados para despertar o impulso criador podem minar o controle intelectual necessário para completá-lo.
- ✓ Verificação: esta é a última fase do processo criador. Sabendo que a inspiração é a condição necessária a criação e proporciona a matéria prima. O intelecto e o julgamento têm de terminar a obra que a imaginação iniciou. O criador precisa distinguir, nesse material, o que é válido do que não é, pois, a iluminação é notoriamente falível. A tarefa de Verificação chega a durar anos, durante os quais o criador luta para dar forma final a suas intuições, ou para aplicações.

3.2. Processo Criativo: Fayga Ostrower 1987

Segundo a Fayga Ostrower (1987) não há uma subdivisão no processo criativo. Para ela, o processo criativo é um processo existencial, tal qual viver, que abrange pensar e sentir, consciência e inconsciência. Em todo processo intuitivo o ser humano não pode ser considerado em partes, só pode ser considerado como um todo integrando as suas partes. Segundo Ostrower (1987, p.56) ato criador é sempre ato de integração e adquire seu significado pleno quando entendido integralmente.

A autora ressalta que nossas experiências e nossa capacidade de configurar formas discernir símbolos e significados se originam nas regiões mais fundas de nosso mundo interior, do sensório e da afetividade, onde a emoção premeia os pensamentos ao mesmo tempo que o intelecto estrutura as emoções. Essa percepção é nomeada como os níveis intuitivos do ser humano.

A intuição é um modo de atividade cognitiva fundamental que opera ao contrário do instinto. Ela permite atuar na imprevisibilidade, estando na base dos processos de criação. Neste sentido, a criatividade está vinculada a capacidade de intuir e perceber a coerência dos fenômenos. Para explicar, a autora subdivide o processo criativo em alguns momentos. O Primeiro Momento é o *Insight* que é um sair-de-si e uma busca de conteúdos significativos. No insight estruturam-se todas as possibilidades que um indivíduo tenha de pensar e sentir, integrando-se noções atuais com anteriores e projetando-se em conhecimentos novos, imbuída a experiência de toda carga afetiva possível à personalidade do indivíduo.

“Em todo ato intuitivo entram em função as tendências ordenadoras da percepção que aproximam, espontaneamente, os estímulos das imagens referencias já cristalizadas entre nós. Igualmente em todo ato intuitivo ocorrem operações mentais instantâneas de diferenciação e de nivelamento, e outras ainda, de comparação, de construção e de conclusão; essas operações envolvem o relacionamento e a escolha, na maioria das vezes subconsciente, de determinados aspectos entre os muitos que existem numa situação. É sempre uma escolha valorativa visando a algum tipo de ordem. Parte-se, no fundo, de uma ordem já existente para se encontrar outra ordem semelhante, uma vez que se indaga sobre os acontecimentos segundo um prisma interior, uma atitude, por mais aberta que seja já orientada e, portanto, orientadora. Nessas ordenações, certos aspectos são intuitivamente incluídos como “relevantes”, enquanto outros são excluídos como “irrelevantes”. Selecionados pela importância que tem para

nós, os aspectos são configurados em uma forma. Nela adquiram um sentido talvez inteiramente novo. (OSTROWER, 1987, p.67)

A intuição forma os processos intuitivos, os quais se identificam com a forma ou, ainda, os processos criadores são essencialmente processos formativos, processos configuradores. Ainda que se configurem palavras ou pensamentos, é preciso distinguir entre os componentes do processo e os processos em si; os componentes podem ser de ordem verbal ou conceitual, mas o processo criativo intuitivo é sempre de ordem formal.

Formar e fazer são experiências existenciais do processo de criação, os quais nos envolvem na globalidade, em nosso ser sensível, no ser pensante, no ser atuante. Formar é mesmo fazer, é experimentar, é lidar com alguma materialidade e, ao experimentá-la, é configurá-la. Sejam os meios sensoriais, abstratos ou teóricos, sempre é preciso fazer. É o momento em que o indivíduo procura estabelecer relacionamentos significativos.

Segundo momento, a *Elaboração*, que está ligada as intenções de uma obra, o que a torna passível de ser avaliada com critérios e interpretações.

A atividade criativa te possibilita transformar as ideias em propostas reais. Este processo paira pela dúvida do “certo ou errado”, ou seja, quais resultados de um novo material, a exatidão das cores, a mudança de significado que a inclusão de uma palavra traz.

O terceiro momento, a *Inspiração*, mostra-nos o quanto os momentos anteriores também foram tomados dela, até mesmo os erros podem ser fruto da inspiração. Não há como a inspiração possa ocorrer desvinculada da elaboração, pois está fortemente ligada ao engajamento constante e total, embora talvez não consciente.

4.3. METODOLOGIAS DE PROJETO APLICADAS NO ENSINO DO DESIGN

Nesta Parte do projeto iremos anunciar algumas formas de metodologia projetual aplicadas no ensino superior de Design.

Existem inúmeras formas distintas de ver, entender e utilizar a metodologia de projeto. Na realidade, a diversidade de abordagens sobre esse campo de estudos leva a interpretações e definições que resultam em diferenças tanto na composição cronológica

e hierárquica das etapas metodológicas como no conteúdo a ser explorado. Entretanto, há certa unanimidade em relação ao entendimento de que a metodologia de projeto sempre terá como base um conjunto organizado e pré-determinado de métodos e técnicas distribuídos dentro de um esquema de macro fases que vão desde a exploração e compreensão da situação problemática até o detalhamento das especificações de produção do produto final, passando por alguma etapa de geração de alternativas de solução. Lobach (2010) diz que o Design é uma ideia, projeto ou plano para a solução de um problema, e o ato de Design, então é dar corpo à ideia e transmiti-la aos outros. Já Burkdek (2010) contextualiza o Design dentro do processo projetual como objeto das artes aplicadas, ou seja, útil para a construção de outras obras. O autor cita:

O Design é um processo criativo, porém a configuração de um produto não ocorre num ambiente vazio. Cada resultado advém de um processo de desenvolvimento e seu andamento é determinado por condições e decisões. Teoria e metodologia do Design são reflexos objetivos de seus esforços que se destinam a otimizar métodos, regras, critérios e, com sua ajuda, o Design poderá ser pesquisado, avaliado e melhorado. (BURKDEK, 2010, p.231)

4.3.1. Metodologia de Gui Bonsiepe

Bonsiepe, Kellner e Poessnecker (1984) propõe uma metodologia linear descritiva, ou seja, cada etapa depende do resultado da anterior, e acredita que existe uma estrutura comum ao processo de solução de um problema independentemente da quantidade de situações problemáticas.

A estrutura metodológica de Bonsiepe é dividida em sete fases, cada qual composta de subfases que dividem o processo, buscando um acerto que isso implique em redundâncias no decorrer das ações.

4.3.1.1. Problematização: dentro da problematização existem três questionamentos básicos:

- ✓ QUE? Onde se analisa a situação ou coisa que se deve melhorar, os fatores essenciais do problema, os fatores influentes;

- ✓ O PORQUÊ? como os objetivos, a finalidade do projeto incluindo os requisitos/ critérios que uma solução boa deve ter;
- ✓ COMO? Que seria o caminho, os meios, métodos, técnicas, recursos humanos e econômicos, tempo disponível, experiência;

4.3.1.2. Análise

- ✓ Lista de verificação: serve para organizar de forma exaustiva sobre os atributos de um produto, servindo para localizar deficiências de informações para serem superadas;
- ✓ Análise dos produtos existentes em relação ao uso: serve para detectar pontos negativos e criticáveis. Através do uso de fotografias como método de documentação para localizar detalhes do problema;
- ✓ Análise Diacrônica do desenvolvimento histórico: é a reunião e coleção de material histórico, para se tem uma visualização das mudanças sofridas por um determinado produto no decorrer do tempo;
- ✓ Análise Sincrônica: tem como objetivo reconhecer o universo do produto, para evitar reinvenções. A comparação crítica dos produtos requer a formulação de critérios comuns. É um momento em que se convém incluir precificação, materiais e processos de fabricação;
- ✓ Análise estrutural: serve para reconhecimento e compreensão dos tipos e números de componentes do subsistema. São os princípios de montagem, tipologia de uniões e tipo de carcaça de um produto;
- ✓ Análise Funcional (ou análise das funções): reconhecimento e compreensão das características de uso do produto. Nesse momento incluem-se aspectos ergonômicos (macro-análise), e as funções técnico-físicas de cada componente ou subsistema do produto (microanálise);
- ✓ Análise Morfológica: reconhecimento e compreensão da estrutura formal de um produto, sua composição, partindo de elementos geométricos e suas transições. Inclui também informações sobre acabamento cromático e tratamento das superfícies.

4.3.1.3. Definição do problema que tem como objetivo listar os requisitos funcionais e os parâmetros condicionantes (materiais, processos, preços) incluindo o tempo de envolvimento e dos recursos humanos necessários.

