

**O ARTESANATO E SUA RELAÇÃO COM O DESIGN E A MODA NA
CONTEMPORANEIDADE: UM ESTUDO DE CASO NO INTERIOR PAULISTA**

***THE CRAFTWORK IN ITS RELATIONSHIP WITH DESIGN AND FASHION IN
CONTEMPORANEITY: A CASE STUDY IN SÃO PAULO COUNTRYSIDE***

Silvia Sasaoka¹

Monica Moura²

Resumo

Esta investigação, tema de dissertação de mestrado, trata da produção artesanal relacionada ao design e à moda com foco nas experiências de dois núcleos têxteis nos municípios do interior paulista, o Ateliê Marlene Brandão em Araçatuba-SP e a Confecção Prata Couro em Pratânia-SP. O objetivo foi examinar seus processos criativos, produtivos e de qualificação dos produtores, observando e inquirindo como ocorrem e se estabelecem as relações desses núcleos com o design e a moda. E averiguar as estratégias e dinâmicas que contribuíram para sua permanência no mercado da moda por mais de 50 anos. Resumidamente, esta investigação de abordagem qualitativa, pauta-se na revisão de literatura e pesquisas, documental e de campo, com aplicação de entrevistas semiestruturadas, observação dos processos e vivência nos locais. Os resultados obtidos possibilitaram uma análise comparativa entre o Ateliê Marlene Brandão e a Confecção Prata Couro, averiguando se esses questionamentos são capazes de apontar estratégias inovadoras nos contextos social, estético e econômico para o artesanato, mesmo a partir de práticas há muito estabelecidas.

Palavras-chave: design; moda; artesanato

Abstract

This research is the subject of a master's thesis with the purpose of studying artisanal textile productions related to design and fashion in contemporary times, focusing on the experiences of two textile cores of the center-west axis and northwest of the inner part of São Paulo State, named as Marlene Brandão Atelier of Fashion (Araçatuba-SP) and the Prata Couro Leather Couture (Pratânia-SP). The aim of this study is to investigate the two company's approaches in creative process, productive, human resources training by means of observing and questioning how these processes are set by design, and fashion links. Find out strategies that have contributed to their permanence in the fashion market for over 50 years. In summary mode, this investigation on qualitative approach is guided on literature review, documental and field of research based on semi-structured interviews, observation of local production. Given the

¹ Doutoranda, Unesp PPG Design-Faac, Bauru, SP, Brasil, silvia.sasaoka@gmail.com;
ORCID 0000-0001-8188-4298

² Professora Doutora, Departamento de Design, FAAC – UNESP, Bauru, SP, Brasil. monica.moura@unesp.br;
ORCID: 0000-0002-9994-6669.

results achieved from case study on both companies, a comparative analysis is carried out, considering the identification of common obstacles and success factors. In order to examine whether these issues can point out innovative strategies in the social, aesthetic and economic contexts of the craft, even from established practices before.

Keywords: design; fashion; craft

1. O Artesanato e Sua Relação Com o Design e a Moda

Na contemporaneidade vimos ocorrer a reintegração de conceitos e saberes e o rompimento das fronteiras entre diversas áreas do conhecimento, permitindo abrir novos caminhos para os campos do design, da moda e do próprio artesanato. Por outro lado, também observamos a descontinuidade dos processos de aprendizagem das artesanias, do saber fazer, provavelmente impulsionada pelo ritmo acelerado das mudanças tecnológicas e da abrangência global do mercado de produtos artesanais e utilitários em um sistema econômico que afasta o produtor do consumidor em distâncias díspares.

No Brasil, o artesanato não pode ser compreendido em um único ideário, visto que é criado e produzido de formas diversas e dispersas por diferentes grupos sociais, geográficos e culturais. E nesse cenário, em constante mudança, cresce uma cultura complexa, submersa pelos meios de difusão de informação pulverizada do mundo globalizado. O artesanato passa por um processo de ressignificação nas relações ligadas às suas tradições. Adquire características que podem ser aplicadas, em qualquer localidade, a sistemas de valores formados por criadores individuais ou coletivos, e não necessariamente por uma comunidade ou um grupo pertencente a uma mesma cultura.

Da ocorrência da produção do objeto artesanal em vários campos no Brasil, emerge também a discussão sobre o lugar do artesanato na sua relação com o design e a moda. O artesanato começa a ocupar espaço como elemento artístico de discurso e de inovação ampliando sua presença e sendo capaz de dialogar com outras áreas. Por outro lado, o artesão sem uma educação profissionalizante formal não desenvolve noções básicas para interpretar mudanças no seu contexto social, cultural e econômico e no de seus consumidores, tendo grande dificuldade para adaptar-se à passagem de uma atividade produtiva de subsistência para uma atividade produtiva de maior porte, ou sequer para estabelecer alguma intersecção virtuosa entre ambas.

A produção artesanal em tal contexto, depende de uma cultura de consumo para manter-se “viva”, mas também de noções valorizadas na contemporaneidade, tais como o produto manufaturado, a peça única, a autoria e a revitalização do objeto artesanal, seja por meio da mídia de massa, seja por programas institucionais ou pelo terceiro setor. Logo, como pode o artesão recuperar o controle sobre seu processo? Na busca por emancipação, os produtores precisam conhecer os códigos de comunicação, da cultura e da sociedade que envolvem as novas necessidades dos indivíduos e a sua relação com as coisas, bem como seus valores simbólicos, particularmente desenvolvidos nos campos do design e da moda, áreas com que têm historicamente mantido relações de proximidade na produção, desenvolvimento e comercialização. Sem incorporar esses códigos, os artesãos encontram alternativas de subsistência individual e coletiva no atendimento a mercados específicos em expansão, brindes corporativos, artigos para turistas e outros, na tentativa de gerar produtos similares aos da indústria. Mas o foco na produtividade em tal escala e diversidade de produtos, para viabilizar ganhos, constitui uma falsa solução para a conquista de autonomia e

sustentabilidade do artesão, nos termos de seu desenvolvimento criativo.

O artesanato tem como desafio recuperar seu significado original de prática ou objeto como valor cultural de um local e de um grupo social, compreendendo e inserindo autonomamente em seus processos esses paradigmas em relação ao mercado e à sociedade de consumo. Já para os artesãos, o desafio é encontrar referências para a conquista de sua autonomia plena na elaboração e distribuição de seus trabalhos. Esta investigação surge do questionamento e da busca de soluções a partir de minha própria prática profissional, no contexto de programas de fomento envolvendo design, moda e artesanato realizados desde 2000 em comunidades de artesãos de diversos estados do Brasil.

Considerando o cenário de mudanças vivenciadas no Brasil e no mundo, esta pesquisa busca entender de que maneira a relação entre moda, design e artesanato pode contribuir para o desenvolvimento de um processo de produção artesanal de qualidade. Consolidando-se etapas técnicas e estéticas, de criação, qualificação, infraestrutura, confecção e comercialização. Com base na trajetória das empresas Prata Couro e Ateliê Marlene Brandão foram analisados os meios que encontraram para adequar o artesanato às suas linhas de produção, respectivamente durante 82 e 51 anos de atividade. A partir desses referenciais a investigação buscou compreender a relação entre design, moda e artesanato para a construção de modelos visando a melhoria das condições de criação e da produção artesanal no contexto da contemporaneidade.

