

DESIGN E ARTESANATO: AÇÕES PARA A VALORIZAÇÃO IDENTITÁRIA DA VILA BELGA

DESIGN AND CRAFTS: ACTIONS FOR IDENTITY APPRECIATION OF VILA BELGA

Carolina Iuva de Mello¹

Marilaine Pozzatti Amadori²

Resumo

Na contemporaneidade, presencia-se uma crescente valorização das identidades territoriais, que vêm sendo acionadas como promotoras de ações e sinergias que se tecem em nome do desenvolvimento dos territórios. O artesanato possui o potencial de ser um dos representantes identitários dos territórios, especialmente quando dinamizado para esse fim em diálogo com atores da área do design. Nesse contexto, este artigo apresenta três ações extensionistas realizadas por acadêmicos do curso de Desenho Industrial da Universidade Federal de Santa Maria que envolveram uma relação dialógica entre design e artesanato com o objetivo de valorizar aspectos identitários da Vila Belga por meio do artesanato e, ao mesmo tempo, potencializar a geração de renda para os artesãos envolvidos. A Vila Belga é o primeiro conjunto habitacional do Rio Grande do Sul, sendo considerada patrimônio histórico e cultural de Santa Maria. Os resultados das ações realizadas, ainda que parciais, demonstram que a aproximação entre design e artesanato por meio da extensão universitária pode desempenhar um importante papel nas estratégias de reconhecimento e promoção dos territórios.

Palavras-chave: design; artesanato; identidade territorial; extensão universitária; Vila Belga.

Abstract

Nowadays, there is an increasing appreciation of territorial identities, which have been used as promoters of actions and synergies that are woven in the name of the development of territories. Handicrafts have the potential to be one of the territories' identity representatives, especially when promoted for this purpose in dialogue with actors in the design field. In this context, this article presents three extension actions carried out by academics from the Industrial Design course at Universidade Federal de Santa Maria that involved a dialogical relationship between design and crafts with the objective of valuing the identity aspects of Vila Belga through handicrafts and, at the same time, increase the generation of income for the artisans involved. Vila Belga is the first housing complex in Rio Grande do Sul and is considered a historic and cultural heritage of Santa Maria. The results of the actions carried out, even if partial, demonstrate that the approximation between design and crafts through university extension can play an important role in the strategies of recognition and promotion of territories.

Keywords: design; craft; territorial identity; university extension; Vila Belga.

¹ Professora Doutora, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – Departamento de Desenho Industrial, Santa Maria, RS, Brasil; carolinaiuva@gmail.com; ORCID: 0000-0003-0937-1230.

² Professora Doutora, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – Departamento de Desenho Industrial, Santa Maria, RS, Brasil; marilainedesign@gmail.com; ORCID: 0000-0001-6513-4817.

1. Introdução

O contexto globalizado contemporâneo facilitou a massificação de processos econômicos e simbólicos, porém, em paralelo e como que em um movimento reativo, a preocupação com relação à valorização das identidades territoriais passou a permear discussões em diversas áreas do conhecimento. Em uma perspectiva antropológica, a identidade consiste no pertencimento a um grupo que compartilha signos e significados reconhecidos por todos e reivindicados na interação com a alteridade. Assim, a construção e/ou valorização das identidades territoriais funciona como um amálgama social e elemento catalisador de ações e sinergias.

O fortalecimento das identidades territoriais por meio do artesanato tem servido em algumas experiências como uma estratégia para reforçar a imagem e o apelo de um território, elaborando e/ou evidenciando suas vantagens comparativas. Entende-se por artesanato o produto resultante da transformação da matéria-prima pelo artesão a partir de técnicas predominantemente manuais. O artesanato acompanha a história da humanidade e sua permanência na contemporaneidade é, muitas vezes, atribuída aos aspectos simbólicos que tem a possibilidade de acionar.

Como ressaltado por Krucken (2009, p. 18), “para dinamizar os recursos do território e valorizar seu patrimônio cultural, é fundamental reconhecer e tornar reconhecíveis valores e qualidades locais”. Nesse sentido, o artesanato encontra vantagens em uma aproximação com o design que, por sua vez, é uma atividade que tem como uma de suas funções básicas tornar os produtos comunicáveis em relação às suas funções simbólicas (ONO, 2004). Além disso, segundo Borges (2011), a produção de artefatos que acionem aspectos identitários dos territórios contribui para que os artesãos tenham maior estima em relação às suas origens e ao seu cotidiano, aumentando seu sentido de pertencimento (BORGES, 2011). Portanto, a aproximação entre artesanato e design pode resultar em benefícios para ambas as áreas, pois amplia as possibilidades de atuação do designer como promotor de produtos e serviços vinculados ao território (KRUCKEN, 2009) e promove o acesso do artesanato em novos mercados, especialmente quando vinculado ao fluxo turístico dos territórios, potencializando maior geração de renda para o artesão.