- ✓ Lista de Requisitos: tem como meta orientar o processo projetual em relação as metas atingidas;
- ✓ Estruturação do problema: ordenação dos requisitos em grupos segundo afinidades, facilitando o acesso ao problema. Árvore hierarquizada ajuda a visualizar forma gera;
- ✓ Valorização do “peso” matrizes de interação /Hierarquização de Requisitos: estabelecer prioridade no atendimento aos requisitos. Por isso quase sempre os requisitos são antagônicos (a otimização de um fator implica na sub otimização de outro fator).

4.3.1.4. Técnicas para geração de alternativas: tem cujo objetivo é facilitar a produção de um conjunto de ideias básicas, como respostas prováveis a um problema projetual. Algumas delas são:

- ✓ Brainstorming: ortodoxo, segue uma ideia clássica, com proibição de formular observações críticas;
- ✓ Brainstorming destrutivo/construtivo, que serve pra filtrar os pontos fracos das propostas da primeira fase, e focar a atenção na solução;(o autor sugere de quatro a sete pessoas);
- ✓ Método 635: se trata de um processo onde cada participante anota três propostas em forma de esboço, ou descrições verbais. Após isso passa para seu colega, e esse trata de agregar três outras propostas. Após cinco minutos, tocam-se novamente os formulários. Desse modo, o processo termina quando os formulários tiverem por todos os participantes passados;
- ✓ Método de Transformação, busca por analogias: é um método que busca analogias para aumentar a variedade de soluções. Se utilizando de casos similares, submetendo a transformações. Como por exemplo, utilizar em diferentes maneiras, adaptar casos paralelos, modificar, aumentar, minimizar, reduzir, substituir, recompor, inverter, combinar;

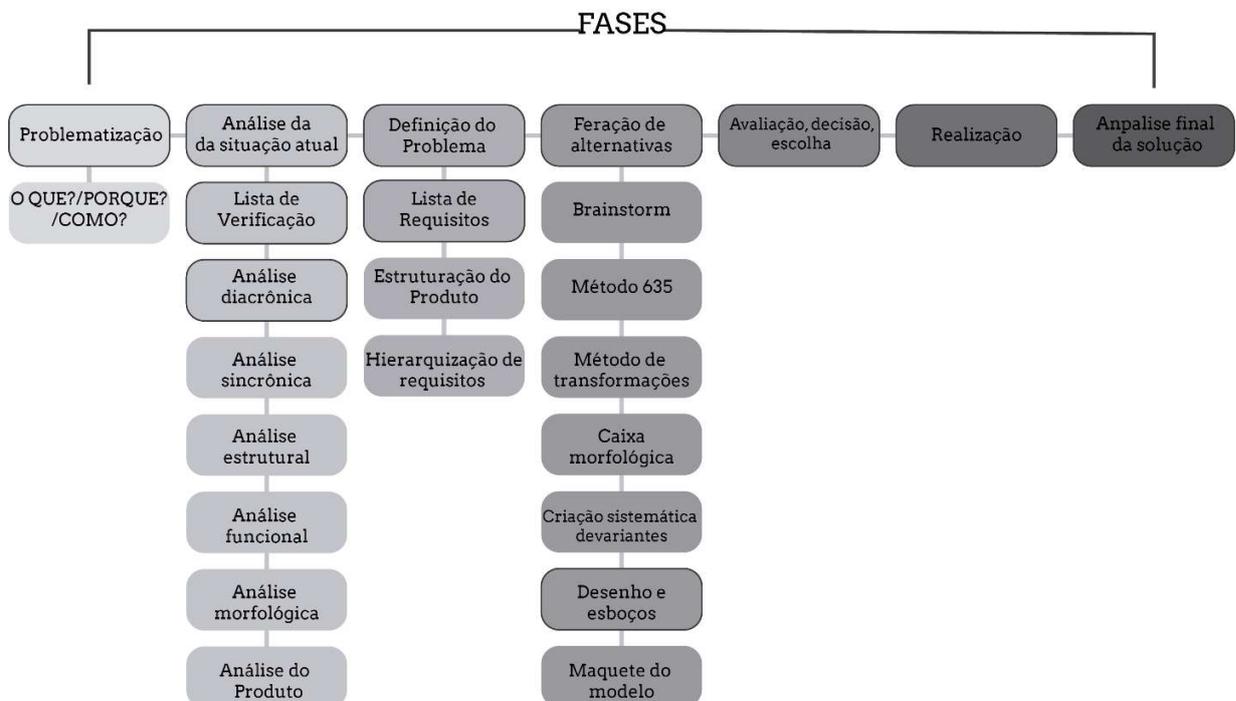
- ✓ Caixa Morfológica, serve para cobrir o universo de possíveis soluções, através de combinações;
- ✓ Criação Sistemática de variantes: serve para cobrir o universo de possíveis soluções, identificar princípios básicos e possíveis combinações.
- ✓ Desenhos e esboços: momento em que com base em tudo o que foi anotado e decidido das etapas anteriores, começa a parte de desenho e formulação do projeto no papel;
- ✓ Maquete do modelo: momento de prototipação do projeto em suma forma real, porém sem suas funcionalidades.

4.3.1.5. Avaliação, decisão, escolha

4.3.1.6. Realização

4.3.1.7. Análise final da solução

Figura 9 – Representação da **Metodologia de Gui Bonsiepe**



Fonte: Autor baseado em Bonsiepe

4.3.2. Metodologia de Bruno Munari

Para Munari (1998) a metodologia projetual se desenvolve seguindo dez fases, são elas:

4.3.2.1. Definição do Problema (DP)

Nessa fase encontram-se os objetivos do material. Se for material textual, a definição de público alvo delimita o aprofundamento teórico metodológico dele, bem como a seleção de autores para leituras de apoio. Em geral, ao chegar a esta parte, depois das definições do problema, tem-se a ideia do que fazer. E pode mesmo parecer que o problema está resolvido, mas a ideia não pode ser considerada como solução, pois ela pode surgir e depois ser substituída por outra, e outra e mais outra ao longo do desenvolvimento do projeto. É certo que as ideias são fundamentais para o desenvolvimento, mas não dão conta de resolver o problema.

4.3.2.2. Componentes do Problema (CP)

Qualquer que seja o problema, a identificação dos componentes do problema simplifica a resolução deles. E parar em "áreas" específicas cada um dos itens pode ser uma boa forma de agir. Conteúdo, público alvo, objetivo, metodologia, atividades, avaliação, aspectos ergonômicos de utilização como adequação de linguagem, repertório interpretativo e comunicação visual - adequação de cores, tipologia etc., são alguns dos aspectos que devem ser levados em consideração nessa etapa do desenvolvimento do projeto. Dividir em categorias específicas ajuda a orientar uma ação mais efetiva a cada ponto, no cumprimento dos objetivos.

4.3.2.3. Coleta de Dados (CD)

Depois de identificarmos os componentes do nosso problema e os subdividirmos em subproblemas, iniciamos a fase de coleta de dados. Colher dados significa procurar conhecer cada parte do todo de um projeto, separadamente. Por exemplo, pode-se fazer uma pesquisa de materiais já desenvolvidos para em outros suportes, quais as características deles. Conhecer os materiais não significa tomar como exemplos, mas sim, saber o que já foi feito e daí, procurar conhecer o que efetivamente dá ou não resultados. Com isso, corre-se menos risco de errar. Pode-se procurar conhecer a

maioria dos recursos do suporte que estamos trabalhando, como linguagens, tecnologias etc.

4.3.2.4. Análise de Dados (AD)

Depois de se colherem os dados devem-se analisá-los para mostrar o que se deve ou não fazer, usar, aproveitar. Enfim, é a análise dos dados que permite estabelecer o passo seguinte, a Criatividade.

4.3.2.5. Criatividade (C)

Como se pode observar no diagrama da Figura X, a Ideia dá agora lugar a um novo conceito, a criatividade, que ao contrário da ideia que ocupa, a sequência de passos no desenvolvimento de materiais para. Enquanto Ideia somente está relacionada ao fantástico, a fantasia, ao sonho, a criatividade processa-se de acordo com um método definido e mantém-se nos limites impostos pela análise dos dados colhidos. Criatividade, bem aplicada, e dentro do programa de objetivos traçados e definidos pelos passos anteriores do processo de desenvolvimento pode agregar valores diferenciais a um projeto.

4.3.2.6. Materiais e Tecnologias (MT)

A fase chamada de Materiais e Tecnologias pode, a princípio, parecer uma repetição da fase de coleta de dados, o que não é verdade. A coleta de dados pode até mostrar possibilidades, é uma fase de conhecimento das opções inclusive de materiais e tecnologias, mas é somente depois da aplicação da criatividade que se efetivam escolhas definitivas tanto em materiais como em relação as tecnologias mais adequadas aos objetivos projetos. Escolher tecnologias e recursos só porque "estão na moda", pode ser um erro grave.

