

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO INTERDISCIPLINAR EM
CIÊNCIAS HUMANAS**

Mariuze Dunajski Mendes

**TRAJETÓRIAS SOCIAIS E CULTURAIS DE MÓVEIS
ARTESANAIS TRANÇADOS EM FIBRAS:
TEMPORALIDADES, MATERIALIDADES E
ESPACIALIDADES MEDIADAS POR ESTILOS DE VIDA EM
CONTEXTOS DO BRASIL E ITÁLIA**

Florianópolis

2011

Mariuze Dunajski Mendes

**TRAJETÓRIAS SOCIAIS E CULTURAIS DE MÓVEIS
ARTESANAIS TRANÇADOS EM FIBRAS:
TEMPORALIDADES, MATERIALIDADES E
ESPACIALIDADES MEDIADAS POR ESTILOS DE VIDA EM
CONTEXTOS DO BRASIL E ITÁLIA**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina para obtenção de grau de Doutora em Ciências Humanas.
Orientadora: Profa. Dra. Carmen Silvia Rial.

Co-orientadora: Profa. Dra. Maristela Mitsuko Ono

Florianópolis

2011

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária da
Universidade Federal de Santa Catarina

M538t Mendes, Mariuze Dunajski

Trajетórias sociais e culturais de móveis artesanais trançados em fibras [tese]: temporalidades, materialidades e espacialidades Mediadas por estilos de vida em contextos do Brasil e Itália / Mariuze Dunajski Mendes ; orientadora, Carmen Silvia Rial - Florianópolis, SC, 2011.

353 p.: il., grafs., tabs.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas.

1. Ciências humanas. 2. Mobiliário. 3. Artesanato - Consumo. 4. Design. 5. Sustentabilidade. 6. Estilo de vida. I. Rial, Carmen Silvia. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas. III. Título.

CDU 168.522



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas/Doutorado

TRAJETÓRIAS SOCIAIS DE MÓVEIS ARTESANAIS EM FIBRAS:
TEMPORALIDADES, MATERIALIDADES, E ESPACIALIDADES
MEDIADAS POR ESTILOS DE VIDA, EM CONTEXTOS DO
BRASIL E ITÁLIA

Por
Mariuze Dunajski Mendes

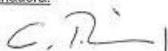
Orientadora Profa. Dra. Carmen Rial
Co-orientadora Profa. Dra. Maristela Mitsuko Ono

Esta tese foi submetida ao processo de avaliação pela Banca Examinadora para obtenção do título de *Doutor em Ciências Humanas* e aprovada em sua forma final no dia 18 de março de 2011, atendendo as normas da legislação vigente do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas/Doutorado.



Profa. Dra. Joana Maria Pedro – Coordenadora do Programa

Banca Examinadora:



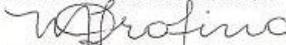
Profa. Dra. Carmen Rial - orientadora – presidente UFSC - SC



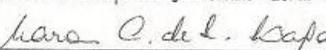
Prof. Dr. Gilson Leandro Queluz – UTFPR – PR



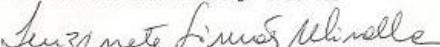
Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa – UFPR - PR



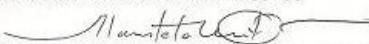
Profa. Dra. Maria Isabel Rodrigues Orfino – ESPM - SP



Profa. Dra. Mara Coelho de Souza Lago - UFSC - SC



Profa. Dra. Luzinete Simões Minella – UFSC - SC



Profa. Dra. Maristela Mitsuko Ono - Co-orientadora – UTFPR – PR

Florianópolis, 18 de março de 2011.

Aos amores de minha vida,
companheiros de todas as horas
Edison, Rafael e Gabriel

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas e instituições que, direta ou indiretamente, colaboraram para que este trabalho, um dia sonhado, se tornasse realidade.

À Universidade Tecnológica Federal do Paraná e Departamento de Desenho Industrial, pelo apoio e suporte financeiro.

Ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, pela acolhida no doutorado e espaço para reflexão e aprendizado.

A todos(as) professores(as) do DICH, que participaram desta caminhada, contribuindo com seus valiosos conhecimentos para fomentar reflexões.

Ao corpo técnico-administrativo do DICH, nas pessoas de Jerônimo e Ângelo, pela prontidão em auxiliar.

À Capes e ao Politecnico di Milano por proporcionarem o doutorado-sanduíche em Milão.

À profa. Dra. Carmen Rial, por ter me recebido como orientanda, partilhando conhecimentos sobre o campo da antropologia e análise de imagens, assim, abrindo caminhos que se mostraram ricos de possibilidades.

À minha co-orientadora, profa. Dra. Maristela Ono pela disposição e paciência oriental em tantas leituras. Amiga e incentivadora, estimulou a percepção de múltiplos olhares sobre design e culturas.