Nesse contexto, sendo a extensão universitária um meio de agregar à formação acadêmica do aluno a experiência profissional e comunitária necessária para sua qualificação ao mesmo tempo que atende a demandas sociais, o presente artigo tem como objetivo apresentar a trajetória de três ações extensionistas realizadas por acadêmicos do curso de Desenho Industrial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) que envolveram uma relação dialógica entre design e artesanato, com vistas a gerar renda para os artesãos e valorizar aspectos identitários da Vila Belga, patrimônio histórico e cultural de Santa Maria.

2. Design e Identidade Territorial

Nas atuais dinâmicas globais, cabe visualizar o território como campo de disputa, no qual os atores buscam, por intermédio de variados recursos materiais e culturais, imprimir sentidos e interpretações, tomar posições, carrear apoios, produzir e legitimar consensos favoráveis a si (BRANDÃO, 2007). Entre as diversas produções identitárias contemporâneas, aquela catalisada pela variável territorial tem se destacado, especialmente devido à importância que lhe tem sido atribuída como promotora de estratégias de desenvolvimento (FAVARETO, 2010). Trata-se da busca pela afirmação de uma identidade, da valorização de elementos distintivos e vantagens comparativas de cada território.

Os territórios se caracterizam por possuírem identidades ou traços culturais distintos, na medida em que vivem dimensões opostas em um ou mais aspectos. A identidade, portanto, é o que mantém o indivíduo pertencente a determinado território. Porém, “existe sempre algo ‘imaginário’ ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre ‘em processo’, sempre ‘sendo formada’” (HALL, 2006, p. 38). A perspectiva de que as identidades variam no tempo e no espaço está em consonância com o entendimento de “cultura como algo essencialmente dinâmico e perpetuamente reelaborado” (CUNHA, 1986, p. 116). Assim, a identidade é entendida como uma projeção, quer do sujeito individual em relação ao mundo exterior, quer de um sujeito coletivo em relação a um contexto social mais amplo (BEIRED; BARBOSA, 2010).

Nesse cenário, os atores podem mobilizar as especificidades e tipicidades histórico-culturais das identidades dos territórios para se diferenciarem na arena social e econômica (BORGES, 2003; KRUCKEN, 2009; PICHLER; MELLO, 2012), pois, segundo Borges (2003, p. 63), “quanto mais a tal da globalização avança trazendo consigo a desterritorialização, mais [...] a gente sente necessidade de pertencer a algum lugar, àquele canto do mundo específico que nos define”. Desse modo, pode-se agregar valor aos produtos por meio de sua vinculação a identidades territoriais, o que impulsiona o design, ampliando as possibilidades de atuação do profissional da área (KRUCKEN, 2009).

Design, para a World Design Organization (WDO, 2015), é um processo estratégico de solução de problemas que impulsiona a inovação e busca a melhoria da qualidade de vida por meio de produtos, sistemas, serviços e experiências inovadores. Segundo Fagianni (2006), na contemporaneidade, a inovação pode estar na utilização do repertório cultural dos territórios, despertando nos consumidores emoções que os irão aproximar dos objetos em questão, pois “os produtos que tenham histórias para contar, que remetam a fatos e lugares, saberes e fazeres tradicionais são muito mais valorizados e desejados” (BARROSO, 2011).

Um exemplo de design que busca ressaltar aspectos identitários do território é a linha de puxadores projetados por Heloísa Crocco para a empresa Altero, inspirada no trançado de couro, técnica tradicionalmente usada no Rio Grande do Sul para a confecção de artefatos para montaria (Figura 1). A utilização de uma técnica artesanal tradicional nos objetos industriais confere a eles um diferencial estético e os tornam portadores de signos vinculados ao território que serão acionados no imaginário dos consumidores.

Figura 1: Puxadores Projetados por Heloísa Crocco para a Altero.



Fonte: Altero (2018).

Ao se voltar para as especificidades culturais dos territórios, o design tem se aproximado cada vez mais do fazer artesanal. É possível encontrar diversos casos em que o

artesanato serviu de inspiração para o projeto de bens industriais, como no exemplo supracitado. Também tem se tornado cada vez mais comum os designers produzirem os seus projetos artesanalmente em ateliês próprios ou em parceria com artesãos. Portanto, o design, enquanto atividade projetual e criativa, possui o potencial de contribuir para a dinamização de uma imagem coletiva identitária de determinado território ao conferir aos produtos características identitárias que os tornem singulares e vinculados ao território. Pela relevância que o fazer artesanal possui nesse contexto, as próximas seções irão abordar o tema do artesanato e as suas possíveis aproximações com a área do design.

3. Artesanato com Identidade

Artesanato é, segundo a definição apresentada pelo Conselho Mundial do Artesanato (WCC, 2012), toda atividade produtiva que resulte em artefatos acabados feitos manualmente ou com a utilização de meios rudimentares, com habilidade, destreza e criatividade. No Brasil, o Programa de Artesanato Brasileiro³ (PAB) define artesanato de maneira muito semelhante, como o produto resultante da transformação da matéria-prima, com predominância manual, por um indivíduo que detém o domínio integral de uma ou mais técnicas previamente conceituadas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural, com ou sem expectativa econômica, podendo, no processo, ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios (PAB, 2012).