4.3.2.7. Experimentação (E)

É nesta fase que começamos a "testar" o material. É na experimentação que se conseguem solucionar problemas que antes pareciam insolúveis. Na experimentação pode-se aplicar um conceito de uma área pouco explorada, como forma de otimizar resultados. A área artística se utiliza mais de experimentações que a maioria das outras áreas, porém, se respeitados limites de "bom senso", a experimentação pode trazer grandes progressos. A fase de experimentação vem, claramente, antes do modelo final de projeto, no sentido de permitir testagem de materiais, tecnologias e métodos para

melhor atingir objetivos. Não visa substituir o que já foi feito, nem tem a pretensão de inovar sempre, mas sim de certificar que as escolhas tenham sido feitas levando-se em conta todas as possibilidades e tenha-se optado pelos mais adequados. Não é uma fase imprescindível ao projeto, mas é bastante interessante se fazer experimentações criativas. Pode-se obter resultados além dos esperados com a utilização dita "normal" dos meios e ferramentas.

4.3.2.8. Modelo (M)

Chega-se, enfim, ao modelo. Depois de todas as fases anteriores tem-se agora, um modelo pronto. Um modelo é algo que sintetiza as ideias em relação a um objetivo. Até esta fase, não fez nada que se assemelhe a uma "solução" efetiva, mas temos dados suficientes para afirmar que as hipóteses de erros estão bem mais reduzidas. Podemos, agora, estabelecer as relações entre os dados recolhidos, agrupar os subproblemas e efetivar a construção dos esboços para a elaboração do modelo que pretendemos aplicar.

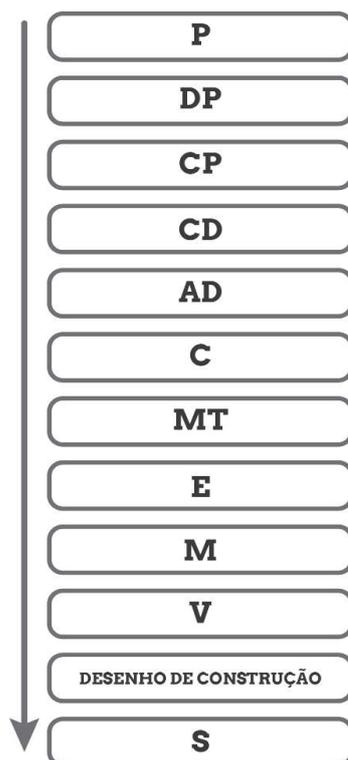
como solução efetiva ao nosso problema inicial. Ao procedermos a redação, montagem do modelo, temos a segurança de estarmos trabalhando com dados testados, de resultados comprovados ou, no mínimo, objetivos efetivamente atingidos. Os modelos demonstram as possibilidades reais de uso de materiais, técnicas e metodologias. São, portanto, o resultado de um trabalho consistente de elaboração. Passaremos a seguir, para as fases finais: verificação, retificação, correções e, por fim, a Solução, que é a elaboração adequada do material para os objetivos esperados.

4.3.2.9. Verificação (V)

A fase de verificação de um projeto se torna necessária pela a necessidade de comprovação de eficiência de um material desenvolvido antes da efetiva aplicação. É na verificação que se observam as falhas, caso existam, e se corrigem as mesmas. Pode também, haver possibilidade de existência de dois ou mais modelos e é na verificação que se decide por este ou aquele, depois de testados os funcionamentos. Apresenta-se o modelo a certo número de possíveis usuários, e pede-se que deem seu parecer sobre o ou os modelos apresentados. É neste momento também que se "fecham" questões quanto a conteúdos controversos ou a permanência ou não de determinada tecnologia.

4.3.2.10. Desenho Final: O desenho final é, então, uma síntese de dados levantados ao longo de todo um processo que envolve fases distintas. Portanto é a obra resultante de diversas áreas agregadas em torno do objetivo principal.

Figura 10 – Representação da **Metodologia de Bruno Munari**



Fonte baseado em (MUNARI, 1998)

4.3.3. Metodologia de Bernd Löbach

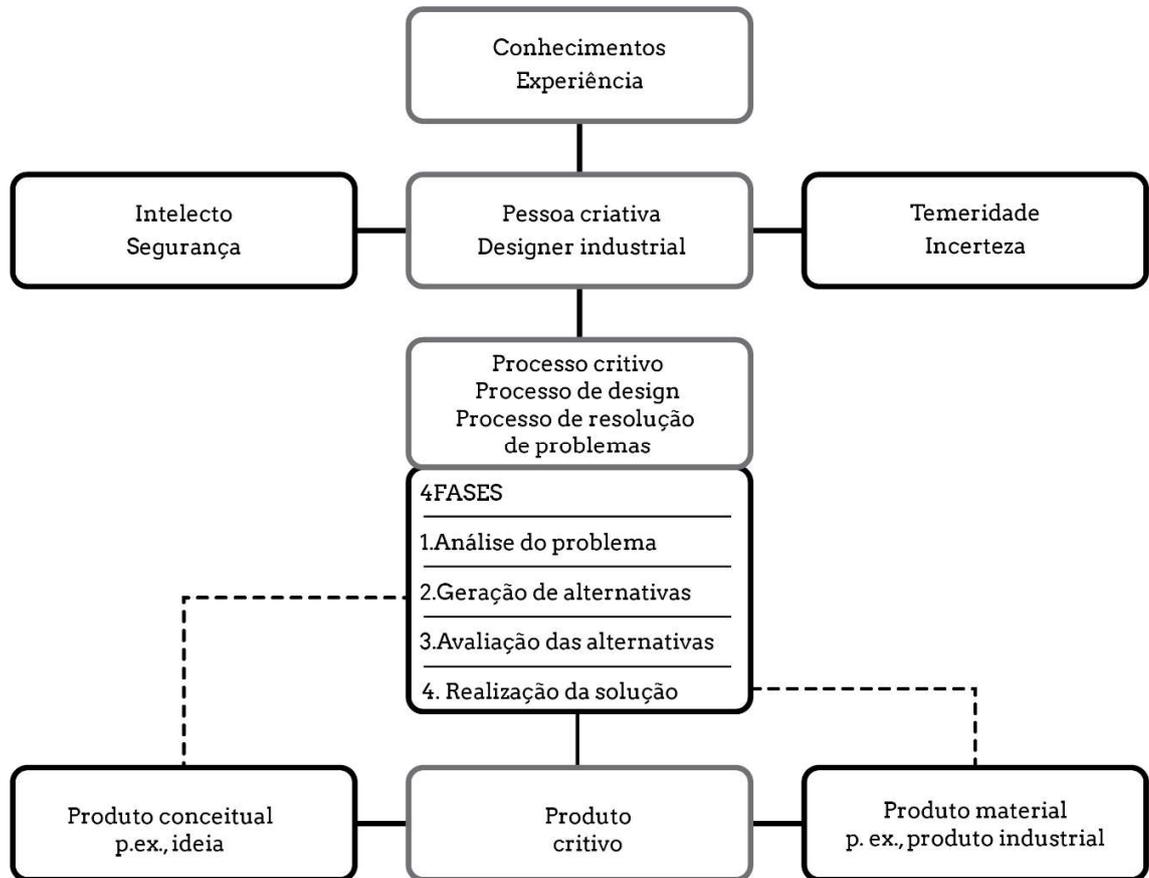
Esta metodologia também apresenta algumas etapas para o processo de ensino do Design, que apresentamos no quadro a seguir.

Quadro 1 – Organização da Metodologia de Bernard Löbach

Processo criativo	Processo de solução de Problemas		Processo de Design	
Fase de Preparação	Análise do Problema	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento do Problema • Coleta de Informações • Análise das informações 	Análise de Problema do Design	<ul style="list-style-type: none"> • Análise da necessidade • Análise da relação social • Análise da relação com ambiente • Desenvolvimento histórico • Análise do mercado • Análise da função • Análise estrutural • Análise da configuração • Análises de materiais e processo de fabricação • Patentes, legislação e normas • Análises de sistema de produtos • Distribuição, montagem, serviço a clientes e manutenção • Descrição das características do novo produto • Exigências para com o novo produto
Fase de Geração	Alternativas do Problema	<ul style="list-style-type: none"> • Escolha dos métodos de solucionar problemas • Produção de ideias • Geração de alternativas 	Alternativas do Design	<ul style="list-style-type: none"> • Conceitos de Design • Alternativas de solução • Esboço de ideias • Modelos
Fase de Avaliação	Avaliação das alternativas	<ul style="list-style-type: none"> • Exames das alternativas • Processo de seleção • Processo de avaliação 	Avaliação das Alternativas	<ul style="list-style-type: none"> • Escolha da melhor solução • Incorporação das características ao novo produto
Fase de realização	Realização da solução	<ul style="list-style-type: none"> • Realização da solução do problema • Nova avaliação da solução 	Solução	<ul style="list-style-type: none"> • Projeto mecânico • Projeto estrutural • Configuração dos Detalhes • Desenvolvimento de modelos • Elaboração de desenhos técnicos, desenhos de representação • Documentação do Projeto • Relatórios

Fonte (Elaborado pelo Autor com base em Löbach, 2000)

Figura 11 – Representação da Metodologia de Bernd Löbach



Fonte baseado em (LÖBACH, 2000, p.146)

Após análise e construção dos resultados, teremos um conjunto de resultados acerca dos processos de produção que nos permitirão compreendê-los com profundidade, descrevendo e interpretando os elementos deles constitutivos.