A pesquisa também se faz necessária pela carência de estudos brasileiros a respeito do envolvimento entre as áreas de artesanato, moda e design, especialmente no entrelaçamento de seus processos criativos. O trabalho pode, nesse sentido, contribuir para identificar novos elos nessa relação, propor uma reflexão sobre os conteúdos interdisciplinares como método de trabalho e como estratégia para o desenvolvimento da pesquisa e, por meio da tríade dialogal design-moda-artesanato, compatibilizar saberes relacionados aos processos criativos e modos de produção e de comunicação no contexto da contemporaneidade. Pretende-se, assim, contribuir com a comunidade científica das áreas do design, da moda e do artesanato e com os laboratórios universitários de pesquisa em design e artesanato, em especial o Laboratório de Pesquisa em Design Contemporâneo: Sistemas, Objetos e Cultura.

Esta investigação, de abordagem qualitativa, pauta-se na revisão de literatura e na pesquisa documental e de campo com aplicação de estudos de caso, entrevistas semiestruturadas, vivência e observação dos processos e locais das empresas estudadas. Os dois estudos de caso são explorados segundo uma perspectiva crítica e comparativa entre ambos – o Ateliê Marlene Brandão no município de Araçatuba e a Confecção Prata Couro localizada no município de Pratânia, ambas no centro-oeste do estado de São Paulo. Portanto, o objetivo da pesquisa foi compreender a relação entre design, moda e artesanato para a construção de modelos visando à melhoria das condições de criação e da produção artesanal no contexto da contemporaneidade, a partir de estudos de caso em dois núcleos produtivos no segmento têxtil que adotam procedimentos artesanais, considerando o cenário de mudanças vivenciadas no Brasil e no mundo.

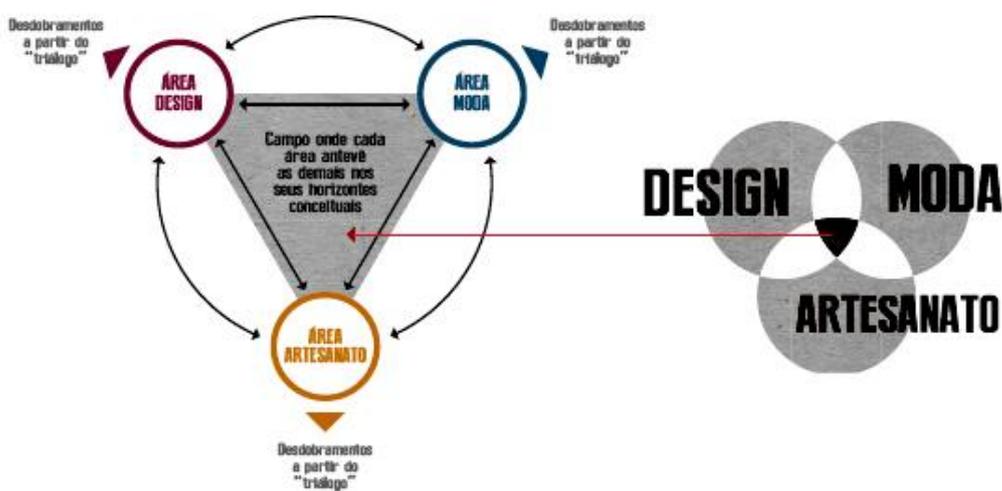
2. Revisão de literatura

A estrutura da pesquisa bibliográfica, como mostra o diagrama na figura 1, teve como estratégia aproximar as áreas de Design, Moda e Artesanato para estabelecer relações. Partindo de um amplo levantamento bibliográfico, foram selecionados autores que abordam, em seus horizontes conceituais, temas que permitem o diálogo entre DMA.

Para introduzir a discussão dos campos DMA buscou-se uma chave de leitura da contemporaneidade inicialmente de enfoque disciplinar para compreender a interdisciplinaridade entre eles. O resultado desta pesquisa se estabelece no campo central em comum formado pelas inter-relações e intersecções das três áreas. A pesquisa aponta novas questões sobre a noção de contemporaneidade versus o tempo contemporâneo. A percepção da vida pós-moderna versus os reflexos da pós-modernidade e o conceito de hipermodernidade pela perspectiva do consumo. A fundamentação teórica versa sobre os temas DMA e a inter-relação entre esses campos, utilizando como referencial teórico os conceitos e análises de autores como Agamben (2009), Avelar (2011), Lina Bo Bardi (1980), Bonsiepe (2011), Bomfim (2014, Bürdek (2006), Cardoso (2008), Calefato (2004), Castilho (2008 e 2013), Crane (2013), Deforge (1996), Heskett (2018), Lipovetsky (1989), Lipovetsky e Sebastien (2004), Harvey (1989), Featherstone (1995), Moura (2003, 2012, 2013) e Schneider (2010), além de bibliografias complementares de autores como Franco Junior (2001), Ingold (1993), Paula (2006), Risatti (2007) e Sennett (2009), entre outros.

Os autores selecionados indicam temas que preconizam uma discussão entre DMA, representada nas áreas de interseção entre design e artesanato, moda e artesanato e design e moda. No centro encontra-se a área comum desse triálogo, conforme mostra o detalhe do diagrama à direita da Figura 1.

Figura 1: Diagrama da relação entre design, moda e artesanato contemporâneo brasileiro e diagrama da interseção entre DMA



Fonte: elaborado por Sílvia Sasaoka

Para pensar o design foram selecionados os autores que abordam uma dimensão transdisciplinar e interdisciplinar integrando-se em suas visões, o conhecimento de diversas ciências. E que têm em seus horizontes conceituais temas que permitem a aproximação com o artesanato e a moda, conforme mostra o diagrama da Figura 2. Muitos aspectos do design ficaram fora dessa discussão devido ao foco estabelecido nesta pesquisa.

Figura 2: Diagrama de autores pesquisados sobre o tema design



Fonte: elaborado por Silvia Sasaoka.

Da mesma forma foi estudado o termo moda, conforme apresenta a Figura 3. Os autores selecionados têm em suas perspectivas a moda como fenômeno cultural e social e, semelhante ao design, consideram a moda como uma ação contemporânea de linguagem, extrapolando o sentido de vestuário e de mercadoria, permitindo o diálogo com o design e o artesanato. Nesta pesquisa buscou-se explorar a questão dos significados nos termos vestuário, roupa e moda

Figura 3: Diagrama de autores pesquisados sobre o tema moda



Fonte: elaborado por Silvia Sasaoka.