A prática artesanal acompanha a história da humanidade e sua permanência nas sociedades industrializadas, e mesmo pós-industriais, suscita diferentes interpretações. Uma das mais consolidadas tem como pressuposto a importância que a dimensão simbólica tem desempenhado nos mercados. Com a crescente expansão da globalização, e conseqüente preocupação com a homogeneização dos bens culturais, as singularidades identitárias territoriais passaram a ser cada vez mais valorizadas. Nesse contexto, o artesanato passou a desempenhar um papel de diferenciação simbólica na arena do mercado. Narrativas passaram a ser criadas, reconstruídas ou evocadas para revestir os artefatos feitos à mão de certa “aura” (BENJAMIN, 1987) em oposição aos objetos “impessoais” da produção industrial.

As identidades territoriais, portanto, podem servir de repertório ao qual se recorre e do qual se selecionam, à medida das necessidades, atributos a serem acionados em um processo de singularização⁴ do artesanato. Quando o artesanato, assim como qualquer outra mercadoria, absorve outro tipo de valor, que é não monetário, isso permite que ele “seja socialmente dotado de um ‘poder’ de fetiche que não se liga ao seu valor real. [...] Parte desse poder é atribuído às mercadorias depois que são produzidas, e isso ocorre por meio de um processo autônomo, cognitivo e cultural de singularização” (KOPYTOFF, 2008, p. 113). Esse processo pode ser observado no artesanato quando ele se torna expressão de identidade territorial e passa a acionar nos consumidores sentidos como nostalgia e pertencimento, conferindo ao território vantagens diferenciadoras na arena dos mercados.

³ Programa instituído no ano de 1991 no âmbito do extinto Ministério da Ação Social com o objetivo de coordenar e desenvolver ações em nível nacional que visam à valorização do artesão e promoção e divulgação do artesanato brasileiro. Em 2019, o Programa passou a ser gerido pela Subsecretaria de Desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas, Empreendedorismo e Artesanato da Secretaria de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação, do Ministério da Economia (PAB, 2019).

⁴ A singularização, para Kopytoff (2008), é um processo que afasta os objetos da categoria de simples mercadoria para torná-los singulares, ou seja, imbuídos de valores não monetários.

O discurso de valorização do artesanato vem ao encontro da noção de desenvolvimento territorial, que compreende ser preciso levar em consideração os aspectos culturais e simbólicos do território para se obter um desenvolvimento com protagonismo de atores locais, buscando atender às suas necessidades e anseios. Porém, as iniciativas que procuram valorizar o potencial dos atributos identitários não estão isentas do risco de a apropriação da renda de qualidade territorial se dar por um número reduzido de atores (BONNAL, CAZELLA; MALUF, 2008). Assim, quanto mais conhecimento os artesãos tiverem para definir suas estratégias de singularização, introduzindo, tanto na produção como no consumo, demandas que representem os seus verdadeiros interesses, mais autonomia terão frente aos mercados e demais atores dos setores dominantes do território.

Nesse âmbito, a inserção de modificações na cadeia produtiva do artesanato visando a transformá-lo em expressão de identidade territorial pode ser vista como uma opção para a manutenção da prática artesanal enquanto alternativa econômica não dissociada do aspecto simbólico, desde que assimilada e dominada pelos artesãos. Atores provenientes de áreas criativas, como o design, podem contribuir para evidenciar e/ou ressignificar a relação entre o artesanato e a identidade territorial com vistas a promover a atividade artesanal em sintonia com o desenvolvimento dos territórios. Assim, a próxima seção irá discorrer sobre a aproximação do artesanato ao design no contexto de valorização identitária dos territórios.

4. Design e Artesanato: Pontos de Convergência

É importante, para a manutenção da prática artesanal, que se entenda o artesanato dentro das relações de mercado, “mas que se perceba que se trata de um produto diferenciado; que nunca se perca a dimensão cultural que está embutida nele” (LIMA, 2005, p. 4). “O artesão produz a partir de uma cultura e o produto que faz [...] tem esse duplo caráter: é uma mercadoria por um lado, mas é também um produto cultural resultante do significado da vida daquela pessoa” (LIMA, 2011, p. 191). Compreende-se que, em nome do desenvolvimento, a valorização mercadológica do artesanato é uma maneira de introduzir os artesãos no mercado de trabalho. Porém, um aspecto bastante ressaltado pela literatura é o cuidado que se deve ter para que a relação entre os artesãos e os demais profissionais que visam a auxiliá-los não se torne uma relação de dependência.

A aproximação de designers e artesãos suscita diferentes perspectivas. Para Leite (2005), existem dois grandes eixos teóricos, que podem ser denominados como tradicionalista e mercadológico. A visão tradicionalista, segundo Leite (2005), entende o artesanato como uma arte de fazer tradicional que deve ser preservada sem qualquer alteração. Já a perspectiva mercadológica defende certas inovações estéticas na produção do artesanato para facilitar sua inserção no mercado e assegurar sua reprodutibilidade, ainda que em um estado alterado da tradição. Assim, muitas vezes, as ações de valorização mercadológica do artesanato podem ser antagônicas, pois, por um lado, auxiliam na sobrevivência da prática no atual mercado inundado por bens industriais, mas por outro podem provocar a descaracterização simbólica do artesanato para os seus produtores. Para além destas perspectivas, Leite (2005, p. 41) crê que a visão do artesanato não deve se “constituir meramente em produtos, mas em processos que se inserem reflexivamente no contexto de sua produção e se refletem nos modos de vida de quem os produz”.