Com isso, pensamos que a proposta de produto decorrente da pesquisa seria a elaboração de dois objetos seguindo os processos de produções dos dois profissionais.

Tendo em vista a formação do pesquisador, propomos que este se coloque na condição de aprendiz dos dois profissionais e construa um produto a partir das orientações das por cada um.

Em suma, seria submeter o pesquisador às orientações de cada um dos profissionais, elaborar, seguindo os elementos do processo de produção de cada um, um objeto definido a priori. Para isso, definiremos, inicialmente, um roteiro com as características funcionais e a tendência que definirão o produto. As diferenças estarão nos processos de cada um dos profissionais.

4.3.4. Metodologia de Baxter

Para Baxter (2005) a metodologia projetual se organiza em cinco importantes momentos.

4.3.4.1. Planejamento do produto

Nas empresas, deve-se considerar o momento da empresa e definir qual produto será desenvolvido para atingir a meta da empresa. É importante descrever a especificação da oportunidade, com questionamentos básicos sobre o projeto, como, por exemplo, como o mesmo se destacará no mercado, ou o que fará com que as pessoas comprem o produto e assim por diante. Definem-se ainda às restrições do projeto e do processo produtivo. Ainda nesta etapa, é realizada a coleta de dados teóricos e de mercado, incluindo abordagem com potenciais usuários/consumidores, e planejamento criterioso do estilo.

4.3.4.2. Projeto conceitual

Após um criterioso e bem elaborado planejamento e a especificação da oportunidade, inicia-se o projeto conceitual para geração de muitos conceitos. Alguns conceitos são pré-selecionados e analisados segundo alguns critérios, mas não são verificadas aqui restrições práticas. Feito isso, faz-se um novo planejamento para próximas etapas, atribuindo tarefas a cada membro da equipe de desenvolvimento e cronograma.

4.3.4.3. Projeto de configuração

Inicia-se a geração de mais ideias sobre conceitos escolhidos, explorando as formas possíveis de fabricar o produto, considerando aqui todos os elementos e restrições projetuais existentes. Nessa etapa é comum detectar alternativas do projeto não consideradas anteriormente ou promover alguma alteração técnica envolvendo materiais e processos de fabricação. Isso pode levar ao retrocesso no processo, para se verificar as implicações das alterações com relação ao planejamento inicial. Geralmente o tempo gasto nas revisões de projeto é inferior ao desenvolvimento inicial, uma vez que o caminho já é conhecido. Chegando novamente à configuração do produto, é selecionada a melhor alternativa, podendo ser selecionada por técnicas avançadas de

seleção, como a Matriz de Seleção. É realizada uma análise de possíveis falhas ou defeitos, deve ser construído um protótipo e realizam-se testes.

4.3.4.4. Projeto detalhado

Sendo aprovado, passa-se para o detalhamento, através de desenhos do produto e seus componentes, e a construção de um protótipo experimental. Nessa etapa é definido o detalhamento final dos componentes, montagem do produto, e é possível efetuar testes físicos ou de funcionamento do produto junto aos seus potenciais usuários/consumidores (teste qualitativo).

4.3.4.5. Projeto para fabricação

Uma vez acertados os detalhes, é confeccionado, em alguns casos, um protótipo de produção onde serão definidos os parâmetros para o processo de produção na indústria. A aprovação desse modelo ou protótipo final encerra o processo de desenvolvimento do produto em questão.

A partir desse ponto, começa-se a produção e o lançamento do produto no mercado.

Por fim nesse capítulo buscamos estabelecer possíveis relações entre o processo criativo estudado nos autores acima citados com a análise das metodologias projetuais estudadas.

Quanto às etapas do processo criativo segundo os autores, em podemos sintetizar nas seguintes etapas: delimitação do problema, acúmulo de dados, incubação e ideação e verificação. (PANIZZA, 2004)

A título de compreensão da metodologia projetual, estudamos diferentes autores, contudo para as análises nesse estudo, vamos nos deter em dois deles, Munari (1998) e Löbach (2000), por entendermos que suas propostas metodológicas se adequam aos processos criativos estudados.

A autora observa que a categorização das etapas mostra que os autores citados no processo criativo têm equivalências entre si, por mais que apresentem complexidades diferentes. Assim como podem ser relacionadas com as etapas do método projetual, conforme o quadro abaixo.

Quadro – 2 Relação metodologia projetual e processo criativo

Etapa do método projetual de Design – Munari (1998)	Etapa do processo critivo
Problema Definição do problema Componentes do problema	Delimitação do problema
Coleta de dados Análise dos dados	Acumulo de dados
Criatividade Materiais e tecnologia Modelo	Incubação + ideação
Verificação Desenho de construção Solução	Verificação

Fonte (PANIZZA, 2004)

CAPÍTULO 5 - METODOLOGIA DA PESQUISA

Esta pesquisa tomará como os pressupostos da abordagem de pesquisa qualitativa. Esta abordagem de pesquisa vem se consolidando no contexto brasileiro a partir da década de 1980. Busca procedimentos de investigação que imputem um caráter de rigor e confiabilidade às investigações que têm como objeto os fenômenos sociais caracterizados, especialmente, pela complexidade e pelo caráter mutável das situações vividas em um determinado tempo e espaço.

O que define uma abordagem ou outra para a pesquisa é a natureza das informações que serão analisadas. Em nosso caso, as informações são da ordem da qualidade, pois estão relacionadas a formação, aos saberes, a processos, fenômenos passíveis de serem compreendidos pela articulação sistemática de muitos fatores envolvidos na sua constituição, e não apenas mensurados.

Apesar da pesquisa qualitativa não trabalhar com dados exatos, e sim dados complexos, contextualizados e temporais, não elimina a necessidade um planejamento que impute rigorosidade, confiabilidade e fidedignidade a produção dela decorrente.

Uma pesquisa, independente da abordagem de referência, deverá conter os seguintes aspectos:

“[...] (a) o que se pretende investigar (o problema, o objetivo ou as questões do estudo); (b) como se planejou conduzir a investigação de modo a atingir o objetivo e/ou as questões propostas (procedimentos metodológicos); e (c) porque o estudo é relevante em termos de contribuições teóricas e/ou práticas que o estudo pode oferecer. (ALVES-MAZZOTTI e GEWANDSZNAJDER, 1998, p.149)

E, ainda ter definido claramente “o foco, o quadro teórico, o Design (desenho), o cronograma e as contribuições para a área” (ALVES-MAZZOTTI e GEWANDSZNAJDER, 1998, p.149)

Diante desta breve discussão sobre a abordagem de pesquisa adotada, suas possibilidades para estudos no campo dos fenômenos sociais e humanos, optamos pela pesquisa qualitativa que, em nosso entendimento, se afina com a natureza de nossos espaços, sujeitos e objeto de investigação.

Para desenvolvermos esta pesquisa construímos um conjunto de procedimentos metodológicos coerentes com a postura teórica adotada. Procuramos com essas técnicas atender as demandas da própria pesquisa e do objeto investigado. Buscamos, assim, a um só tempo compreender a essência dos fenômenos e sua constituição a partir da interação e subjetividade dos sujeitos.

Nosso objeto de pesquisa tem como fenômeno principal os processos subjetivos de construção de saberes pelos artesões e pelos designers. Ou seja, compreender os elementos que constituem os processos por eles percorridos na elaboração de seus produtos, requer uma metodologia que possibilite acessar tanto informações observáveis do ponto de vista da ação, como informações não observáveis, que são da ordem intangível. Ou seja, aqueles saberes e valores, que são mobilizados pelos sujeitos e não são verbalizados ou passíveis de serem visualizados.

Assim, para esta pesquisa decidimos utilizar dois momentos de coleta de informações:

Primeiro Momento:

As entrevistas com narrativas sobre a ação verificadas durante o trabalho, com os sujeitos da pesquisa, dois artesãos, para que eles possam descrever como constroem os processos de produção dos produtos. Este momento de coleta se dará por meio da interação comunicativa com os sujeitos. Para isso, será necessário uma grande preparação e planejamento da interação, de forma que o pesquisador tente neutralizar sua presença, interferindo o menos possível no processo de produção. A ideia principal, é acompanhar o processo, a partir da narrativa dos sujeitos sobre o que estão elaborando. Suas dúvidas, desejos, decisões, negações. Com esta situação acreditamos que poderemos acessar um conjunto de informações que apenas a observação não nos permitirá. Tendo em vista que, a ação é apenas uma parte dos saberes e valores mobilizados pelos sujeitos na realização de seus trabalhos.