No estudo do artesanato buscou-se uma teorização sobre o termo procurando estabelecer uma estrutura metodológica a fim de desafiar estereótipos e questionar o significado do objeto artesanal e de seus produtores no contexto da sociedade contemporânea. Conforme a Figura 4, a seleção de autores e conceitos propostos por organizações e políticas públicas permitem a aproximação com o design e a moda. A discussão sobre o artesanato instiga uma abordagem de questões antropológicas ou sociais, mas esta pesquisa focou os aspectos do artesanato no contemporâneo, o que dirige a discussão para a ressignificação do termo no contexto atual, auxiliando no diálogo com o design e a moda.

Figura 4: Diagrama com autores pesquisados sobre o tema artesanato



Fonte: elaborado por Silvia Sasaoka.

A etapa a seguir trata do design contemporâneo, área que representa a interseção dos campos DMA, onde se observam as características que os aproximam e os distinguem, conforme apresenta a Figura 5. Entende-se o resultado da interseção DMA como um produto social, um elemento de discurso com significados que instigam a discussão dessas fronteiras. Caracterizado pelo pensamento sistêmico sem categorização estanque, o DMA tem em comum a ação projetual nas práticas das três áreas que envolvem concepção, criação, projeção e produção. A configuração diversa do design contemporâneo revela-se num campo criado a partir do triângulo entre as áreas, rompendo fronteiras e idealizando realidades transdisciplinares.

Figura 5: Diagrama dos autores pesquisados sobre o tema design contemporâneo



Fonte: elaborado por Silvia Sasaoka.

3. Referências da Relação DMA na Contemporaneidade

A interseção e a relação entre DMA na contemporaneidade é representada neste estudo por meio de cinco referências de práticas contemporâneas. Essas experiências abrangem diferentes estratégias, servem a finalidades distintas e reúnem diversas formas de inserção do artesanato como discurso no design e na moda.

- **Droog Design** Grupo holandês que quebrou paradigmas nos anos 1990. Foram observadas as obras de dois designers que participaram do grupo em 1998, Marcel Wanders, criador da Knotted Chair, e Hella Jongerius, que concebeu a Knitted Lamp. Nestes dois casos, a incorporação do artesanato pelo design contemporâneo evidencia a fusão de alta e baixa tecnologia entre o artesanato e a indústria por meio de processos experimentais na produção de objetos em pequena escala.
- **Irmãos Campana e Espedito Seleiro** Os três trabalhos de Fernando e Humberto Campana são estudados para compreender as fases distintas de evolução do significado e da importância do artesanato. Nos trabalhos mais recentes destaca-se o protagonismo do artesanato e a proposta de coautoria das obras, entre os designers Campana e o artesão Seleiro.
- **Straat bambu e trocas técnicas e culturais em intercâmbio estudantil internacional** O encontro entre os estudantes de design Takeshi Sumi do curso de Design da FAUUSP (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP) e Dries Wagenberg da Design Academy Eindhoven da Holanda e o artesão Eduardo Nakayama da Oficina Kotybambu de Cotia/SP, ilustra uma relação paritária, da perspectiva da educação formal em design e engenharia. Sob esse aspecto, realizou-se a troca conhecimentos de abordagens estéticas e soluções técnicas para investigar diversas possibilidades construtivas e processos de criação e projeção.
- **Renato Imbroisi e as rendeiras de renda irlandesa de Divina Pastora** Parceria criativa entre designer e artesãs para geração de renda. O designer e empreendedor social Renato Imbroisi desenvolveu didática específica para o trabalho têxtil de renda com as rendeiras de renda irlandesa de Divina Pastora. A troca bem conduzida entre as ferramentas do design e o saber artesanal permitiu às rendeiras o acesso a métodos e aprimoramentos que expandiram seu repertório técnico e artístico, sua eficácia de organização em grupo e sua capacidade de adequar-se ao mercado, com o qual ampliaram sua interação ao circuito regional e nacional do design e artesanato.
- **Fernanda Yamamoto e as rendeiras do Cariri paraibano** Na integração entre design e artesanato no campo da moda, a estilista paulistana Fernanda Yamamoto aplica design e artesanato à moda. O trabalho realizado junto com as rendeiras de renda renascença da Paraíba se destaca pelo processo de construção de saberes compartilhados. Trata de um projeto de imersão na realidade local por membros do ateliê FY junto às rendeiras, O longo processo de pesquisas técnicas e de criação para o grande sistema da moda, produção e circulação, com a participação das próprias rendeiras no desfile do SPFW (São Paulo Fashion Week). A didática desenvolvida contribuiu, na construção de uma visão sistêmica da moda, para a formação das artesãs paraibanas.

4. Materiais e métodos para dois estudos de caso: Ateliê Marlene Brandão e Prata Couro

A pesquisa de campo se deu por meio da vivência e observação in loco no Ateliê Marlene Brandão localizado no município de Araçatuba e na Confecção Prata Couro no município de Pratânia, a 523 Km e 196 Km da capital respectivamente. A coleta de dados compreendeu entrevistas aplicadas aos proprietários e funcionários das empresas, acompanhadas dos registros fotográficos dos locais e observação direta. A pesquisa documental, incluiu levantamento de documentação das empresas, textos, websites, jornais, revistas e catálogos relacionados à divulgação de produtos e coleções. O Quadro 1 mostra o planejamento da coleta de dados para a sistematização das informações, que compreendem: o mercado, a formação e capacitação de seus funcionários, os processos de criação, a prática projetual, e os processos de produção, de gestão e de circulação dos produtos.

Quadro 1: Planejamento para coleta de dados

COLETA DE DADOS				
TEMAS	DADOS GERAIS DAS EMPRESAS	FONTE DOCUMENTAL		ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS
Aspectos da empresa	Dados sobre a empresa; dados históricos; número de funcionários	Registros; imagens; produção; assuntos em nível local	Anexos a esta dissertação	Proprietários fundadores funcionários e ex-funcionários
Empresa	Ateliê Marlene Brandão; Confecção Prata Couro	Folders; fotografias; jornais; revistas	Desenhos; modelagens; material têxtil	Inspiração; motivação; aprendizado de técnicas; relação com a empresa
Mercado	Público consumidor	Fotografias de produtos específicos	Material promocional	Percepção de mercado; crise; superação
Formação e capacitação	Relatos de processos	Fotografias históricas da empresa	Treinamento para produção	Observação da produção; técnicas aprendidas relacionadas à produção
Processo de criação	Relatos de etapas	Fotografias de produtos diferenciados	Desenhos; referências culturais	Ampliação e redução da empresa;
Prática projetual	Qualificação de produtos específicos ou coleções	Fotografias de modelagem	Verificação de modelagens, equipamentos e infraestrutura	Práticas de modelagem e desenho; percepção dos diferentes processos
Processo de produção	Observação dos fluxos	Registro de determinadas etapas	Atualização de métodos	Busca de inovação; percepção sobre as mudanças técnicas e variações têxteis
Processo de gestão	Observação dos fluxos	Fotografias do contexto histórico da empresa	Meios de divulgação	Problemas e soluções;
Processo de circulação de produtos	Pontos de distribuição; lojas	Fotografias de revistas, jornais, eventos, lojas	Estratégia de comunicação	Problemas e soluções

