



RESSIGNIFICANDO O ARTESANATO LOCAL: DESENVOLVIMENTO DE UM MODELO DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEL

*Ressignificating the local handicrafts: development of a sustainable business
model*

Valentim, Anamélia Fontana; Doutora; Instituto Federal de Santa Catarina,
anamelia@ifsc.edu.br¹

Oliveira, Aline Hilsendeger P.; Doutora; Instituto Federal de Santa Catarina,
alinep@ifsc.edu.br²

Grupo de Pesquisa em Ciências Sociais
Aplicadas e da Linguagem - GESIGN³

Resumo: O presente estudo apresenta resultados parciais obtidos por um grupo de pesquisa formados por professores de moda e gestão e tem como objetivo principal a construção de um modelo de negócios sustentável. Como resultados parciais propomos articulação do *design* com os conhecimentos tradicionais, especialmente como forma de ressignificar suas atividades, reatribuindo sentido ao artesanato local.

Palavras chave: artesanato; economia local; moda.

Abstract: The present study presents partial results obtained by a research group formed by professors of fashion and management and aims to construction of a sustainable business model. As partial results we propose the articulation of the design with the traditional knowledge, especially as a way to re-signify its activities, reassigning meaning to the local craftsmanship.

Keywords: crafts; local economy; fashion.

¹ Professora Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC. Graduação em Tecnologia em Moda e Estilo - UNESC. Especialização em Moda: Criação e Processo Produtivo - UNESC. Mestrado em Ciências da Linguagem - UNISUL. Doutorado em Ciências da Linguagem - UNISUL. Líder do Grupo de Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas e da Linguagem - GESIGN.

² Professora Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC.. Bacharel em administração de empresas, mestrado e doutorado em Ciências Ambientais. Líder do Grupo de Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas e da Linguagem - GESIGN.

³ Pesquisa desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas e da Linguagem.



Introdução

O presente estudo apresenta resultados parciais obtidos por um grupo de pesquisa formado por professores de moda e gestão do Instituto Federal de Santa Catarina campus Araranguá e tem como objetivo principal a construção de um modelo de negócios sustentável.

A moda compõe um sistema que se amplia a todo o momento. Compreende desde a criação das matérias-primas, os processos de desenvolvimento de produto, as escolhas dos consumidores, as formas de uso ou descarte do produto de moda propriamente dito, para citarmos especialmente seu caráter material. Além disso, este caminho cheio de atravessamentos também é produzido por imagens que circulam em revistas, redes sociais, etc., mostrando que sua dimensão ultrapassa o produto de moda. Observar a moda de maneira multidisciplinar também nos permite apreender a moda na sua dimensão política, no sentido de provocar mudanças, desta forma, a moda tem o potencial de ultrapassar o corpo para além de seu uso material. O projeto que está sendo desenvolvido pelo grupo de pesquisa GESIGN e que apresentamos neste artigo tem como um dos objetivos, promover com o design de moda, a resignificação do artesanato local. Entendemos que a efemeridade da moda caminhou para o esgotamento e a velocidade com que acontece não permite a sobrevivência de etapas e produtos artesanais.

Partindo de três princípios: aprendizado, inovação e colaboração, o projeto pretende criar uma rede colaborativa que conecta empresas, designers, artesãos e alunos e que funcione como catalisadora de ideias para aplicação de artesanato regional em produtos de moda de empresas locais. Considerando o artesanato como intrínseco à cultura do povo que o produz, enxergamos nele a possibilidade de materialização da inovação na moda. Na



pesquisa de vocações regionais já realizada, identificamos por meio de entrevistas à artesãos as carências, mas também as potencialidades de cada atividade manual se vinculadas a processos de design. Sendo assim, propomos articulação destes profissionais, especialmente como forma de ressignificar suas atividades, reatribuindo sentido ao artesanato local. Entendemos que desta forma há a possibilidade de ampliação das formas e dos meios de atuação de todos os profissionais envolvidos, dando nova função ao conhecimento.

A metodologia utilizada foi descritiva e exploratória, o referencial teórico foi desenvolvido a partir de livros, revistas científicas e produção própria do grupo de pesquisa. Os dados primários foram produzidos a partir da aplicação de uma entrevista em profundidade com 7 artesãos na cidade de Araranguá/SC.