Segundo Momento:

As observações, que acontecerão nos ambientes de trabalho. Para isso, o pesquisador fará a imersão nos ateliers do artesão, para acompanhar os processos de

produção e com isso conseguir identificar e caracterizar os principais elementos do processo de produção por eles desenvolvidos. A aproximação adequada ao ambiente da pesquisa se constitui como uma prerrogativa para que possamos alcançar nosso objetivo e buscarmos respondermos nosso problema de pesquisa, tendo em vista que, muitas das informações obtêm em tempo real, em interação direta com o contexto social em questão.

Para isso, será necessária a produção de fotografias e diários de bordo, nos quais as informações serão guardadas para posterior análise.

Assim, nossas fontes de informação serão sujeitas do artesão, e espaços, os ateliers desses dois sujeitos.

Estes dois instrumentos e essas duas fontes de informações foram escolhidos com o intuito de compreendermos que nenhum deles poderia garantir sozinho, a coleta de informações sobre “o não feito”, “o realizado” e os condicionantes externos e internos aos processos de produção desses dois profissionais.

5.1. Coleta de Informações

A coleta de informações se deu por meio da realização de observações in loco e da realização de entrevista estruturada. Para a realização da entrevista elaboramos um roteiro (Apêndice 1) com o objetivo de coletarmos informações relativas a alguns aspectos que consideramos relevantes para a compreensão dos processos de criação desenvolvidos no âmbito do trabalho dos artesãos, sujeitos da pesquisa.

Os aspetos priorizados na entrevista possibilitaram narrativas acerca da: (1) Formação dos Artesãos; (2) Experiência e atuação profissional; (3) Formas de processo de produção; (4) Criatividade/Métodos; (5) Personalidade dos objetos; (6) Personalidade pessoal; (7) Futuro profissional

CAPÍTULO 5 - RESULTADOS OBTIDOS

Os resultados construídos com as informações coletadas na entrevista nos possibilitam compreender o contexto de trabalho dos artesões, bem como as fases de seus processos de criação. Os artesões entrevistados são da região dos municípios de Candelária e de Portão, no Rio Grande do Sul. As categorias norteadoras da análise, foram constituídas *a priori*, tomando como base as metodologias aplicadas ao ensino superior de Design no Brasil relacionadas com as etapas dos processos criativos, conforme os quadros de coleta apresentados acima.

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, nosso interesse não é construir generalizações, mas sim compreender como os processos produtivos e de criação são implicados pelos diferentes fatores imbricados nos contextos de trabalhos desses artesões. Para isso, relacionamos as informações obtidas com cada um dos artesões, sem, no entanto, buscar uma comparação com juízos de valor, mas sim conseguir compreender como fatores definidos anteriormente, foram decisivos para suas constituições como artesões.

Quadro 3 - Tendo como base a análise de um produto específico, Vaso de plantas, foi criada uma tabela:

	Artesão A	Artesão B
Delimitação do problema	Busca analisar o mercado regional como forma de problema para novos produtos. Ressalta que apesar de ter estruturado seus produtos tem um produto em específico consagrado como principal: o vaso de planta.	Ele não cria problemas novos; Mantém a tradição vinda dos antecessores, que produziam a mesma coisa que se produz hoje em dia;
Acúmulo de dados	Buscou através de catálogos e lojas de decoração, para conhecimento do que estava em alta no mercado; Como muitas vezes teve grande procura por determinado produto e não o produzia, quis produzir como forma de se incluir no meio desse público Um problema definido pelo artesão é ter como prioridade a	é linear pelo fato de que se tem uma sequência predeterminada e sem ampliação de novas possibilidades, tem todas as informações dos produtos produzidos catalogados. Sem perspectiva de mudanças;

	<p>funcionalidade nos seus produtos; Percebe-se certa curiosidade e inquietação na busca por informações novas que possam contribuir para a melhoria de seus produtos;</p>	
<p>Incubação + ideação</p>	<p>A criatividade se mantém em cima da experiência com materiais e diferentes tipos de barros; Ressalta que em um primeiro momento, os materiais e modelos de produtos eram pré-definidos em conjunto ao um oleiro que os produzia e entregava com a primeira queima (biscoito) Utilizou muito da pintura dos materiais Ressalta que estudou muito as misturas de barro até chegar em um barro específico a partir das misturas dos barros da região do Rio grande do sul;</p>	<p>Segue uma linha específica predeterminado, tem catalogado nomes, modelos, e medidas padrão. Segue a linha tradicional, relata que tem a possibilidade de inovar, mas falta a mão de obra para isso. Ressalta que sempre tem alguém que sabe, e que sempre tem algo para aprender. Sobre teste de materiais, mantém a tradição A busca por personalidade nos produtos, quase não muda. Mantém sempre a mesma forma e os mesmo processos de fabricação;</p>
<p>Verificação</p>	<p>O artesão mostra um apego forte às etapas finais do processo de produção dos seus produtos, onde ressalta que tem toda uma preparação antes e depois do processo de produção; Como se fosse um elo com a peça a qual está produzindo; Mantém o cuidado com a finalização e a procura por soluções aos problemas que podem vir a acontecer em algum de seus produtos;</p>	<p>Quanto à criação dos modelos, ele segue os pedidos dos clientes; Pela falta de mão de obra, não pode expandir a linha de produtos, pelo fato de ser o único oleiro da família que produz, não tem como desenvolver além. Como se trata de uma linha de produtos pré-estruturada, não em a preocupação com a verificação, pois os produtos se mantêm os mesmos;</p>

Formação Profissional

Em relação a formação dos profissionais entrevistados, constatamos diferenças significativas nos processos vivenciados por cada um dos artesões. As fases e características desses processos têm, conseqüentemente, implicações importantes nos processos de criação de cada um.

O Artesão A ressalta que parou seus estudos no ensino fundamental, quando fala: “eu não tinha estudo, estudei até a quarta série...” e salienta que a busca pela formação¹ em Gramado e em seguida em um ateliê em São Leopoldo, “meu interesse maior vindo para São Leopoldo era terminar o ensino médio”, enquanto se mantinha trabalhando. Nesta etapa de sua vida, já se considerava um artesão e sua vida profissional girava em torno dessa atuação. Enquanto dava continuidade aos seus estudos, contribuiu para a construção do ateliê onde trabalhava.

“ajudei na montagem do ateliê em que trabalhei” (Artesão A)

Este aspecto, tem muita relevância na formação do Artesão A tendo em vista que, por meio das atividades desenvolvidas neste processo de construção, teve vivências fundamentais para sua constituição como artesão. Experimentou projetar peças com a orientação de um oleiro experiente, que, naquele momento, representou um tutor no seu processo de formação, também vivenciou a relação entre produto e mercado, na medida em que, vendida de forma independente e autônoma as peças confeccionadas. Cabe ressaltar que nesta fase, o artesão A ainda não elaborava as peças, isso ficava a cargo do oleiro chefe, e sua participação era dar o acabamento com a pintura. A pintura que realizava já imputava às peças identidade de sua obra, lhe dando reconhecimento no mercado, ou seja, peças vendáveis. Apesar do trabalho, na época, lhe garantir reconhecimento e condições de sobrevivência, existia uma insatisfação pessoal e profissional que lhe fez buscar pela formação no ensino superior como forma de qualificação de seus conhecimentos. Para isso, cursou Artes Plásticas na Universidade Federal de Pelotas – UFPEL, para enriquecimento e valorização do próprio trabalho.

A história de formação do Artesão A, difere do Artesão B que descreve uma formação mais tradicional, com base nos ensinamentos dados pela família. Percebe-se em sua fala que esses aprendizados não só representam os conhecimentos necessários

¹ Cabe esclarecer que o termo formação é entendido como todo o processo de construção de conhecimentos profissionais, sejam eles técnicos, práticos, teóricos, etc. construídos em espaços formais da educação (escolas, universidades, etc), em cursos de nível médio, tecnológico, graduação, pós-graduação, etc, como em espaços não formais, ao longo da vida profissional, sejam em cursos de curta duração, estudos pessoais diretamente relacionados às demandas do trabalho, participação em espaços diversos de produção, que promovam a construção de conhecimentos práticos da ação, técnicos, teórico-conceituais, tácitos, etc

para sua atuação inicial, mas como são mantidos até os dias de hoje, com poucas mudanças, como vemos as seguir:

comecei a trabalhar com a cerâmica aos meus dezesseis anos ajudando meu pai, desde então não parei mais e hoje mantenho o trabalho que um dia foi dele. (Artesão B)

Os processos vivenciados pelos artesões mostram caminhos muito diferentes, no que tange os conhecimentos que mobilizam em seus processos de produções, o que resulta em diferenças no que diz respeito a criação, enquanto um (artesão A) investe buscar meios alternativos, com inovação, o outro (artesão B) se mantém na reprodução de um conjunto de peças pré-determinadas.