Fonte: adaptado de Creswell (2013, p. 193)

O roteiro elaborado para as entrevistas semiestruturadas baseia-se na investigação da relação entre DMA na contemporaneidade, estabelecida nos objetivos desta pesquisa e na busca de referenciais por meio da análise sistemática da trajetória, dos processos e dos métodos de criação, produção e circulação utilizados pelas empresas. Os grupos de entrevistados são compostos por homens e mulheres que cumprem diversas funções dentro das empresas ou fora delas, no caso de ex-funcionários. São eles: uma criadora/fundadora da empresa, uma costureira, dois sapateiros, uma estilista (profissão conhecida hoje como designer de moda), uma vendedora e quatro administradores. Nas perguntas abertas desta pesquisa qualitativa, são abordados dados históricos, os processos de criação, as práticas projetuais, formação e capacitação dos funcionários e os processos de produção, de gestão e de mercado das duas empresas. As entrevistas têm foco nos processos que ilustram os mecanismos e dinâmicas das duas empresas e permitiram compreender a gestão de ambas para identificar seus meios de permanência no mercado.

Quadro 2: Características das entrevistas

ENTREVISTAS	CONFECÇÃO PRATA COURO	ATELIÊ MARLENE BRANDÃO
Universo de pesquisa	Empresa	Empresa
Local	Pratânia/SP	Araçatuba/SP
Tipo de entrevista	Presencial	Presencial
Número de entrevistados	6	4
Funções dos entrevistados	Proprietário aposentado Proprietária aposentada Diretor/proprietário Ex-funcionários Ex-funcionária	Fundadora/proprietária Estilista/proprietária Diretora comercial/proprietária Ex-funcionária
Número de visitas em campo	3 (Pratânia)	3 (2 em Araçatuba; 1 em São Paulo)
Ambiente das entrevistas	Escritório Oficina de ex-funcionário	Residência Ateliê Lojas

Fonte: elaborado por Sílvia Sasaoka

5. Análises Descritiva e Comparativa das Empresas Marlene Brandão e Prata Couro sob a Ótica do Design-Moda-Artesanato

Os estudos de caso das empresas Confecção Prata Couro e Ateliê Marlene Brandão demonstram que a diferença entre ambas reside nos contextos culturais constituídos através de seus respectivos processos de criação e produção, de suas práticas projetuais, de circulação e comercialização bem como de seu consumo. Das narrativas dos entrevistados constam descrições cronológicas e detalhes de suas experiências, memórias, interpretações e relatos pessoais, apresentados em forma de análise descritiva no Quadro 3.

Podemos observar ainda nesse quadro, os itens que apontam para as distintas e respectivas estratégias de gestão desenvolvidas pelas empresas – no intervalo de oito décadas pela Confecção Prata Couro e de cinco pelo Ateliê Marlene Brandão. Tais estratégias as levaram a permanecer operantes no mercado da moda até os dias atuais, defrontando-se com condicionantes internos e externos relacionados a mudanças e alterações nos sistemas político, econômico, social e cultural ocorridos ao longo de sua história e, atualmente, se

relacionando e atuando com as interferências, influências e reflexos da contemporaneidade. As empresas Prata Couro e o Ateliê Marlene Brandão não correspondem integralmente ao ideário do design contemporâneo como discutiu-se nas cinco referências da relação entre DMA aplicadas, no entanto elas se inserem no momento contemporâneo e os reflexos estão presentes em seus trabalhos.

Quadro 3: Análise descritiva das empresas

ASPECTOS DA EMPRESA	CONFECÇÃO PRATA COURO	ATELIÊ MARLENE BRANDÃO
Fundação	1934	1965
Produtos atuais	Jaquetas e acessórios de couro	Roupas de festa
Base atual de preços de produtos	Jaquetas: R\$ 719,10 a R\$ 1.050	Vestidos de festa: R\$ 8 mil a R\$ 10 mil
Materiais utilizados hoje	Couro, ferragens e aviamentos	Tecidos nacionais e importados, pedrarias e aviamentos diversos
Processos artesanais	Corte, costura, colagens, montagem, aplicação de aviamentos	Modelagem, corte, passadoria, costura, acabamento, caseados, bordados e confecção de acessórios (cintos e broches)
Práticas projetuais	Desenho básico de modelos; Elaboração de protótipos; Desenho de moldes; Desenho de componentes para botas (fôrma, sola, parte superior, interna); Desenho de componentes para jaquetas (mangas, golas, parte frontal e posterior, adornos)	Desenho básico de modelos; Elaboração de protótipos; Desenho de moldes; Modelagem – definição do tipo de estrutura e caimento; Definição de paletas de cores; Desenho de componentes para vestidos (forros, técnicas específicas de costura, bordados, mangas, saias, golas)
Processos de produção atuais	Jaquetas: desenho, desenvolvimento da peça piloto, seleção e adaptação de moldes prontos, corte da pele de couro, colagem, montagem, costura, adornos, pespontos e aplicação de botões	Vestidos: desenho, seleção e adaptação de moldes prontos, desenvolvimento de matriz, ajustes, provas, corte do tecido, passadoria, bordados, adornos, montagem, arremates, fechamento das partes
Gestão de produção	Início: centralizado na função de sapateiro; Auge: produção para atacado com 150 funcionários; Atual: terceirizados e varejo, no total de 15 funcionários	Início: centralizado na função de costureira; Auge: produção para atacado com 110 funcionários; Atual: terceirizados, sob medida e representações comerciais, com aproximadamente 5 funcionárias
Gestão de crises econômicas	1985/1990 Terceirização da produção; Redução de funcionários; Fechamento da fábrica 2016 Vendas on-line	2010/2013 Redução de funcionários; Terceirizações 2016 Venda no varejo de multimarcas
Mercado	Início: público local rural Auge: público regional e de metrópoles do estado Atual: público da internet e turistas locais	Início: público de alta renda da sociedade local Auge: público nacional Atual: referências de contatos anteriores
Capacitação técnica de funcionários	Início: modelo mestre/aprendiz Auge: oficina/fábrica Atual: não há capacitação	Início: mestre/aprendiz Auge: ateliê/fábrica Atual: terceirizado qualificado pelo ateliê

Fonte: elaborado por Sílvia Sasaoka

9. Fatores que Afetam os Dois Núcleos Têxteis e a Relação DMA

Nesses estudos de caso, a localidade teve papel fundamental. As duas empresas, de Pratânia e

Araçatuba, situam-se ao longo da Rodovia Marechal Rondon – estrada que corresponde ao eixo centro-oeste e noroeste do interior paulista ligando o estado de São Paulo ao de Mato Grosso. Ambas as cidades concentram sua economia na agricultura, sendo que em Araçatuba predomina também a pecuária. Segundo o IBGE (2016), Pratânia tem uma população estimada em 5.074 habitantes e Araçatuba, em 193.828 habitantes. Os aspectos culturais das cidades, sua dimensão populacional, sua economia, as atividades locais e suas relações de trabalho são determinantes do caráter de cada uma dessas empresas.