Segundo Belas (2012, p. 192) há, de fato, uma “importância no trabalho do designer no sentido de garantir a inserção da produção artesanal tradicional em mercados diferenciados, no entanto, para que a interação funcione numa perspectiva de longo prazo, a percepção do

designer não pode se sobrepor a do artesão”. Caberia ao poder público auxiliar os produtores a assumirem o papel de protagonistas para aumentar “as chances de reduzir as assimetrias nas negociações com o mercado, reduzindo, por conseguinte, os riscos dos bens culturais serem tratados como simples mercadorias” (BELAS, 2013, p. 197).

Nos últimos anos, a produção artesanal vem sendo associada cada vez mais com o turismo, fato que tem auxiliado na promoção da prática do artesanato. Como enfatizado por Cunha (2012), na agregação do artesanato à cadeia do turismo, todas as etapas do processo produtivo adquirem o mesmo grau de importância, assim como as pessoas envolvidas, pois o que atrai o turista não é apenas o produto final, mas a forma de cultivar, o modo de se relacionar e também a paisagem. Uma das instituições brasileiras que possui forte atuação na produção de artesanato associada ao turismo é o SEBRAE. Além de publicações que visam a estimular o setor, como o “Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada”, produzido em parceria com o Ministério do Turismo (SEBRAE, 2011), o SEBRAE atua no sentido de prover capacitação para os artesãos com o intuito de aprimorar a inserção da produção nos mercados. A entidade acredita que uma das formas mais comuns de se alcançar este objetivo é por meio da aproximação entre designers e artesãos, para que novas linhas de produtos, com maior sintonia com as demandas atuais de mercado, sejam desenvolvidas.

Entre as ações promovidas pelo SEBRAE no artesanato no sul do Brasil, destaca-se o Projeto Artesanato do Mar de Dentro no território da Costa Doce. Os três grupos de artesãos que participam do Projeto (Bichos do Mar de Dentro, Redeiras e Ladrilã) já foram foco de pesquisas acadêmicas, especialmente devido ao reconhecimento midiático proporcionado pela atuação do SEBRAE (CUNHA, 2012; MELLO, 2016; MELLO, FROEHLICH, 2018). Os artesãos participantes dos grupos já possuíam produção artesanal prévia, porém, ao integrarem o Projeto, passaram a receber apoio para a produção dos artefatos, incluindo a realização de oficinas com designers no intuito de serem desenvolvidas novas linhas de produtos utilizando a iconografia e matérias-primas presentes no território. Ou seja, os artefatos passaram a vincular simbolicamente aspectos identitários da Costa Doce, inserindo os artesãos ao circuito turístico em consolidação no território (MELLO, 2016; MELLO, FROEHLICH, 2018). Exemplos de artefatos produzidos pelos grupos podem ser visualizados na Figura 2 (respectivamente Bichos do Mar de Dentro, Redeiras e Ladrilã).

Figura 2: Artefatos Artesanais do Projeto Artesanato do Mar de Dentro.



Fonte: Acervo das autoras.

Outra iniciativa que merece destaque é a experiência do Projeto Imaginário

Pernambucano⁵ junto à comunidade quilombola Conceição das Crioulas, no sertão pernambucano, cujo objetivo consiste em revitalizar o fazer artesanal do fiar e trançar do Caruá, planta terrestre nativa do sertão que sobrevive sem dificuldade à seca, que outrora era parte da tradição no território. A comunidade já produzia bolsas e vassouras, utilizadas geralmente nos afazeres diários, e o projeto os instigou a criarem novos produtos com o material e técnicas tradicionais, como jogos americanos e bonecas, o que propiciou acréscimo de renda e aumento da autonomia dos artesãos (ANDRADE, 2005).

Portanto, a atribuição de valores simbólicos ao artesanato para que ele se torne expressão de identidade territorial contribui para sua singularização, fornecendo uma nova alternativa de ganhos econômicos para os artesãos ao mesmo tempo que amplia a oferta de souvenirs identitários aos turistas que visitam o território (MELLO, 2016). Nesse âmbito, a aproximação entre designers e artesãos pode potencializar a produção e divulgação dos artefatos, promovendo seu acesso a novos mercados, ampliando a geração de renda do artesão e permitindo a subsistência das técnicas artesanais em um mundo globalizado.

5. Design e Artesanato: Ações Extensionistas para a Valorização Identitária da Vila Belga

Com uma população de quase 300 mil habitantes, Santa Maria está localizada no centro geográfico do Rio Grande do Sul. O Município é o quinto maior do Estado em população e possui potencial turístico que vem sendo explorado com maior intensidade nos últimos anos. Porém, apesar do grande número de artesãos que atuam na cidade e da oferta de cursos de graduação e pós-graduação na área do design, a aproximação entre as áreas não é muito evidente e são poucos os produtos encontrados para comercialização que fazem referências a iconografias do território, sejam eles artesanais ou industrializados.