No entanto, eles se aproximam, na medida em que esperam a aceitação de seus produtos no mercado, atendendo as demandas e expectativas de seus públicos conseguindo suas manutenções por meio da venda das mesmas.

Quando analisado pelas formações e concepções, percebe-se que o artesão A constitui uma linha mais conceitual sobre seus produtos, visto que busca dar aos seus produtos uma característica mais utilitária e decorativa, como vemos a seguir:

“eu defendo muito o utilitário na arte” [...] “sempre busco me informar e aprender coisas novas”. (artesão A)

Evidenciando que, o uso dos produtos são motivações para sua busca constante de novos materiais dentro do setor cerâmico. Em relação a este aspecto, percebemos semelhanças com o artesão B, na medida em que ele também valoriza novos conhecimentos.

sempre tem alguém para ensinar algo novo para se aprender [...] como produtores sempre temos que nos manter em constante mudança, independente de quão significativa ela seja. (artesão B)

Mesmo que, valorizando o novo e considerando que sempre existem conhecimentos a serem aprendidos, ele se mantém nessa linha mais tradicional, sem muitas variações na criação e elaboração e novos produtos.

Experiência e atuação profissional

Como vimos anteriormente, a experiência profissional está intimamente ligada com os processos de formação dos artesões, contudo, damos a este aspecto *status* de categoria independente, porque entendemos que sua análise separadamente pode trazer elementos importantes para nossa compreensão do objeto de pesquisa.

Com base nos históricos dos artesões, percebe-se distinção entre os dois profissionais. Em conversa com o artesão A, fica claro que sua atuação e consolidação na área da cerâmica vêm desde a infância, e salienta que tem a cerâmica como fonte única de renda, diferentemente do artesão B que apesar de ter como renda principal a cerâmica, possui uma renda extra, com a criação de gado, em pequena escala.

O artesão A, também reforça que apesar de ter esse contato com a cerâmica desde muito cedo, alguns momentos de sua experiência profissional, foram, de certa forma, decisivos, para sua permanência na profissão.

Ele participou de um projeto chamado “Mão Gaúcha”, promovido em parceria com o SEBRAE.

o projeto mão Gaúcha foi muito importante para o meu reconhecimento (Artesão A)

Esse projeto trouxe muitas inovações do ponto de vista do trabalho em conjunto, pois o projeto contava com equipe de profissionais que incluíam artesões e designers trabalhando em conjunto. Um dos objetivos centrais desse projeto era construir um conceito cultural, para isso o trabalho acontecia entorno do oleiro que iria tornear as peças.

o oleiro em conjunto com todos os profissionais do projeto, produzia de 5 a 10 peças idênticas para se ter como referências para as outras que fosse produzir. (Artesão A)

Participar deste projeto foi fundamental porque neste momento se inseriu entre os profissionais da área e, por consequência do trabalho realizado nas atividades propostas despertou o reconhecimento da comunidade de profissionais e público envolvidos.

Figura 12 – Protótipos das peças realizadas para o projeto Mão Gaúcha



Fonte: Autor

Podemos ver que sua formação e experiência lhe colocam como uma expertise no que diz respeito a imputar características utilitárias em seus produtos. Isso está tão fortemente consolidado que, ao se referir a um possível retorno aos bancos acadêmicos, procuraria uma pós-graduação na área de utilitários na cerâmica.

A distinção entre o artesão A e o artesão B, fica visível quando observamos os processos de construção dos conhecimentos profissionais por meio das falas e descrições dadas pelos próprios artesões sobre suas vivências. Diante disso, podemos identificar que no caso do primeiro, ao longo de sua vida, teve diferentes experiências e buscou por formação e ampliação de seus conhecimentos em espaços formais (cursos de curta duração, Graduação, estudos pessoais, e espaços não formais, por meio de projetos ampliação de seus conhecimentos, estudos sobre conhecimentos já sistematizados na área, enquanto, o artesão B afirma, em suas falas, que teve como principal fonte de apropriação dos conhecimentos profissionais os ensinamentos do pai, apesar de ressaltar que em algum momento de sua experiência buscou formação, a qual, segundo ele próprio não é a base do conhecimento que utiliza.

Claro que, ao mesmo tempo, que suas trajetórias, apesar de serem muito distintas, em relação às suas experiências, de trabalho e de formação, apresentam pontos de convergência, como podemos ver que, os conhecimentos profissionais em ambos os

casos serem atrelados às suas experiências e atuações de forma intimamente ligadas as demandas imediatas da produção e do trabalho que realizam.

Ou seja, esses profissionais tiveram que incorporar conhecimentos na medida em que as exigências do mercado, dos clientes, os desafiaram a ampliar seus conhecimentos. Sinalizando a importância do campo de atuação profissional para a construção de um conhecimento amalgamado sobre os processos e produtos.

O artesão B salienta que apesar de seguir os ensinamentos do pai, seu contato com a cerâmica se deu quando tinha 16 anos, quando começou a ajudar a família no ateliê. Sempre colocando à família como referência principal para sua atuação profissional. Um processo profissional iniciado pela observação e imitação, procedimentos que representam formas de aquisição de conhecimentos. Estar no campo de trabalho, mesmo sem formação acadêmica e/ou sistematizada não impede a construção de saberes relativos a uma área de atuação, contudo, se restrita a isso, pode representar uma limitação para a qualificação dos processos de produção e de criação.

Nesse ponto, percebe-se que, todo o processo de formação e experiência do artesão A no decorrer da vida o fizeram crescer e desenvolver métodos de compreensão para tornar seus produtos um diferencial no mercado, o que na visão do Artesão B, acaba por se manter nas raízes familiares, perpetuando o tradição. Não quer dizer que o processo criativo não exista, mas sim, que, tem como principal característica a reprodução, com variações muito tênues, quase imperceptíveis se analisados os produtos apresentados. O próprio artesão afirma que, não tem interesse em criar outros produtos, ou qualificar os existentes, que já possui um repertório de peças, aceitas pelo mercado, cuja venda lhe garantem a subsistência.

Sobre isso, podemos ver a sinalização de que uma formação atrelada à prática precisa também ser sustentada pelo campo teórico, conceitual de forma os estudos acerca da para de conhecimento permita um enriquecimento das ideias, o que favorecerá a formação das habilidades criativas do profissional.

Processo de produção

Outro fator analisado nas entrevistas foram as formas e processos de produção. Sobre estas categorias podemos dizer que, o artesão A utiliza para alguns produtos processos bem definidos, seguindo uma linha produção em série para alguns produtos e mas sempre buscando dar um diferencial em cada, além desses também elabora produtos exclusivos, para os quais precisa definir processos específicos Utilizando como referência um produto em comum de fabricação dos dois artesões, vaso de planta, coloquei em análise algumas questões. Para o processo de produção do vaso pelo artesão A houve estudos sobre diretrizes de como produzir e como se elabora este produto, buscando diferentes matizes, tipos de barro, queimas, tipos de vidrado (pintura das peças. Segundo ele, apesar de trabalhar com vários tipos de produtos na cerâmica, o que impulsionou as mudanças referentes produção, foi o fato de que em muitas situações os clientes chegavam ao seu ateliê, com interesse em adquirir um produto ainda inexistente, ou pesquisas no mercado local para se inteirar das tendências em alta no mercado.

Outro fator que teve influência para que o Artesão A, definisse sua forma de produção, e assumisse uma identidade própria, foi o fato, de, em alguns casos, ser procurado apenas para a finalização dos produtos com a pintura, o que lhe tirava a autoria total. Como vemos a seguir:

muitos clientes compravam o vaso em outros ateliês e me traziam pra fazer só a pintura, o que barateava muito o meu trabalho. (Artesão A)

Isso, foi, de certa forma decisivo para que o profissional definisse e estruturasse novas metodologias sobre a produção de seus produtos, visando um reconhecimento e um valor sobre o processo total e não, apenas sobre parte dele.

Contudo, mesmo sentido certa desvalorização, a vivência desta situação trouxe novos desafios que exigiram a ampliação dos conhecimentos. Ou seja, a demanda oriunda do desejo dos clientes de que ele pintasse esses vasos o levou a estudar mais sobre a produção deles.

quero produzir peças maiores, peças em módulos, esculturas, totens... buscando a ligação com a arte" [...] "na produção dos vasos, foram quase 5 anos estudando os tipos de argilas e as combinações para chegar no barro ideal das peças.