Entre as particularidades do interior paulista observadas está uma espécie de isolamento dos reflexos da pós-modernidade. Contexto em que a chegada tardia de meios de comunicação e tecnologias, inclusive a internet, os reflexos da contemporaneidade começaram a ser percebidos culturalmente de modo fragmentário e desigual. Esse conceito pode ser entendido segundo Harvey, como a vida pós-moderna, marcada pela experiência de compressão do espaço e do tempo gerada pelo encolhimento do mapa do mundo por meio das inovações tecnológicas nos transportes e comunicações, levando a uma sociedade global sem fronteiras e à aceleração do tempo aplicado na produção, na troca e no consumo (HARVEY, 1989, p. 256). Para as proprietárias do Ateliê Marlene Brandão, a percepção do sistema da moda foi facilitada pelo amplo acesso a circuitos nacionais e internacionais de informação relacionados a esse mercado. Já em Pratânia, essa percepção era menor em função da escala regional de seu público e do acesso à informação mais restrito aos meios de comunicação de massa.

As empresas mostram pouca variação no nicho de mercado e na ampliação do público-alvo. Observa-se, que o mercado permaneceu estável sem oscilar com as tendências de moda. A Confecção Prata Couro conquistou seu apogeu nos anos 1980 de modo progressivo e hoje concomitante à sua produção, seu público consumidor diminuiu. O varejo é explorado por meio de um site de vendas (www.pratacouro.com.br) e do turismo em Pratânia. A loja sediada em São Manuel encerrou suas atividades em agosto de 2016.

O público do Ateliê Marlene Brandão cresceu a partir dos anos 1980 com a ramificação da empresa em produção de vestidos de festa por atacado e confecção de roupas em maior escala. Com a crescente concorrência do mercado de roupas de festa no Sudeste do país e o acesso a núcleos de bordadeiras especializadas em Minas Gerais a custos menores, a empresa vem enfrentando uma crise progressiva nas vendas.

A imagem dos produtos da Confecção Prata Couro está associada à fama da cidade, favorecida pela própria história da empresa na tradição do vestuário de couro, e a do ateliê Marlene Brandão está também associada à tradição do nome e às roupas que circulam pelos grandes eventos sociais da região e de algumas capitais do país. Heloísa Brandão relata que seu público não se restringe a Araçatuba.

Desse modo, os dois estudos de caso demonstram que as diferenças culturais e econômicas oriundas de realidades distintas e de diferentes estratos sociais do país justificam os modos de produção, bem como o seu consumo, através do processo de mercantilização de produtos. São exemplos que permitem uma compreensão aprofundada de mecanismos que ocorrem na perspectiva do mercado. Lipovetsky (1989, p. 29-31) afirma que a lógica do consumo não se restringe mais às estruturas sociais impostas pela sociedade, por culturas e por ideologias, mas se realiza na vida social e individual. O autor aponta que o passado é o tempo revisitado e passa a ser reutilizado dentro da lógica do consumo. Nessa perspectiva, compreende-se que há uma mercantilização dos valores, os quais não se baseiam em referenciais históricos.

Outro fenômeno de sentido nostálgico que se explica pela lógica do consumo é o turismo de festas de rodeio e de montaria. Esse público se reúne para experimentar momentos de lazer montando cavalos ou apreciando concertos de música sertaneja. No traje se incorporam: chapéu de abas largas, cinto largo de couro, botas de bico fino e cano bordado com motivos florais e camisa xadrez, lembrando o vaqueiro. De acordo com Canclini, as cidades reproduzem o universo simbólico rural através de suas heranças nostálgicas do campo, que se mesclam com as formalidades arcaicas e modernas de suas culturas. Antes, eram expressões de uma comunidade, hoje se trata de uma espetacularização a ser cultuada (CANCLINI, 1989, p. 23). Trata-se de um fenômeno de consumo recente, que tem se expandido no Brasil. A apropriação de um passado fantástico na lógica de consumo é capaz de promover em escala nacional tanto o nicho de mercado para roupas de festa e roupas para noivas, remetendo ao imaginário de realeza máxima feminina, quanto a lembrança de um caubói aventureiro e heroico desafiador de bois e cavalos em montaria.

Como vimos, a integração entre DMA, proposta pelas referências deste estudo e constatadas em certas operações bem realizadas de suas práticas, pode ocorrer e contribuir para a continuidade do artesanato, bem como para sua valorização e disseminação, mesmo em empresas de pequeno porte e fora do circuito de grandes centros e metrópoles.

Outro aspecto a apontar é que essas empresas e seus gestores atuam com processos de design ou nos âmbitos do design e da moda, de forma empírica. Ou seja, criam, interferem em modelos pré-estabelecidos, inovam e reproduzem por ainda não terem tido melhor compreensão da importância do profissional de design e do quanto ele poderia contribuir com suas empresas, inclusive economicamente. Essas empresas optaram pelos circuitos tidos como periféricos em vez do circuito principal da moda, preferindo não seguir o calendário de moda tradicional, as tendências ou microcoleções, como é comum no mercado de moda atual, tal como se vê em eventos como SPFW. Ao se pautarem apenas por referências seletivas de modelos existentes ou pela mídia, ainda assim atendem à tendências estéticas específicas e mesmo tecnológicas – tipos de tecido, aviamentos, acabamentos, etc. – que são incorporadas em seus sistemas de criação, produção e confecção de novas peças e que, de certa forma, ao serem reproduzidas são examinadas em suas escolhas específicas de elementos passíveis de apropriação cultural local. Sem dúvida, essas empresas atuam com processos de produção artesanal, inclusive contemporâneos, tanto os totalmente manufaturados quanto os que integram processos manuais e mecânicos. Elas também desenvolveram uma sistemática capaz de consolidar todas as etapas técnicas e estéticas, de adequação da infraestrutura necessária, de confecção e comercialização, acompanhando e/ou superando o cenário de mudanças vivenciadas no país. Por outro lado, lidam com apropriação de memória, de tradição local, e com adequação ao mercado consumidor e ao desenvolvimento de peças exclusivas sob medida. Mesmo que não tenham a compreensão plena de todos os aspectos envolvidos contemporaneamente na associação entre DMA, estão à frente em um mercado consumidor de características contemporâneas, inclusive na relação com a manufatura e o artesanato, por suas características de manutenção de uma heterogeneidade de opções, de diversidade de modos de produção e de sustentação de mercados e públicos específicos nas suas opções. Fora esse aspecto, a longa vivência de ambas as empresas nos leva a inferir que elas sempre estiveram atentas às mudanças e necessidades de adequação aos ritmos desses mercados, com seus produtos apresentando muitos aspectos de qualidade e inserindo inovação em ritmo próprio.