A efemeridade e a velocidade da moda como empecilhos para inserção de práticas artesanais

A crítica à efemeridade, como algo que fundamenta a moda até os dias atuais, é de grande importância para a problematização e consequente crescimento da moda enquanto campo de estudo. O termo efemeridade aparece em Simmel (2008) como algo que aumenta o atrativo da moda e está no centro da discussão entre novidade e morte de cada consciência social momentânea. O autor relaciona essa efemeridade pungente, que ganha espaço e velocidade, à ruptura com o passado. Gilles Lipovetsky (1989, p.180) também fala da efemeridade da moda ao elaborar a ideia de moda consumada, “uma dinâmica interminável de renovação e de diversificação”.

Neste estudo, de forma breve, a crítica à efemeridade é um dos suportes para a apresentação dos prejuízos que observamos. Além dos danos ambientais e sociais, relacionados à alta demanda por produtos cada vez mais



baratos e produzidos de forma rápida, há ainda a invalidação do caráter criativo da moda, quando pensamos na moda como promotora de novidades em termos de vestuário.

A produção, o uso e o descarte de roupas de moda provocam uma grande variedade de impactos que, em termos gerais, podem ser analisados a partir de uma perspectiva socioambiental. Como sociedade, a obsessão pelo consumo de bens de moda gerou um crescimento enorme na moda de produção em massa, em especial de moda rápida, cujo foco é trazer as tendências apresentadas nas passarelas da moda aos centros comerciais o mais rápido possível. (GWILT, 2014, p. 14).

Neste modelo veloz de produção de produtos de moda, as cópias e adaptações baratas de tendências, que de certo ângulo garantem sucesso comercial e lucro, também engessam as possibilidades de inclusão das vocações regionais que poderiam ser inseridas nos produtos de moda que a região já produz. Além disso, a não inclusão de características regionais impede a criação de produtos com assinatura local, o que pode tornar-se um atrativo e trazer diferenciação. O projeto que estamos desenvolvendo no grupo de pesquisa GESIGN pretende criar uma consciência regional, de que é preciso inovar e a busca pelo conhecimento constante é primordial para isso. "A inovação sistêmica com relação à sustentabilidade começa com uma mudança de padrões de pensamento e de comportamento" (FLETCHER; GROSE, 2011, p.174).

Entender que a moda precisa alterar suas práticas é um enorme passo para a ressignificação de vocações regionais esquecidas e ou não valorizadas. Se a velocidade com que a moda opera as diferenciações de seus produtos é um importante elemento de sua esfera problemática, a inserção de práticas artesanais, mais lentas e exclusivas, mesmo que com capacidade limitada, pode render a criação de produtos variados e plurais.



Fazer com que as propriedades locais sejam relevantes para o setor da moda, para promover a sustentabilidade, é um processo potencialmente transformador, que visa fomentar a solidez econômica e, ao mesmo tempo, a diversidade cultural e estética. (FLETCHER; GROSE, 2011, p.108).

A pesquisa por atividades e artesãos da cidade de Araranguá e região, que abordaremos adiante, foi importante para identificar fontes para materiais e técnicas alternativas, com disponibilidade de insumos ou mão de obra.

Artesanato e iniciativas de sustentabilidade como projeto de negócio

A moda como um sistema produtivo e social, objetiva crescer economicamente como qualquer outra empresa, prosperando com lucro. Esse ciclo de crescimento tem se mostrado em colapso, em função dos problemas ambientais que o consumo da natureza, tida como matéria-prima, vem sendo explorado mais do que o ecossistema tem capacidade de regenerar. Somados a isso, os problemas sociais provenientes da exploração da mão de obra, 'terceirização da pobreza', vem se intensificando para dar conta desse sistema.

Cada vez mais, os produtos se tornam obsoletos em pouco tempo, necessitando de mais matérias-primas, tecnologia e recursos naturais para sua produção. O sistema da moda por muito tempo tem incentivado esse processo, pois sua duração é inversamente proporcional ao ciclo de vida dos produtos. Nesse cenário, outras formas de manifestação social e cultural vêm surgindo, nele um novo consumidor. Uma sociedade mais atenta e mais justa vem tomando uma consciência diferente do paradigma do modo de produção atual, tal da manutenção do consumo e da degradação ambiental e humana.

Assim, o mundo dos negócios vem se transformando, do paradigma mecanicista para um mais holístico. Nesse sentido, que os novos negócios devem buscar um propósito, para a revalorização do humano e da integração



deste com a natureza. Segundo Carvalho (2016), esse novo modelo de negócios conecta pessoas e organizações com a missão de compartilhar valores, pautados na equidade.