Evidencia-se, na fala acima, que no processo de formação do artesão houve uma forte ligação entre os conhecimentos sistematizados e suas experiências profissionais, mudando inclusive sua postura em relação aos processos de criação, colocando-o como um profissional disposto a investir em novas peças. Este profissional demonstra um processo de produção com base em estudos, corroborando com a ideia de que a criatividade é um processo de construção, é aprendida por meio a interligação de conhecimentos diversos. Entendemos que, este diferencial se dá pelas características do conjunto de sua formação que atrelado à experiência e às demandas emergentes permitam aprender novas formas de produção.

Figura 13 – Vasos que o Artesão A produz



Fonte: Autor

Percebe-se diferenças com a entrevista com o artesão B, que ressalta diretamente que seus produtos são catalogados e pré-definidos por nome, modelo e dimensões. Ou seja, o processo de produção reproduz constantemente os mesmos produtos, sem o interesse de inovar e investir na capacidade criativa.

os produtos aqui já são todos esquematizados, tudo que precisamos fazer é olhar o catálogo e ver o que o cliente pede, e fazemos. (Artesão B)

Ainda em conversa como artesão B, ele ressalta que seus processos de produção têm etapas bem definidas, sem variações ao longo da sua história do atelier.

o processo se baseia em coletar a argila, separar ela em pedaços com pesos pré-definidos, e torneá-la de acordo com os pedidos. Após isso, realizamos a queima em forno a lenha e como em muitos dos casos nossos clientes são de outras regiões, transportamos a encomenda. (Artesão B)

Quando perguntado sobre o processo de produção, se pensava em mudanças ou procurava por novas alternativas, o artesão B responde:

eu até penso sobre mudar, mas para isso preciso de mão de obra, e eu já até tentei ter aprendizes aqui comigo, mas esse ensinamento é muito difícil de se passar, e por ter essa falta de mão de obra não tem como eu pensar em mudar, pois a demanda mudaria e isso ocasionaria em mais trabalho. (Artesão B)

Nota-se que a mudança, como um elemento fundamental da existência humana, é presente no pensamento do Artesão B, contudo, não acha caminhos, pois na sua região não tem disponibilidade de mão-de-obra, fator colocado como fundamental para inserir outras práticas. A inclusão de novos produtos interferiria sobremaneira no processo de produção, para o qual não tem, sozinho, força de trabalho.

Processo Criativo

Outro ponto de suma importância na análise das entrevistas com os artesões é como se dá o processo criativo dos seus produtos. Em conversa com o Artesão A, fica muito explícito que por um bom tempo seu processo de criação se baseou na finalização dos produtos com a pintura em vidrado, com base nos que seus clientes solicitavam, como explica a fala a seguir:

oleiro torneava as peças e fazia a primeira queima, que se chama biscoito e tinha a primeira queima feita no forno a lenha, e a segunda queima junto com a pintura eu queimava no elétrico. (Artesão A)

eu precisava acrescentar alguma coisa pra crescer o meu ateliê, viver só das canecas que eu vendia para gramado não dava.

Como forma de entender o mercado de fora, para buscar informações o artesão A ressalta que se colocava num papel de relações públicas ao falar dos vasos que vinham de fora,

eu explicava para o cliente que o vaso vinha do exterior, as qualidades a resistência e sempre tinha um respaldo positivo

Quando o artesão A se consolidou na criação de vasos, seu processo de criação se baseou em análises de 5 anos assim como ressalta:

na produção dos vasos, foram quase 5 anos estudando os tipos de argilas e as combinações para chegar no barro ideal das peças [...] “eu faço testes com a argila para saber o quão resistente e trabalhando com as dimensões dos vasos para saber como elas se comportariam no forno” [...] “o cliente sugere a ideia principal e a partir daí nós vamos vendo as formas de solucionar. (Artesão A)

O artesão A buscou superar suas dificuldades e colocar seus produtos no mercado, por meio de novos estudos que lhe permitissem produzir para o atendimento das demandas do tipo de clientes, do tipo de mercado dele.

Em conversa com o artesão B se percebe que é pouco explorado a criatividade nos seus produtos. Ele tem consciência da rentabilidade de seus produtos, mas não tem um interesse em criar ou desenvolver produtos novos com o intuito de diversificar a produção, e a justificativa para isso ele salienta:

o mesmo que vale para os processos vale para a criação também, a mão de obra influencia muito nisso, e como a estrutura que temos aqui e com os produtos predefinidos desde a época do meu pai, que se mantém até hoje, não vejo um porquê de mudar. (Artesão B)

Identidade pessoal atribuída aos objetos

Esta última, que é quase consequência da anterior, nos permitiu perceber que o artesão A procura sempre ter um contato muito próximo com as peças que produz, pois segundo ele é isso que faz a diferença em todo o processo

“não é só alisar o vaso, é sentir com a mão na parte interna e externa, se tem bolhas dentro do barro, é finalizar o vaso, estar em contato com a peça para entender, eu preciso sentir e finalizar o vaso, e ter a confiança na hora de colocar no forno “

De forma que cada peça tenha uma história com o artesão. Todas as peças são conferidas nos mínimos detalhes, como uma espécie de “lambida” [Sic]. Momento em que cada produto adquire sua personalidade, suas próprias marcas e características.

Já, em relação a isso, o artesão B, não demonstrou uma preocupação, evidenciando uma tênue, mais real, relação com a produção fabril e em série.

Como exemplificação, apresentamos a seguir, a figura 14, que ilustra o espaço de produção do artesão A.

Figura 14: Peças comercializadas pelo artesão A



Fonte: Autor

Como exemplificação, apresentamos a seguir, a figura 14, que ilustra o espaço de produção do artesão B.

Figura 15; Produtos comercializados pelo Artesão B



Fonte: Autor

Figura 17: Peças em produção pelo artesão A



Fonte: Autor

Figura 18: Fornos elétricos utilizados pelo Artesão A



Fonte: Autor

Figura 19 Local de trabalho e forno à lenha utilizada pelo artesão B



Fonte: Autor

CAPÍTULO 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para escrevermos nossas considerações finais, retomamos nosso problema de pesquisa e objetivo geral, os quais propunham construir um conjunto de argumentações acerca das possíveis aproximações e afastamentos entre o processo criativo das profissões do Design e do Artesão, com base na metodologia projetual para a criação de cerâmicas e relacionar aspectos relevantes do processo criativo entre as profissões de designer e de Artesão desenvolvidos no campo profissional.

Assim, em relação a formação profissional dos artesões, podemos apontar um certo afastamento no que diz respeito a formação do Design, pois enquanto os dois têm seus processos iniciados na e pela experiência do trabalho, o Design tem sua formação iniciada nos bancos acadêmicos, de forma distanciada do campo e da experiência profissional.

Compreendemos, também que a experiência não garante a complexidade da formação, mas é aspecto fundamental da construção dos conhecimentos profissionais. Logo, os estudos sobre as diferentes perspectivas desses dois artesões, permitem afirmar o quanto é importante que a formação busque estratégias de interação entre os estudos teóricos com a prática, aspecto ainda incipiente na formação do designer, que mantém a experiência profissional, concentrada nos estágios, no final do curso, como um momento de aplicação dos conhecimentos já aprendidos e não como um processo de aprendizagem conjunta entre a teoria e prática.

Evidencia-se assim, que o processo de formação do artesão, que atrelou uma forte ligação entre os conhecimentos sistematizados com sua experiência, muda sua postura em relação aos processos de criação, colocando-o como um profissional disposto a inovar, a investir em novas peças. Este profissional demonstra um processo de produção com base em estudos, corroborando com a ideia de que a criatividade é um processo de construção, é aprendida por meio a interligação de conhecimentos diversos. Entendemos que, este diferencial se dá pelas características de sua formação que atrelou a experiência e as demandas dela emergentes, estudos que permitam aprender novas formas de produção.

Quando observadas as diferenças entre os artesões, também traz importantes sinalizações para o campo do Design, pois nos mostra que, todos os processos de criação das peças, organização dos processos de produção, ampliação da capacidade criativa, são potencializados e qualificados quando a formação integra estudos teóricos e à experiência prática. Experiência esta que traz desafios das diferentes dimensões que se entrelaçam na atuação profissional da área da cerâmica.

Com base nos resultados percebemos que o trabalho prático, que parte da técnica dá ao artesão uma vivência de trabalho muito mais consolidada, quando digo isso, me refiro ao fato de que em muitos casos o artesão parte para a realização do projeto de forma mais direta, ao contrário do Design que tem uma preocupação inicial com o projeto e a delimitação do problema, para depois discorrer sobre a elaboração do produto propriamente dita.

Concluímos, assim que, quando dissociamos os estudos teóricos da experiência prática corremos o risco de não compreender os processos do ponto de vista conceitual, sem saber os caminhos para colocá-los, ou termos um repertório de possibilidades práticas que se limitam por não termos um repertório de conhecimentos capaz de problematizá-las de inovar sobre elas.

8. REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, A. J.; GEWANDSZNAJDER, F. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. São Paulo/BR: Pioneira. 1998. ISBN 85-221-0133-7.

BARROSO, E. N. **Curso Design, identidade cultural e artesanato**. Fortaleza: SEBRAE / FIEC. Módulos 1e 2. 2002.

BARROSO, E. **O que é Artesanato?**. Curso de Artesanato, Módulo 1, 2001. Disponível na internet por http em <http://www.fbes.org.br/biblioteca22/artesanato_mod1.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2018.

BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o desenvolvimento de novos produtos**. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2000.

BONSIEPE, G., KELLNER, P., POESSNECKER, H. **Metodologia Experimental: Desenho Industrial**. Brasília : CNPq/Coordenação Editorial, 1984.

BONSIEPE, Gui. **Teoría y práctica del diseño industrial**. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.

BORGES, A. **Design + Artesanato: o caminho brasileiro**. Curitiba: Editora Terceiro Nome. 2012. ISBN 97-885-781-08021.

br/sites/PortalSebrae/artigos/inovacao-no-artesanato,0c2b347ea5b13410VgnVCM100000b272010aRCRD?origem=segmento&codSegmento=3. Acesso: 08 de março de 2018.

BÜRDEK, B. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgar Blücher. 2006. ISBN 85-212-0375-6.

CANCLINI, N. G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983. ISBN 1388877755001.

DE FUSCO, Renato. **Historia del diseño**. Barcelona: Santa & Cole, 2005.

DENIS, R. C. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DROSTE, Magdalena. **Bauhaus Archiv. Köln: Taschen**, 2006.

EGUCHI, H. C. PINHEIRO, O. J. **Design versus Artesanato: Identidades e Contrastes**
Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design 8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

FERREIRA, A. B. de H. Miniaurélio: minidicionário da Língua Portuguesa. 7.ed. Curitiba: Ed. Positivo, 2008. ISBN 978-85-7472959-6

FLEURY, C. A. E. **Renda de bilros, Renda da terra, Renda do Ceará: a expressão artística de um povo**. Fortaleza: Annablume, 2002.

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

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo - Design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

FOTO DA MORINGA <http://leticiacarneiro.com/2015/07/moringa-de-agua.html>

FUNDAÇÃO NACIONAL DE ARTES - FUNARTE. **Artesanato brasileiro**. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1978.

GOMES FILHO, João. **Design do Objeto: Bases Conceituais**. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

GROPIUS, W. **Manifesto Bauhaus**. In> Arketekturbo, 2008 (http://www.arkitekturbo.arq.br/bauhaus_manifesto_por.html)

GUIDOT, Raymond. **Historie du Design de 1940 à nos Jours**. Paris: Éditions Hazan, 2004.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. S. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KNELER, J. F. **A arte e a ciência da criatividade**. São Paulo: Editora Ibrasa, 1978.

KOESTLER, A. **The act of Creation**. Londres: Hutchinson&Co LTD, 1964.

LEITE, R. P. Modos de vida e produção artesanal: entre preservar e consumir. In: CAVALCANTI, Cláudia (Ed.). **Olhares Itinerantes: reflexões sobre o artesanato e consumo da tradição**. São Paulo, Central ArteSol, 2005.

LÖBACH, B. **Design Industrial: bases para a configuração de produtos industriais**. 1.ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

MASCÊNE, D. C. (org.). **Termo de Referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato**. Brasília: SEBRAE, 2010.

MATTOS, T. **Feito a mãos: o artesanato em Santa Catarina**. Florianópolis: Tempo Editorial, 2008.

MELLO, R. S. **“Base para desenvolvimento do Projeto do Produto.”** *Projeto Pedagógico do Bacharelado em Design*. n. 2008. Canoas, 01 de Março de 2002.

MUNARI, B. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes. 1998. ISBN 85-336-0875-6.

NORMAN, D. **Emotional design: Why we love (or hate) everyday things**. New York, Basic Books, 2004.

OSTROWER, F. **Criatividade e Processos de Criação**. Petrópoles: Editora Vozes, 1984.

PANIZA, J. F. **Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual**. Dissertação Mestrado em Comunicação Visual. Escola de Comunicação e Artes, São Paulo: Universidade de São Paulo. 2014

PEDREBON, J. **Criatividade: abrindo a o lado inovador da mente – um caminho para o exercício prático dessa potencialidade, esquecida ou reprimida quando deixamos de ser criança**. São Paulo: Editora Atlas, 1997.

PETERSON, W. A. **A arte do pensamento criativo**. São Paulo: Editora Best Seller. 1991.

PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. **Termo de Referência**. Mar. 2004.

ROBBINS L. B. **O despertar na era da criatividade: passos e desenvolvimento do potencial criativo para a realização profissional e pessoal**. São Paulo: Gente, 1995.

SALES, V. **Artesanato**. In: **História Geral da Arte no Brasil**. Zanini, Walter 2º vol. São Paulo. 1983.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.- SEBRAE. **Artesanato**, 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com>.

SILVA, C. **Balanced Scorecard como ferramenta para gestão estratégica de design.** 2009. 202 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica.

SIQUEIRA, I. P. **A Força do Relacionamento entre Artesão e Designer no olhar de Carl Rogers** (XXXXX),

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. Curso de Desenho Industrial. **Projeto Pedagógico o Curso de Desenho Industrial.** UFSM, 2015.

APÊNDICE-1

Roteiro de Entrevistas para Artesões e Designers (profissionais) Frisar que a pessoa não necessita responder nenhuma pergunta em si e que está só responde as que se sentir a vontade para responder.

IDENTIFICAÇÃO DO OBSERVADOR	
Título da pesquisa	APROXIMAÇÕES E AFASTAMENTOS ENTRE O DESIGN E O ARTESANATO: O CRUZAMENTO DAS PROFISSÕES
Aluno	Henrique Gama Santos
Orientadora	Ana Lúcia Oderich
Contexto acadêmico	Trabalho de Conclusão de Curso II

IDENTIFICAÇÃO DA ENTREVISTA

Entrevistado/a:

E-mail:

Telefone:

Profissão:

Local da Entrevista e de Atuação Profissional:

Data:

Dia da semana:

Horário de início:

Horário de término:

Duração da Entrevista:

FORMAÇÃO E ATUAÇÃO PROFISSIONAL DO ENTREVISTADO

Formação:

1. Quais os conhecimentos que foram relevantes na sua atuação profissional?
2. Tens formação acadêmica?
3. Se sim, qual foi a Graduação que cursou?
4. Em que ano concluiu sua graduação?
5. Em que Instituição de Ensino Superior cursou sua graduação? Em que cidade?
6. Possui alguma Especialização? Qual?

Atuação profissional

1. É sua única ocupação?
2. Trabalhou em outras áreas além da campo da cerâmica?
3. Há quanto tempo você trabalha na área da cerâmica?
4. Possui alguma fonte de renda extra?
5. O que levou a atuar nessa área específica? Possui alguém como referência ou algo?
6. Você busca algum tipo de formação/qualificação para atuar na profissão? Quais?

Análise do Processo Criativo do Profissional

Formas de processos de produção

1. Tem algum procedimento?
2. Como chegou a esse processo?
3. Quais motivações te levam a produzir teus produtos?
4. Essas motivações influenciam no processo de produção?
5. Existem métodos alternativos para seu processo de criação ou segue sempre o mesmo?

Criatividade (métodos)

Como você explicaria referências, fontes de inspirações, na hora da criação das peças?

- Explique melhor
- Porquê?
- Como?
- Para quem?
- Deixa eu entender (repete o que ela disse e vê se está faltando alguma coisa, daí faz a pergunta para esclarecer algum ponto)

Personalidade aos objetos

(características próprias de um objeto criado que faz ele único)

1. Como se dá a questão das encomendas, perguntar:
 - a. A partir do referencial estabelecido pelo cliente, você aporta a sua percepção, interpretação, sobre o que foi solicitado ou busca se restringir os que foi proposto ou há uma dança entre estas duas opções.
 - b. De forma mais geral ou exclusiva ou para produtos específicos?
 - c. Como se dá essa ação?

Diferencial o trabalho Influência ou não em seus produtos

1. Suas emoções interferem nos seus produtos? Como?
2. Interesses? Quer comentar sobre isto?
3. Público ou públicos, para quais te diriges? Por que?
4. Quando estás desenvolvendo um produto, existe um público alvo específico ao qual te diriges para a criação ou usualmente procuras abordar diferentes públicos na elaboração do produto?
5. Aspirações? Mais imediatas? Para daqui a 5 anos? Para daqui a 10 anos? Para daqui a 20 anos?
6. Estás fazendo o que gostas?
7. Se fosse possível mudar alguma coisa do caminho percorrido até aqui, gostarias de mudar alguma coisa ou não ter vivenciado algo?