O patrimônio edificado do território possui alto potencial identitário, sendo que o exemplo mais expressivo é o Sítio Ferroviário, formado pela Estação Férrea, pela Vila Belga e pelo Colégio Manoel Ribas. Este Sítio, tombado pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico do Estado do Rio Grande do Sul (IPHAE), guarda amplas relações com a história da cidade e de seu desenvolvimento. A existência do Sítio Ferroviário, cujo apogeu se deu entre 1910 e 1950, impulsionou o desenvolvimento econômico, cultural e social da cidade. Com o enfraquecimento do transporte ferroviário, em grande parte devido ao alto investimento do Governo na construção de rodovias nas décadas seguintes à Segunda Guerra Mundial, “o município de Santa Maria, centro ferroviário, sofreu grande impacto no processo de desenvolvimento e expansão urbana. Entretanto, encontrou em outros elementos referência para reorganizar-se como o setor educacional e militar” (CARVALHO, 2010, p. 39).

A Vila Belga (Figura 3) é considerada o primeiro conjunto habitacional do Rio Grande do Sul e sua construção, inspirada em projetos semelhantes na França e Bélgica, iniciou-se em 1898, com o objetivo de servir de moradia aos trabalhadores e técnicos que precisavam permanecer próximos à estação para eventuais trabalhos noturnos. Em 2012, o conjunto habitacional Vila Belga foi revitalizado. A recuperação do espaço fez parte do projeto Reviva Centro e contemplou melhorias nos passeios públicos e na pavimentação, pintura das residências e instalação de postes de iluminação com fiação subterrânea (PREFEITURA DE SANTA MARIA, 2012).

⁵ Projeto de extensão da Universidade Federal de Pernambuco que tem como objetivo potencializar aspectos identitários de comunidades produtoras de artesanato por meio da aproximação com o design.

Figura 3: Vila Belga, Santa Maria.



Fonte: Acervo das autoras.

Desde a sua recuperação, a Vila Belga vem recebendo diferentes iniciativas que buscam dinamizá-la em um contexto turístico. Uma que merece destaque é o Brique da Vila Belga, promovido desde 2015, um movimento cultural que busca a integração entre paisagem cultural e cultura popular para reintegrar o centro histórico de Santa Maria à dinâmica urbana (RAMOS; BOBSIN, 2018). Instituído por um grupo de dezesseis expositores, o Brique conta atualmente com mais de 350 expositores registrados, sendo um importante local de geração de trabalho e renda. Outra iniciativa importante é o Mercado da Vila Belga, que foi inaugurado em 2018 e tem como principal objetivo ser um local de referência histórica, cultural e turística (ARANGUIZ, 2019). O Mercado, que atualmente conta com diversas lojas, bancas de alimentação e espaço para eventos, busca aproximar moradores e turistas desse patrimônio edificado outrora tão importante para o desenvolvimento do território.

Nesse cenário, ressalta-se a relevância de se promoverem ações que busquem associar design e artesanato para o desenvolvimento de produtos com identidade que contribuam para valorizar o patrimônio cultural da Vila Belga e promover sinergia com o fluxo turístico do território. Atualmente, Santa Maria possui sete instituições de ensino superior, entre elas a UFSM, fundada em 1960. Desse modo, entende-se que a extensão universitária pode ser o caminho para se associar positivamente design e artesanato no município.

A extensão universitária agrega experiência profissional e comunitária à formação acadêmica dos alunos ao mesmo tempo que promove uma aproximação dialógica entre universidade e sociedade na busca de soluções para demandas sociais. Essa aproximação é muito importante para o estudante, pois, segundo Whiteley (1998), o design é uma manifestação da situação social, política e econômica, ou seja, está firmemente alicerçado em um relacionamento com a sociedade. Nesse contexto, o curso de Desenho Industrial⁶ da UFSM vem desenvolvendo, desde 2009, ações de extensão visando a aproximar design e artesanato em prol da valorização identitária da Vila Belga.

Projetar artefatos que valorizem as identidades territoriais precisa, além de reunir referenciais identitários para aplicá-los nos produtos, promover diálogo com os agentes locais para que a valorização seja eficiente e coerente com a realidade (MELLO, et al., 2011). O diálogo, então, configura-se como o método de relação entre os atores, e as diversas partes se encontram em permanente interação (FREIRE, 1987). Do ponto de vista metodológico, as

⁶ Ressalta-se que a maioria dos cursos de graduação em Desenho Industrial no Brasil optou por alterar o nome para Design, porém a UFSM mantém, desde 1988, a nomenclatura Desenho Industrial.

iniciativas aqui relatadas são consideradas pesquisa-ação, pois visam a “desvendar um leque aberto composto de possibilidades de ação progressivamente descobertas, formuladas ou escolhidas pelos grupos que participam ativamente no processo” (THIOLENT, 1997, p. 25).