Essas questões que discutimos, nos remete a refletir sobre a sustentabilidade em suas dimensões ambiental, social e econômica. O Relatório Brundtland foi um marco para a definição do desenvolvimento sustentável, no qual defende que o desenvolvimento não pode prejudicar as gerações futuras, e requer que o atendimento às necessidades humanas seja disponível a todas as localidades do planeta (OLIVEIRA, 2017).

De acordo com Holden et al (2014) derivam do Relatório Brundtland 4 dimensões primárias da sustentabilidade. Dentre elas estão a sustentabilidade ecológica, a satisfação das necessidades básicas humanas, a promoção da equidade intra e intergeracional. Na explicação dos autores, o desenvolvimento não deve pôr em risco os sistemas naturais, sendo essa uma obrigação moral. As necessidades básicas como alimentação, emprego, saúde, devem ser atendidas, porém, devem proporcionar oportunidades de crescimento como a participação política, democrática e cidadã. A sustentabilidade ecológica deve considerar a equidade social, no tempo e no espaço, para proporcionar condições de vida para as gerações vindouras.

Sachs (2007), coloca como dimensão da sustentabilidade os processos de identificação cultural, o qual o local deve ser potencializado para se contrapor à homogeneização cultural. É neste sentido que o artesanato agrega os aspectos culturais, sociais e afetivos. Tendo ele, um aspecto tanto de arte quanto de produto.

Cestari e Caracas (2014) corroboram no sentido de que as atividades artesanais são práticas passadas de geração em geração, os produtos confeccionados pelos artesãos são expressões de valores, representações e identidade culturais.



Nas entrevistas realizadas identificamos a atividade realizada exclusivamente por mulheres, os produtos voltados para a produção em tecidos, como *patchwork*, camisetas pintadas à mão, artigo de decoração e tapetes artesanais a partir de tiras de tecidos. Os ateliês ficam na própria casa para conciliarem com as tarefas domésticas.

Na etapa da criação, as artesãs gostam de se inspirar em músicas e poesias, afirmam que seu estado de espírito interfere no desenvolvimento do trabalho, relataram que quando não estão de bom humor preferem não trabalhar, para não interferir na sua arte. Observamos a dificuldade de separar a figura do artesão com o produto a ser desenvolvido, pois cada um é único e conta sua história.

Desta forma que os produtos artesanais são expressões próprias do artesão, no qual sua matéria-prima principal é seu talento, criatividade e imaginação.

A atividade artesanal enseja o que se vê de moderno no mundo dos negócios, como a inovação, a cooperação e o aprendizado como processo de produtivo. A inovação requer um aprendizado contínuo para que a novidade se manifeste na concepção dos produtos. A cooperação gera um propósito para os negócios, de maneira que as pessoas se conectem umas com as outras na geração e disseminação de valor para a sociedade.

O conhecimento, mesmo que empírico, presente na atividade artesã é um fator relevante para a geração de inovação e de fonte para renda para o produtor. A inovação nesta atividade se apresenta na forma de rotinas, receitas de produtos (como o artesão costuma chamar), valores e competências empíricas empresariais. É nesta direção que a concepção do artesanato enquanto atividade econômica tem o potencial de ser sustentável, agregando tecnologia e manutenção dos aspectos culturais.



Para corroborar essas questões, verificamos que as artesãs entrevistadas, costumam compartilhar seus saberes ensinando suas atividades para filhas e vizinhas. A maior carência observada é em relação às rotinas de gestão de vendas dos seus produtos. Ao indagar como calculam seu preço de venda, elas disseram que multiplicam por 3 os custos com os materiais para a produção. Entretanto, cabe esclarecer que muitas delas utilizam retalhos de tecidos doados, de forma que o tempo para buscar, separar e preparar esses tecidos não são contabilizados nos custos, assim como o tempo de trabalho do artesão, conforme a entrevista aplicada.

Além desses aspectos o artesanato utiliza o reaproveitamento de materiais, torna o trabalho real, na perspectiva marxista, pois o produtor é o detentor da sua força de trabalho. O trabalho do artesão não é refém da lógica de produção de mercadorias, aumentando o ciclo de vida dos produtos e consequentemente, diminuindo os resíduos depositados no ambiente.

Design para sustentabilidade: a favor da cultura local

A identificação dos artesãos locais e a entrevista realizada com cada um, nos serve de suporte e justificativa para a tomada das futuras ações que elencamos a seguir, algumas já estão em andamento. Pesquisa de possibilidades de inserção do artesanato em produtos de moda; criação de cursos de curta duração na área de gestão, criatividade, marketing; apresentação do projeto para empresários de confecção da região; planejamento e desenvolvimento de coleções cápsula que conectem artesãos identificados pelo projeto, alunos do curso superior de Tecnologia em Design de moda do IFSC e empresas regionais que atuam no mercado de moda.