Grazie tanti, prof. Carlo Vezzoli, co-orientador italiano, batalhador pela sustentabilidade no design.

Aos(as) amigos(as) que não foi possível nominar (tantos), mas que contribuíram com incentivo, conversas e idéias.

Ao amigo Ronaldo Corrêa, doutor em artesanato, pela inspiração e conversas sobre caminhos e descaminhos deste campo.

À amiga Ana Lúcia Verdasca pela gentileza imensa em leituras e “dicas” que abriram caminhos no doutorado.

Com carinho especial às “meninas”, amigas de todas as horas - Marilda Queluz (das antigas...), Suzete Filipak (compartilhamos a Itália via Skype), Luciana Silveira, Liliane Chaves, Marta Berger, Gislene Lessa,

Luciana Brandão, Maria Salamandra, Elvira Federici, Sandra Rúbia, Ângela Souza - pelos chás, apoio e amizade verdadeira nos momentos de “precisão”.

À amiga Marinês Ribeiro, pela ajuda constante e pelas conversas que tornavam mais leves as “idas e vindas” de Floripa.

Aos colegas de turma do DICH, Rosa, Paula, Jerônimo, Felipe, Paulo, Naira, Ivana, Fernando (em memória) pelo caminhar conjunto.

Ao grupo de estudos em Design e Cultura, pelo compartilhamento em leituras e discussões.

Aos artesãos: Armando Túlio, Darci Ferro, Silvano Túlio, Eromir Stival, Aparecido Noronha, Erico Meissner, Izair Zanotti, que tão gentilmente compartilharam conhecimentos sobre o trabalho artesanal e a vida, sendo os principais autores deste trabalho.

Aos(as) designers entrevistados(as) que abraçaram o artesanato, admirados pela força de designers guerreiros, em especial: Christian Ullmann, Jusmeri Medeiros e Bernadete Brandão. Estas, queridas amigas, parceiras e interlocutoras.

Com carinho para toda minha família (irmãos, cunhadas, tias, primos,...), pelo incentivo e apoio, especialmente à minha mãe Alina e meu pai Casemiro (em memória) que conseguiram com muita luta conduzir-me a este momento.

Ao Edison, companheiro e grande amor de minha vida, que há tantos anos veem compartilhando momentos e dando apoio, sendo quem mais colaborou na pesquisa e, sem quem, ela não aconteceria.

Aos meus queridos e muito amados filhos, Rafael e Gabriel que, com carinho, compreenderam momentos de ausência da mãe e me fortaleceram com palavras, abraços e cumplicidade.

É de vocês a tese!

Muito Obrigada !!!!

O humano é vestígio que o homem deixa nas coisas, é a obra, seja ela uma obra-prima ilustre ou produto anônimo de uma época. É a disseminação contínua de obras, objetos e sinais que faz a civilização, o habitat de nossa espécie, sua segunda natureza. E mais: todo homem é o homem-mais-coisas, é homem na medida em que se reconhece em um número de coisas, reconhece o humano investido em coisas, o si mesmo que tomou forma de coisas.

Ítalo Calvino, 2010

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo cartografar (mapear, descrever e analisar) trajetórias de móveis artesanais trançados em fibras, em circuitos de produção, circulação e consumo. Móveis artesanais, como parte da cultura material, promovem sociabilidades, mediando ações políticas e projetos de transformação da teia social. Analiticamente, adoto o pressuposto de móveis artesanais em fibras representarem sistemas “abertos”, posto que, sua plasticidade permite circulação simbólica e material por espacialidades e universos significativos distintos, transitando em categorias que traduzem: a tradição, modernidade, etnicidade, sofisticação, simplicidade, natureza, ecologia e/ou sustentabilidade. Mais do que “molduras”, estas narrativas expressam aberturas e estratégias, de atualizar-se e metamorfosear-se, para acompanhar projetos sociais que representam, refletem e refratam contextos culturais dinâmicos de sociedades urbanas complexas. Os contextos de Curitiba (Brasil) e Milão (Itália) foram definidos como recortes espaciais para analisar contrastes e aproximações de culturas, aspectos técnicos, estéticos e modos de circulação de artefatos em espacialidades e temporalidades distintas. Recorro na tese a metodologias etnográficas, a exemplo de entrevistas, narrativas de histórias de vida, observações de campo e análise de imagens. As entrevistas com artesãos e designers, registram narrativas sobre o móvel artesanal, revelando processos históricos e de trabalho, desvelando fazeres e saberes. Em observações de campo, analiso espacialidades, a exemplo de lojas, feiras, mostras, vitrinas, mostrando modos de visualização, circulação de valores, relações cotidianas e prescrições de usos de móveis artesanais em fibras. A análise de imagens, em anúncios de revistas e catálogos, permite descrever performances sociais e práticas culturais, enunciadas por recursos imagéticos e linguísticos que conectam estes artefatos a estilos de vida e os traduzem em relações de consumo. Como resultado da pesquisa, objetivo mapear redes de valor de móveis em fibras, revelando seus potenciais em processos sustentáveis, além de situar o papel de designers na mediação de projetos com comunidades de artesãos, considerando aspectos: ambientais, sociais, culturais, históricos, éticos e econômicos locais, além de planejar redes de valor que liguem produção e consumo, valorizando trabalhos, saberes tradicionais, identidades e territórios.