A primeira das três iniciativas que serão apresentadas envolveu a utilização de ícones do patrimônio edificado da Vila Belga como inspiração para a criação de artesanato e foi promovida pelo projeto de extensão “Design Social: geração de renda e resgate cultural através do design associado ao artesanato” junto à comunidade Vila Jardim, unidade residencial do bairro Camobi. A intenção do projeto era fomentar o uso de técnicas artesanais a mulheres em situação de vulnerabilidade social de modo a instigá-las a criar artefatos que tivessem relação identitária com a cidade de Santa Maria, promovendo a geração de renda e a oferta de souvenirs identitários. As participantes não se autodeclaravam artesãs, mas tinham conhecimento básico de algumas técnicas artesanais, como bordado e costura, que foram aprimoradas em cursos e oficinas.

Como a intenção do projeto era a produção de produtos de baixa complexidade que pudessem servir de souvenir de Santa Maria, uma das oficinas ofertadas pelos acadêmicos às artesãs foi a de carimbos artesanais, especialmente devido à facilidade de aplicação da técnica em tecidos diversos. Durante a oficina, foram confeccionados carimbos em acetato de vinila (popularmente conhecido como EVA) que representavam iconograficamente o patrimônio edificado da Vila Belga. Como resultado, obteve-se uma linha de almofadas, bolsas e chaveiros produzidos com os carimbos artesanais (Figura 4).

Figura 4: Fotos do Projeto Artesanato da Vila Jardim.



Fonte: Acervo das autoras.

Entre as barreiras para o êxito do projeto em questão, destaca-se a falta de articulação para a abertura de novos canais de comercialização. A participação nas feiras locais de artesanato, que era o principal ponto de venda dos artefatos, muitas vezes não compensava financeiramente os gastos que as artesãs tinham com deslocamento e alimentação. Percebeu-se, desse modo, que, para que os projetos de valorização da identidade territorial com base social tenham maiores chances de sucesso, eles devem ser apoiados por instituições e atores locais, como prefeituras, secretarias de turismo ou entidades semelhantes, além das associações que congregam os artesãos e seus parceiros, quando houver.

Posteriormente, outro projeto de extensão foi desenvolvido por acadêmicos do curso de Desenho Industrial em parceria com artesãos locais, intitulado “Santa Maria feita à mão”. Este projeto fazia parte da Incubadora Social da UFSM, criada em 2012, e tinha como principal

objetivo incentivar artesãos a criarem produtos artesanais que representassem iconograficamente a cidade. Os artesãos que se inscreveram para participar do projeto até então trabalhavam individualmente, apesar de participarem juntos de algumas feiras de comercialização. Com o projeto, passaram a trabalhar em grupo, pois um dos objetivos era estimular o diálogo e a troca de conhecimento entre os participantes.

Entre as ações do projeto, foram promovidas oficinas e palestras para incentivar a criatividade dos artesãos, e novos produtos foram criados com o intuito de serem comercializados como souvenirs identitários. Para dar maior visibilidade aos produtos identitários criados pelo grupo, foi desenvolvida uma identidade visual que representava simbolicamente alguns pontos turísticos de Santa Maria: Santuário Basílica Nossa Senhora Medianeira de Todas as Graças, Planetário da UFSM e Vila Belga (Figura 5).

Alguns dos produtos criados pelos artesãos retratavam o patrimônio edificado da Vila Belga e Estação Férrea. Porém, os artesãos já possuíam uma demanda constante pelos artefatos que confeccionavam individualmente, diferentemente dos produtos identitários que passaram a produzir como parte do grupo “Santa Maria feita à mão”, que, por estarem sendo inseridos no mercado, possuíam demanda inferior, o que acabou desestimulando a produção dos novos artefatos e levando-os a dissolver o grupo para seguir com sua produção individual.

Figura 5: Identidade Visual do Projeto ‘Santa Maria feita à mão’.



Fonte: Acervo das autoras.

Percebeu-se, portanto, que a maior dificuldade encontrada nos projetos supracitados foi a falta de um local propício para a comercialização dos produtos identitários. Diferentemente, a ação mais recente surgiu a partir de uma demanda por artesanato identitário percebida pelos artesãos da Associação do Brique da Vila Belga. Como previamente exposto, o Brique é uma das iniciativas que buscam dinamizar a Vila Belga em um contexto turístico. Com realização quinzenal, propicia um espaço para a comercialização do artesanato local e, por ser amplamente divulgado nas redes sociais e receber um grande público nas suas edições, possui demanda constante por souvenirs que possam remeter o consumidor ao patrimônio edificado do território.

Os artesãos da Associação do Brique da Vila Belga solicitaram auxílio ao curso de Desenho Industrial para a criação de artefatos que pudessem ser comercializados como souvenirs durante o Brique, ou seja, que retratassem iconograficamente aspectos identitários do patrimônio edificado do território. Ressalta-se que, nesta ação, o papel dos acadêmicos foi no sentido de mediar os artesãos e o mercado que pretendem atingir, e as atividades realizadas tiveram o intuito de dar apoio e fomentar a criatividade dos artesãos de modo a instigá-los a criarem eles próprios os artefatos em questão. Essa opção se deu por dois

motivos, explicitar a capacidade criativa dos artesãos e evitar uma relação hierárquica entre o conhecimento formal dos acadêmicos e o tácito do saber fazer do artesão.