A fragilidade de ambas as empresas é a capacitação de pessoal que, por ocorrer apenas via tradição oral e observação local, como é o caso da Confecção Prata Couro, ou com cursos e procedimentos de aprendizado, como no Ateliê Marlene Brandão, não faz com que os

profissionais depois de capacitados sejam reconhecidos a ponto de se integrarem nos processos de criação ou gestão – o que os leva a trabalhar em outras empresas ou a abrir seus próprios negócios. Esse é um dos aspectos que consultorias adequadas poderiam melhorar, desenvolvendo técnicas de aproveitamento da construção e da transmissão de conhecimento, para o desenvolvimento não só das próprias empresas como de todo um sistema de criação e produção local. Neste sentido, a contratação de designers mesmo que temporários em áreas como criação, desenvolvimento de produtos, utilização de descartes têxteis, aprimoramento de sistemas de produção e comercialização, já poderia contribuir sensivelmente para a melhoria e o enriquecimento financeiro das empresas estudadas. Também nos processos de comunicação e divulgação apresentam carências que, até em relação às atuais mídias digitais e sociais, a colaboração de designers seria valiosa.

6. Considerações Finais

Os pontos comuns encontrados nas interseções conceituais do DMA residem na produção de objetos e significados voltados às práticas que envolvem concepção, criação, projeção, produção e circulação, assim como nas suas definições conceituais. Outra particularidade e condicionante na relação DMA que pode ser relacionada a este estudo dá-se no modo de produção em pequena escala, uma vez que o “fazer” e o “saber” envolvem mãos humanas em processos predominantemente artesanais como a costura, ainda que em escala semi industrial.

Da pesquisa bibliográfica concluiu-se que a literatura raramente aborda a relação tríade do DMA mas concentra-se na relação entre arte, design e artesanato. As diversas publicações e pesquisas levantadas para esse estudo mostram que os dois campos aliados mais encontrados foram design/artesanato e moda/artesanato. Elementos da dimensão de signo visual manifestos como linguagem por meio de múltiplos materiais e formas se entrecruzam na relação entre DMA e são características do design contemporâneo.

A partir da pesquisa conceitual, é possível compreender que a ação projetual – uma prática característica do design – se dá nas áreas que envolvem concepção, criação e produção, presentes na moda e, em menor escala, no artesanato. Ademais, neste estudo, o design é o impulso inicial para o criador de moda, cuja matriz instala-se no conhecimento de processos de trabalho que relacionam também moda e artesanato. E que essa ação projetual ocorre, ainda que por processos autóctones, em ambos os estudos de casos.

A relação entre DMA e os estudos de caso demonstram a presença de um pensamento sistêmico que inclui o diálogo com a complexidade do mundo contemporâneo. Há domínio de uma linguagem visual nas práticas realizadas pelas empresas que se dá por uma intenção que antecede sua execução, constituindo-se em projeto. Já nos processos desenvolvidos pela maioria dos artesãos, observou-se que a linguagem visual vai se construindo por meio do fazer e por uso de técnicas e conhecimento tácito em que escolhem caminhos para alcançar o resultado que se encerra no objeto, no qual, por fim, demonstra seu domínio.

Este estudo demonstra que a sustentabilidade do artesanato têxtil brasileiro na contemporaneidade pode ser assegurada uma vez que se desenvolvam meios estruturados para que os artesãos conquistem autonomia, revendo parâmetros de valor por meio de sua qualidade, da incorporação de novos símbolos que deem sentido ao objeto, do reconhecimento das novas redes de exposição do trabalho, da relação com os novos circuitos econômicos e, se possível, da formação dos próprios artesãos no campo do design e das artes plásticas.

Os referenciais apresentados sobre a relação entre DMA, indicam que o artesanato e o artesão têm, hoje, a possibilidade de ocupar um lugar de protagonismo, no sentido de que estratégias inovadoras ocorrem a partir de metodologias interdisciplinares. No entanto, tal fator ainda não significa uma emancipação do artesanato como prática transformadora para uma autonomia plena. Para isso, será necessário buscar meios de ampliar o domínio de conhecimentos e autoconsciência, instrumentando o artesão ou artesã mais adequadamente nas dimensões cultural, social, pedagógica e econômica contemporâneas.

Propor esse protagonismo emancipado do artesão não significa que ele necessite se tornar um designer no sentido mais tradicional desse termo, mas que tenha maior consciência e melhor controle dos processos que o levam de sua oficina de criação a seu público. O artesão pode até vir a se tornar um designer, para si mesmo e seu ofício, quando desenvolver um processo de investigação e proposição – tendo, para isso, subsídios que o habilitem a dialogar com seus pares e com seu público – que também se expresse em seus objetos. Essa questão reside, assim, mais no processo do que nos objetos.

Outro elemento a ser considerado na produção artesanal é a noção de localidade. Sob a visão da lógica do consumo, na contemporaneidade, a localidade de ambas as empresas tem mais a função de cenário de certo saudosismo do que de uma origem de saberes específica, portanto, demarca certas qualidades produtivas ou de manifestações culturais próprias destas cidades, Pratiânia e Araçatuba. Nessa perspectiva, na qual o mercado revisita o passado dentro de uma lógica do consumo, conclui-se que essa localidade se torna apenas um suporte cenográfico do consumidor ou turista que busca a experiência de um passado idealizado. Em tal contexto, esses núcleos de produção, junto a diversos outros, são inseridos num imaginário coletivo construído dentro das estratégias de incentivo ao turismo, sem vínculo mais estruturado com aquilo que dá valor à sua existência: a especificidade de sua criação e produção e sua história local. São assim associados de modo confuso e contraditório a símbolos pouco ou mal definidos de sua localidade. Considere-se, por exemplo, o que vêm fazendo algumas políticas públicas de reconhecimento a produções e expressões culturais como patrimônio imaterial. Desse modo, conclui-se que as empresas atualmente não se beneficiam significativamente desse fenômeno.

Entre os diversos fatores que contribuíram para a permanência das empresas Ateliê Marlene Brandão, por mais de 50 anos e a Prata Couro por 90 anos destaca-se o processo artesanal incorporado em suas confecções, associado às suas marcas e à tradição de confecção de vestuários específicos sob medida. Outro aspecto é a capacidade de seus criadores de adaptação às condições e crises de cada período por possuírem conhecimento completo de seus processos artesanais, bem como o domínio de todas as etapas que envolvem a produção, dos processos e estrutura de produção até a divisão e distribuição de trabalho, permitindo ajustá-los. Da inter-relação de setores para a produção, da seleção de fornecedores de materiais associados à preservação da qualidade, da coordenação de funções e relações nas empresas, das formas de disseminação de conhecimentos específicos dos funcionários – para estarem aptos tanto à produção artesanal quanto à manufatura. Pode-se verificar, inclusive, que aqueles que receberam capacitação como aprendiz de mestre enquanto trabalhavam na empresa puderam abrir posteriormente seu próprio negócio, onde se constata a presença do domínio de todas as etapas da produção. Destaca-se, ainda, o conhecimento de seu próprio público-alvo e de suas aspirações estéticas e sociais, o que permite o controle de gestão para a adequação ao mercado conforme mudanças econômicas e culturais da clientela no decorrer tempo. A comunicação usada para as vendas no material de divulgação de ambas as empresas se caracteriza pelo discurso direto e simples, focado nos produtos e com pouco sentido de manipulação de símbolos, demonstrando integração com esse público.