Palavras-chave: trajetórias de mobiliário artesanal trançado em fibras; artesanato e design, design e sustentabilidade; estilos de vida e consumo.

ABSTRACT

This research aims to map, describe and analyze the journey of handcrafted twisted fiber furniture in production, distribution and consumption circuits. As part of the material culture, handcraft furniture promotes sociability, mediating political actions and social changing projects. Analytically, I assume that handcraft furniture is an “open” system, since its plasticity allows a symbolic and material circulation through different significant environments and universes, going around categories that express tradition, modernity, ethnicity, sophistication, simplicity, nature, ecology and/or sustainability. More than just "frames", these narratives represent new opportunities and strategies to update and transform one's knowledge in order to follow social projects which reflect and represent dynamic cultural contexts of complex urban societies. The contexts of the city of Curitiba (Brazil) and Milan (Italy) have been defined as parts extracted from environments to examine the contrasts and similarities between origins, cultures, technical and aesthetic aspects and means of distribution of artifacts in different environments and times. Ethnographic methods such as interviews, life story narratives, field observations and analysis of images from magazine ads and catalogs have been used in the present work. The interviews with craftsmen and designers report stories about handcraft furniture, bringing historical and working processes to light, thus revealing practices and knowledge. As to field observations, I go around different environments, such as stores, fairs, exhibitions and shop windows to show ways of visualization, circulation of values, daily relations and the use of handcrafted fiber furniture. The analysis of images from magazines and catalogs describes social and cultural practices expressed by image and linguistic resources. These resources link these artifacts to lifestyles and translate them into relations between suppliers and consumers. As a result of this research, my objective is to show the potential of handcraft furniture in sustainable circuits and define the role of designers in mediating projects with craftsman communities, considering environmental, social, cultural, ethical and economic aspects of the area. Moreover, I intend to plan value networks which link production and consumption, appreciating work, traditional knowledge, identities and territories.

Key words: journey of handcrafted twisted fiber furniture, handcraft and design, design and sustainability, lifestyles and consumption.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Objetos de artesanos indígenas.....	89
Figura 2: Poltrona Romana.....	91
Figura 3: Móveis em estilo vitoriano.....	92
Figura 4: Cadeira com trançado em “palhinha austríaca”.....	93
Figura 5: Catálogo da Gervasoni - móveis para sala de estar.....	96
Figura 6: Publicidade de Hotel da cidade de Curitiba.....	97
Figura 7: Objetos de catálogo de Móveis Schulz.....	99
Figura 8: Cadeira de rodas produzida por Móveis Schulz.....	100
Figura 9: Anúncio publicado em revista de divulgação de serviços e produtos, referentes à fábrica de móveis de Martinho Schulz.....	102
Figura 10: Escrivaninhas produzidas por Móveis Schulz.....	103
Figura 11: Sala de estar produzida por Móveis Schulz.....	105
Figura 12: Móveis de estar do catálogo de Móveis Schulz	107
Figura 13: Cestas produzidas por Ângelo Stival e sua família.....	112
Figura 14: Carrinhos de bebês e bonecas da família Stival.....	113
Figura 15: Cestos de roupas feitos pela família Stival.....	114
Figura 16: Poltrona Sol ou Concha.....	117
Figura 17: Cadeira produzida na fabrica de Móveis Stival	118
Figura 18: Estantes produzidas na fabrica de Eromir Stival.....	120
Figura 19: Conjunto de móveis para a Área de Estar.....	121
Figura 20: Linha Sedutti ambientada.....	122
Figura 21: Interior da fábrica Gervasoni.....	125
Figura 22: Página de livro sobre a Gervasoni.....	126
Figura 23: Esquerda: interior de navio da década de 1930. Direita: interior de navio da década de 2010.....	127
Figura 24: Cadeiras projetadas por Paola Navone para Gervasoni.....	129
Figura 25: Móveis da Jollygiunco com aplicação de painéis.....	132
Figura 26: Móveis da Jollygiunco com aplicação de painéis	133
Figura 27: Cadeiras fabricadas por Móveis Túlio.....	140
Figura 28: Foto de vimal e detalhes da planta	143
Figura 29: Máquina de passar vime da fábrica Schulz.....	144
Figura 30: Tacha para cozimento de fibras naturais.....	146
Figura 31: Estoque de fibras naturais. Material: vime.....	147
Figura 32: Utilização do rachador para abrir as hastes de vime.....	148
Figura 33: Utilização do refilador para uniformizar tiras de fibras.....	149
Figura 34: Etapas do trançado da cesta italiana.....	150
Figura 35: Trançado de cesta em vime pelo artesão Darci Ferro.....	151
Figura 36: Setor de confecção de estruturas metálicas.....	153 e 154