A ação realizada iniciou com diálogos entre acadêmicos e artesãos para melhor entendimento da demanda de mercado existente e das técnicas artesanais utilizadas pelos artesãos. Nessa etapa, ideias de produtos foram surgindo e as tentativas prévias de criação de souvenirs identitários foram apresentadas pelos artesãos. Posteriormente, os acadêmicos projetaram novas possibilidades de artefatos artesanais identitários e os apresentaram aos artesãos para que, aqueles que assim o desejassem, fizessem suas próprias experimentações a partir da proposta, com as técnicas artesanais que dominavam. Para exemplificar, a Figura 6 apresenta um jogo de carimbos artesanais propostos pelos acadêmicos, uma possibilidade de seu uso em madeira e os souvenirs confeccionados por uma das artesãs para comercialização durante as edições do Brique da Vila Belga.

A aproximação entre os artesãos da Associação do Brique da Vila Belga e os acadêmicos do curso de Desenho Industrial resultou em um projeto de extensão que está em desenvolvimento e seguramente trará resultados positivos para todos os atores envolvidos. Além do diálogo estabelecido para a criação de novos produtos artesanais, também será produzido um catálogo digital para divulgá-los e reforçar a sua vinculação identitária à Vila Belga, de modo que o público compreenda as referências culturais e a relevância desse patrimônio edificado para a história e a cultura de Santa Maria.

Figura 6: Exemplos de Produtos Identitários da Vila Belga.



Fonte: Acervo das autoras.

Ressalta-se que a prática extensionista é um processo de troca de conhecimentos entre sociedade e universidade que possibilita o fortalecimento de experiências locais em um contexto renovado de inovação. A atuação do design em prol da valorização dos patrimônios culturais possui grande potencial de impulsionar a geração de renda, favorece as potencialidades territoriais e auxilia na melhor comunicação entre produtores e consumidores. Por sua vez, os acadêmicos envolvidos nas ações podem colocar em prática noções estudadas em sala de aula ao mesmo tempo que aprendem com o conhecimento tácito dos artesãos em um ambiente de aprendizagem que favorece a interação dialógica.

6. Considerações Finais

A partir das reflexões tecidas, é possível afirmar que o artesanato possui o potencial de ser acionado de modo a cooperar com o reconhecimento das especificidades territoriais ao se tornar representante identitário do patrimônio cultural dos territórios. Esse acionamento é facilitado pela aproximação com atores da área do design, porém deve-se ter cautela para que o aspecto econômico não se sobreponha aos aspectos sociais e culturais da prática artesanal, pois, conforme ressaltado por Leite (2005), o artesanato não deve ser encarado meramente como produto, mas como processos que refletem os modos de vida de quem o produz.

A estreita relação entre o artesanato e o fluxo turístico dos territórios se torna cada vez mais importante para o êxito de projetos que buscam valorizar atributos identitários vinculados ao território. Nesse contexto, o artesanato identitário pode servir de souvenir para o turista ao mesmo tempo que promove o patrimônio cultural dos artesãos.

A extensão universitária no âmbito dos cursos de design e/ou desenho industrial pode auxiliar no sentido de promover soluções inovadoras junto às comunidades e de ampliar a divulgação dos produtos para o público consumidor, reforçando e/ou estabelecendo vinculações identitárias do artesanato com o patrimônio histórico e cultural do território. Portanto, entende-se que a aproximação entre design e artesanato no contexto da valorização das singularidades identitárias dos territórios com vistas ao seu desenvolvimento é benéfica para os artesãos, desde que seja uma relação dialógica horizontal em que o conhecimento acadêmico do design não se sobreponha ao conhecimento tácito do artesão.

Referências

- ALTERO. **Linha Unique**. 2018. Disponível em: <http://www.alterocasa.com.br/produtos/casa/puxadores-de-movel/unique>. Acesso em 05 fev. 2020.
- ANDRADE, A. A experiência de Conceição das Crioulas. In: SAMPAIO, H. (Org.). **Olhares Itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição**. São Paulo: Central, 2005.
- ARANGUIZ, D. F. Empreendimento troca de nome e vira Mercado da Vila Belga. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 26 out. 2019. Disponível em: <https://diariosm.com.br/not%C3%ADcias/economia/empreendimento-troca-de-nome-e-vira-mercado-da-vila-belga-1.2176858?l=?l=>. Acesso em: 08 fev. 2020.
- BARROSO, E. **Cultura material brasileira e a valorização dos produtos singulares**. 2011. Disponível em: <http://eduardobarroso.blogspot.com.br/2011/01/cultura-material-brasileira-e.html>. Acesso em: 18 julho 2019.
- BEIRED, J. L. B.; BARBOSA, C. A. S. (Orgs.) **Política e identidade cultural na América Latina**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.
- BELAS, C. A. Artesanato e indicação geográfica: uma nova agenda de pesquisa e desenvolvimento nos países emergentes. In: NIEDERLE, P. A. (Org.) **Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013.
- BELAS, C. A. **Indicações geográficas e salvaguarda do patrimônio cultural: artesanato de capim dourado Jalapão-Brasil**. 2012. 266f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 3ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

BONNAL, P.; CAZELLA, A. A.; MALUF, R. **Multifuncionalidade da agricultura e desenvolvimento territorial**: avanços e desafios para a conjunção de enfoques. Estudos sociedade e agricultura, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, 2008.