Na trajetória de ambas as empresas, não são ressaltadas as inovações tecnológicas ou estéticas, o que prova que sua longa permanência no mercado não dependeu desse fator. Constata-se a carência de apoio de políticas públicas na área financeira, de gestão e orientação didática de aprimoramento nos processos de criação e produção. As orientações e consultorias oferecidas por serviços públicos em geral focam no setor produtivo, na comercialização e no marketing visando a lucratividade. Averigua-se uma carência de diagnósticos de órgãos ligados às políticas públicas para o aprimoramento sistêmico de uma cadeia produtiva com qualidade local e nacional, e o estabelecimento de redes de interesses na dimensão tanto dos setores produtivos de pequenas empresas locais quanto do setor artesanal. Ao finalizar esta pesquisa a conclusão foi que a transformação da realidade daqueles que trabalham com o artesanato diversificado e têxtil depende de ações conjuntas de âmbito privado e público: de políticas públicas, das universidades, da sociedade civil e das representações comerciais e de produção de moda e de artesanato.

A empresa Chanel, sua filial Paraffection, assim como a Hermès (na França), a Fendi (na Itália) e Issey Myake (no Japão) ilustram como opera o mercado da moda de luxo praticado nesses países. Grupos de artesanato tradicionais de excelência em vias de desaparecimento são envolvidos em projetos de preservação como patrimônio cultural imaterial. Essas empresas reúnem ou compram os ateliês de artesanato, criando espaços de produção e de venda de serviços e de fruição para atrair o turismo local. Para além de uma ação de caráter cultural de construção de valor, as empresas divulgam o universo dessas técnicas artesanais associadas às suas marcas.

O contexto do artesanato e da moda no Brasil não oferece as condições estruturais a esse tipo de ação, e seria ingênuo pensar na simples transferência desses moldes internacionais ao país. Contudo, foram apontados neste trabalho exemplos de propostas, contemporâneas e brasileiras, em diferentes estágios da construção do valor do fazer artesanal e as iniciativas de diversas organizações não governamentais, de associações de artesãos, designers e estilistas que defendem essa causa. Vale mencionar também casos como o das rendeiras de renda irlandesa de Sergipe, das rendeiras de bilro do Piauí, das rendeiras de renda renascença da Paraíba, das bordadeiras Matizes Dumont, de Minas Gerais, entre outras. De igual modo, se faz necessário prosseguir com o aprofundamento dessa discussão a partir da conexão regional e nacional das cadeias produtivas com designers de moda, estilistas, universidades, entre outros agentes, sob a orientação de novas políticas públicas, mais adequadas para tal empreitada.

As empresas Ateliê Marlene Brandão e a Prata Couro não abordam os aspectos contemporâneos que se relacionam na integração entre DMA apresentados nessa pesquisa, mas os aplicam direta ou indiretamente, tais como: a diluição de fronteiras e ruptura dos paradigmas entre as áreas e os saberes do DMA; a troca ou a transferência de saberes formais e informais, técnicos, criativos e culturais; a valorização do local, da memória, da identidade, da subjetividade, do simbólico, do artesanal; as relações entre a alta e a baixa tecnologia, entre os processos mecânicos e manufaturados; a integração das práticas tradicionais com as práticas criativas e projetuais contemporâneas.

Uma proposta para a comunidade científica das áreas do design e da moda é fazer uma aproximação entre suas pesquisas e o universo dos artesãos por meio de trocas técnicas e culturais e, também, do desenvolvimento de metodologias de aplicação do conhecimento técnico, bem como de instrumentos para sistematizar e compartilhar essas metodologias com os artesãos envolvidos, além de registrá-las para a preservação da memória e auxílio a novos processos e projetos.

Referências

- AGAMBEN, G. **O que é o contemporâneo e outros ensaios**. 4. ed. Chapecó: Argos, 2009. 92 p.
- ANASTASSAKIS, Z. **Dentro e fora da política oficial de preservação do patrimônio cultural no Brasil**: Aloisio Magalhães e Centro Nacional de Referência Cultural. 2007. 156. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) -Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.
- ANTONELLI, P. Fernando e Humberto Campana e o design internacional. In: CAMPANA, H.; CAMPANA, F. **Campanas**. São Paulo: Bookmark, 2003.472 p.
- ARTESOL. **Tipos de artesanato**. São Paulo: Artesanato Solidário, 2011. Disponível em: <<http://artisol.org.br/artesanato-brasileiro/valor-da-tradicao/tipos-de-artesanato/>>. Acesso em: 15 mar. 2016.
- AVELAR, S. **Moda, globalização e novas tecnologias**. 2. ed. Rio de Janeiro: Senac RJ, 2011. 180 p.
- BARDI, L. B. **Tempos de grossura**: o design no impasse. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1980. 80 p.
- BASTIAN, W. **Campanas criam com inspiração no cangaço**. São Paulo, 3-13 p, abril, 2015. Disponível em: <<http://casavogue.globo.com/Design/Gente/noticia/2015/04/campanas-criam-com-inspiracao-no-cangaco.html>>. Acesso em: 10 maio 2016.
- BOMFIM, G. A. O que vê o objeto que me olha? In: COUTO, R. M. S.; FARBIARZ, J. L.; NOVAES, L. (Ed.). **Gustavo Amarante Bomfim**: uma coletânea. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014. v. 1. p.87-108.
- BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011. 270 p.,v. 1.
- BÜRDEK, B. E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Editora Blucher, 2006. 496 p.
- CALEFATO, P. **The clothed body**. London: Berg, 2004. 176 p.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar y salir de la modernidad. Mexico: Editorial Grijalbo, 1989. 389 p.
- CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012. 264 p.
- CARVALHO, A. P. L. A moda do prêt à porter dos anos cinquenta: permanências e mudanças culturais. **Revista Vozes em Diálogo**, Itajaí, v. 1, n. 3, p. 1-16, 2009.
- CASTILHO, K.; VICENTINI, C. G. **O corte, a costura, o processo e o projeto de moda no re-design do corpo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
- CRANE, D. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006. 499 p.
- CRESWELL, J. W. **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. 4. ed. California, EUA: SAGE, 2014. v. 1
- CUNHA, L. A. Industrial-manufacturing education in Brazil. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 14, p. 89-107, 2000.
- DANTAS, M. A juventude como protagonista no consumo de produtos culturais: 50 anos da