Ressignificar o artesanato local passa por uma nova percepção das possibilidades de inserção do artesanato e pela preservação da autonomia dos



artesãos. Atrair o artesanato à sustentabilidade e ao design de moda mostra que mesmo trabalhando localmente estamos pensando em nível global.

Conforme Fletcher e Grose (2011), um dos caminhos para repensar as práticas empresariais e criativas em moda pode partir da localização, ao rejeitar negócios comerciais impessoais, geralmente de grande escala, e optar por conhecer o produtor, a região e a comunidade onde atua.

O olhar do designer e do empresário que conhece as preferências do seu público, junto à escolha correta e cuidadosa de tradições e estéticas do artesanato, gera produtos com sensibilidade cultural, valores éticos e elementos que os diferenciam de produtos de escala industrial.

Quando executados em sua melhor forma, esse trabalho desestabiliza poderes e relações da cadeia de fornecimento e enriquece a vida dos artesãos e do designer, bem como daqueles que compram suas peças; é de fato, um catalisador de mudanças sociais e econômicas. (FLETCHER; GROSE, 2011, p.111).

As estratégias de *design* de moda orientadas para a sustentabilidade funcionam quando leva-se em consideração a amplitude das ações e possíveis resultados, desta forma, é essencial distanciar-se de negócios que utilizam o artesão apenas como mão de obra.

Considerações finais

Inicialmente, e de maneira ampla, entendemos que este projeto, apresentado parcialmente neste artigo, possibilitou o exercício de um olhar para a moda que a retira do lugar que a conecta com a efemeridade. A cada etapa ampliamos nosso horizonte de possibilidades e aproximamo-nos de nosso objetivo. Consideramos este processo essencial para o embasamento teórico do projeto e tomada de decisões.

O ponto fraco da atividade artesanal na região de Araranguá/SC é ter demasiado empirismo enquanto atividade empresarial e geradora de renda.



Embora haja dificuldade de inserção no mercado por não atender aos aspectos comerciais tradicionais, como os produtos produzidos em série a que estamos acostumados, além da falta de gestão de negócios, o artesanato se bem gerido é uma atividade promissora. Neste sentido, tem o potencial de se tornar uma rica fonte de renda, de valorização social, de preservação cultural e ambiental.

O artesanato é uma atividade que deve ser incentivada por meio de programas governamentais, parcerias com empresas, cursos de moda para a inserção de estratégias de *design*, melhorando a aceitabilidade mercadológica dos produtos.

O *design* de moda, deste ponto de vista, atua como um facilitador, interferindo no interior do sistema da moda, influenciando trajetórias de ação nas estruturas deste sistema, assim, suas ações modificam não apenas os produtos e como são feitos, mas também a economia, as hierarquias e os modelos atuantes de negócio.

Ao unir moda, *design* e artesanato temos a associação de características sociais e estéticas, além de produtos estamos falando de novos padrões de comportamento. No campo da sustentabilidade, se antes o olhar estava voltado ao desenvolvimento de materiais ecológicos, atualmente ele expandiu sua preocupação para aspectos sociais, econômicos, políticos e culturais.

Referências

Cestari, G. A. do V. Caracas, L. B. Artesanato tradicional, design e sustentabilidade: com a palavra quem produz cerâmica em Itamatatuiua. **Strategic Design Research Journal**, 7(2): 84-94 May-August 2014.

Disponível em:

<http://revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/viewFile/8466/4622>. Acesso em: 29 jun. 2018.



FLETCHER, Kate; GROSE, Linda. **Moda & sustentabilidade**: design para mudança. São Paulo: Senac São Paulo, 2011.

HOLDEN Erling, KRISTIN Linnerud, DAVID Banister. **Sustainable development**: Our Common Future revisited. Global Environmental Change, [s.l.], nº 26, p. 130–139, doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2014.04.006>.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

OLIVEIRA, Aline Hilsendeger Pereira de. **Sustentabilidade urbana e desenvolvimento socioeconômico: o desafio do município de criciúma, santa catarina**. 2017. 193 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Ciências Ambientais, Unidade Acadêmica de Humanidades, Ciências e Educação, Universidade do Extremo Sul Catarinense - Unesc, Criciúma, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/handle/1/5163>>. Acesso em: 28 jun. 2018.

SACHS, I. Rumo à ecossocioeconomia: teoria e prática do desenvolvimento. São Paulo: Cortez, 2007.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Texto & Grafia Ltda. 2008.