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

BORGES, A. **Designer não é personal trainer e outros escritos**. São Paulo: Edições Roari, 2003.

BRANDÃO, C. Territórios com classes sociais, conflitos, decisão e poder. In: ORTEGA, A. C.; ALMEIDA FILHO, N. (Orgs.) **Desenvolvimento territorial, segurança alimentar e economia solidária**. Campinas: Alínea Ed., 2007.

BRIQUE DA VILA BELGA. **Banner de divulgação do Brique da Vila Belga**. Santa Maria, RS, 10 dez. 2019. Facebook: @briquedavilabelga. Disponível em: <https://www.facebook.com/briquedavilabelga/photos/a.1400956806886147/2300621696919649/?type=3>. Acesso em 10 fev. 2020.

CARVALHO, A. Transformações socioespaciais e desenvolvimento rural no 5º distrito de Santa Maria/RS, Arroio do Só. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Geografia) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2010.

CUNHA, A. M. **O artesanato, suas estratégias de comercialização e constituição enquanto produto turístico da agricultura familiar em Pelotas, Pedras Altas e Jaguarão – RS**: os casos do Ladrilã e das Redeiras. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

CUNHA, M. C. da. **Antropologia do Brasil**: mito, história, etnicidade. São Paulo: Brasiliense: Editora da Universidade de São Paulo, 1986.

FAGIANNI, K. **O poder do design**. Brasília: Thesaurus, 2006.

FAVARETO, A. A abordagem territorial do desenvolvimento rural: mudança institucional ou "inovação por adição"? **Estudos Avançados**, v. 24, n. 68, pp. 299-319, 2010.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 17ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

KOPYTOFF, I. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, A. (Org.) **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

KRUCKEN, L. **Design e território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LEITE, R. P. Modos de vida e produção artesanal: entre preservar e consumir. In: SAMPAIO, H. (org.). **Olhares itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo de tradição.** São Paulo: Artesanato Solidário, 2005.

LIMA, R. Artesanato de tradição: cinco pontos em discussão. In: SAMPAIO, H. (Org.). **Olhares itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo de tradição.** São Paulo: Artesanato Solidário, 2005.

LIMA, R. Artesanato em Debate. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 8, n. 15, São Luís, 2011.

MELLO, C. I. de. **Território feito à mão: Artesanato e identidade territorial no Rio Grande do Sul.** Tese (Doutorado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016.

MELLO, C. I. de; et al. Projeto Design Social: geração de renda e resgate cultural através do design associado ao artesanato. **Inclusão Social**, v. 5, n. 1, 2011.

MELLO, C. I. de; FROEHLICH, J. M. Artesanato e Identidade Territorial: o caso da Costa Doce. In: DAVID, C. D.; VARGAS, D. L. de (Orgs.). **Saberes tradicionais e artesanato: expressões culturais do campo brasileiro.** São Leopoldo: Editora Oikos, 2018.

PICHLER, R. F.; MELLO, C. I. de. **O design e a valorização da identidade local.** Revista Design & Tecnologia, v. 2 - nº4, 2012.

PREFEITURA DE SANTA MARIA. Concluída: Revitalização da Vila Belga é mais uma obra dentro da recuperação do Centro Histórico. Prefeitura de Santa Maria, 2012. Disponível em: <https://www.santamaria.rs.gov.br/noticias/5024-concluida-revitalizacao-da-vila-belga-e-mais-uma-obra-dentro-da-recuperacao-do-centro-historico>. Acesso em 20 set. 2016.

PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO – PAB. **Base Conceitual do Artesanato Brasileiro.** Ministério Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Brasília, 2012.

PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO – PAB. **Conheça o PAB.** Ministério Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Brasília, 2019. Disponível em: <http://www.artesanatobrasileiro.gov.br/pagina/1>. Acesso em 04 fev. 2020.

RAMOS, S. S.; BOBSIN, D. Organizações em rede e Teoria da estruturação: o caso de uma rede colaborativa em formação. **Revista Sociais e Humanas**, v. 31, n. 2, 2018.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada.** Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

THIOLLENT, M. **Pesquisa-Ação nas Organizações.** São Paulo: Atlas, 1997.

WHITELEY, Nigel. **Design for society.** Londres: Reaktion books, 1998.

WORLD CRAFTS COUNCIL – WCC. **Our vision.** 2012. Disponível em: <http://www.worldcraftscouncil.org/vision>. Acesso em 12 jan. 2014.

WORLD DESIGN ORGANIZATION – WDO. **Definition of design.** 2015. Disponível em: <http://wdo.org/about/definition>. Acesso em 05 fev. 2020.