- Jovem Guarda. **Interfaces Científicas**: Humanas e Sociais, Aracajú, v. 4, p. 109-120, 2015. Edição Especial Contextos da Cultura.
- DEFORGE, Y. Avatars of design: design before design. In: In: MARGOLIN, V., BUCHANAN, R., **The Idea of design**. A design Issues Reader. Cambridge: The MIT Press, 1996. P.21-8
- DORFLES, G. **Modas & modos**. 2. ed. Lisboa: Edições 70, 1979.
- ESPÍNDOLA, H. Plano Setorial do Artesanato aberto a consulta pública. **Comunicação/Secretaria da Economia Criativa /MinC**, Brasília, set, 2014. Disponível em: <<http://culturadigital.br/artesanato/balanco-da-consulta/>>. Acesso em: 25 nov. 2016.
- ESTRADA, M. H. Vocabulário brasileiro. In: CAMPANA, H.; CAMPANA, F. **Campanas**. São Paulo: Bookmark, 2003.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura do consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- GAIGER, L. I. et al. **A economia solidária no Brasil**: uma análise de dados nacionais. São Leopoldo: Oikos, 2014. 160 p.
- GORINI, A. P. F. Panorama do setor têxtil no Brasil e no mundo: reestruturação e perspectivas. **BNDS SETORIAL**, Brasília, v. 12, p. 17–50, 2000.
- GUIDOLIN, S. M.; COSTA, A. C. R.; ROCHA, É. R. P. Indústria calçadista e estratégias de fortalecimento da competitividade. **BNDS Setorial**, n. 31, p. 147-184, 2010.
- HARVEY, D. **The condition of postmodernity**: an enquiry into the origins of cultural change. Oxford: Blackwell, 1989. 378 p.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Histórico de Araçatuba/São Paulo-SP**. Brasília, 2016. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/1H8J>>. Acesso em: 20 out. 2016.
- INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL - IPHAN. **Convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial**. Brasília, DF: MinC, 2009. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br/baixaFcdAnexo.do?id=4718>>. Acesso em: 9 fev. 2015.
- ITALIANO, I. C. **O vestuário no Brasil do século XIX e sua modelagem**: pesquisa e reprodução de vestuário para a criação de trajes de cena. 2012. Tese (Pós-doutorado em Têxtil e Moda) Escola de Artes Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, 2012.
- JAMESON, F. Pós-modernidade e sociedade de consumo. **Novos Estudos Cebrap**, São Paulo, v. 12, p. 16-26, jun. 1985.
- KUBRUSLY, M. E.; IMBROISI, R. **Design de fibra artesanato têxtil no Brasil**. Rio de Janeiro: Senac, 2011. 207 p.
- LEES-MAFFEI, G.; SANDINO, L. Dangerous Liaisons: Relationships between Design, Craft and Art. **Journal Design History**, Oxford, v. 17, n. 3, p. 1-16, 2004.
- LEITE, R. P. Modos de vida e produção artesanal: entre preservar e consumir. In: ARTESOL. **Olhares itinerantes**: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição. São Paulo: Artesanato Solidário/Artesol, 2003, p. 27-41.
- LIPOVETSKY, G. **Império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MAGALHÃES, A. **E Triunfo?** A questão dos bens culturais no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985. 263 p.

- MARANGONI, G. Anos de 1980, década perdida ou ganha? **Ipea- Desafios do desenvolvimento**, Brasília, Ano 9. Edição 72, jun, 2012, Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=2759:catid=28&Itemid=23>. Acesso em: 31 out. 2016.
- MAZANTI, L. Re-reading the Functional: A new position for contemporary craft (or, is there a craft after tacit?). In: CHALLENGE CRAFT, 8th-10th, 2004, Aberdeen. **Anais...** Aberdeen: Gray's School of Art, 2004. 1-32p
- MAZANTI, L. Super Objects: Craft as an aesthetic position. In: BUSZEK, M. E. (Ed.). **Extra/Ordinary: Craft and contemporary art**. Durham: Duke University Press, 2011. p. 59-82.
- MENEZES, M. S.; SPAINE, P. A. A. Modelagem plana industrial do vestuário: diretrizes para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado. **Projética: Revista Científica de Design-UEL**, Londrina, v. 1, n. 1, p. 82–100, 2010.
- MINISTÉRIO DA CULTURA, BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014**. 2. ed. Brasília, DF: Ministério da Cultura, 2011.
- MOURA, M.; CASTILHO, K. Moda e design: linguagens contemporâneas na construção teórica e crítica. **Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, 2013.
- MOURA, M. Interdisciplinaridades no design contemporâneo. In: MENEZES, M.; PASCHOARELLI, L. C.; Moura, M. (Org.). **Metodologias em design: inter-relações**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011. v. 1, p. 274-290.
- PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO - PAB. **Base Conceitual do Artesanato Brasileiro**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2012. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1347644592.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2016.
- PRECIOSA, R.; AVELAR, S. Moda sob a ótica da disciplina e do controle: algumas considerações. **Ciência e Cultura**, Campinas, v. 62, n. 2, p. 26-28, 2010.
- RISATTI, H. **A theory of craft function and aesthetic expression**. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2007.
- SANTOS, G. P. Confecções depois do desmanche. **Textile Industry- Industria têxtil e do vestuário**, p. 2, de maio de 2011.
- SASAOKA, S.; MENEZES, M.; MOURA, M. A renda artesanal e suas aplicações na moda. In: COLÓQUIO DE MODA, 10^o, 2014, Caxias do Sul. **Anais...**, Caxias do Sul: ABEPEM, 2014. p.1-10
- SASAOKA, S.; PINHEIRO, O. J. Política pública de apoio ao artesanato como alternativa de geração de renda: integração entre bordadeiras e empresas de moda. **e-Revista LOGO**, Florianópolis, v. 4, n. 2, p. 83-93, 2015.
- SENNETT, R. **The craftsman**. New Haven: Yale University Press, 2009.
- SINGER, P. A recente ressurreição da economia solidária no Brasil. In: SANTOS, B. S. (Ed.). **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- SILVA, E. K. R. A relação entre designers de moda e artesãos na perspectiva da educação emancipatória. **Revista Dobras**, São Paulo, v. 9, p. 76-87, 2016
- SVENDSEN, L. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- UNESCO. Definição de produtos artesanais. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE O

ARTESANATO E O MERCADO INTERNACIONAL: COMÉRCIO E CODIFICAÇÃO ADUANEIRA, 1997. Manila. **Anais...** Manila: Unesco, 1997.

WALDECK, G. **Espedito Seleiro**: da sela à passarela. Rio de Janeiro: Museu de Folclore Edison Carneiro/IPHAN, 2012. 35 p.

WANDERLEY, R. G. **Gestão do conhecimento aplicada a comunidades produtivas artesanais**. Tese (Doutorado em design) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2015.

YAMAMOTO, F. Histórias rendadas. São Paulo: Fernanda Yamamoto, 2015. Disponível em: <<http://fernandayamamoto.com.br/historiasrendadas/saiba-mais/>>. Acesso em: 13 maio 2016.