Figura 37: Marcenaria para confecção de estruturas em madeira e planos de corte de peças	154
Figura 38: Curvatura de estruturas em apuí a partir de moldes.....	155
Figura 39: Página de caderno com anotações sobre a produção.....	155
Figura 40: Trançado para confecção das peças da Movime.....	157
Figura 41: Preparo das fibras – vime e junco.....	158
Figura 42: Estação de trabalho para trançado de peças em fibras.....	159
Figura 43: Acabamento de peças em junco, com maçarico.....	161
Figura 44: Setor de pintura e acabamento de peças em fibras.....	162
Figura 45: Foto da cabine de envernizamento.....	163
Figura 46: Foto de acabamento e pintura - lixamento.....	164
Figura 47: Imagem de anúncio do lançamento de móveis.....	168
Figura 48: Poltrona Camburi.....	172
Figura 49: Fases da criação Poltrona Scoppo – da ideia ao produto...175	
Figura 50: Banner da poltrona Scoppo e versão – poltrona Armony..178	
Figura 51: Etapas do processo de transformação da fibra da bananeira.....	180
Figura 52: Processo de secagem de fibras da bananeira.....	181
Figura 53: Trançado de poltrona.....	182
Figura 54: Poltrona Scoppo na Bienal de Design em 2010.....	183
Figura 55: Poltrona Canasta.....	185
Figura 56: Poltronas Crinoline da B&B.....	186
Figura 57: Publicidade Hotel Genoa.....	191
Figura 58: Página do catálogo Roebuck& Co.....	194
Figura 59: Página de catálogo alemão usado como referência por Móveis Schulz.....	196
Figura 60: Produtos do catálogo de Móveis Schulz.....	198
Figuras 61 e 62: Catálogo de Martinho Schulz.....	199 e 200
Figura 63: Página da Revista “A Cigarra”. Reportagem: “residências confortáveis em São Paulo”: Jardim de inverno residencial.....	203
Figura 64: Varanda residencial do início do século XX, Itália.....	204
Figura 65: Varanda residencial início século XX, Itália.....	206
Figura 66: Foto do catálogo de Carl Zeidler, década de 1920.....	207
Figura 67: Móveis de ratan ambientados em terraços.....	210
Figura 68: Móvel em fibras em ambiente <i>zen</i>	211
Figura 69: Foto varanda como espaço de vivência. Móveis Saccaro..212	
Figura 70: Página explicativa do fluxo de compra na loja IKEA.....	215
Figura 71: Prateleiras do estoque de móveis da loja IKEA Milão.....	216
Figura 72: Interior da loja IKEA de Milão, com destaque de pufe feito em fibras naturais trançadas.....	218
Figura 73: Galeria Victorio Emanuele, em Milão.....	221

Figura 74: Foto da vitrina da loja Fendi.....	222
Figura 75: Foto interna do <i>show room</i> da Loja Gervasoni.....	224
Figura 76: Vitrina e <i>show room</i> da Loja B&B.....	225
Figura 77: <i>Show room</i> com vitrina ao fundo - Loja B&B – Itália.....	226
Figura 78: Vitrina - Loja B&B - Itália.....	227
Figura 79: Vitruinas no corredor do metrô de Cadorna.....	228
Figura 80: Detalhe da vitrina Bambu Design no corredor do metrô.....	229
Figura 81: Loja Bambu Design – fachada e vitrina.....	230
Figura 82: Interior da loja Bambu Design.....	231
Figura 83: Stand da Bambu Design na feira de artesanato de Milão.....	233
Figura 84: <i>Stand</i> na Exposição Industrial de 1932 - Curitiba.....	236
Figura 85: Linha Tropicália - Móveis em fibras sintéticas trançadas.....	237
Figura 86: Linha <i>Schadowy</i> - Móveis em fibras sintéticas trançadas.....	238
Figura 87: Estantes Cabana.....	240
Figura 88: Poltrona Primavera.....	241
Figura 89: Poltrona <i>Under Construction Homeless 1</i>	244
Figura 90: Poltrona <i>Under Construction Homeless 2</i>	244
Figura 91: Casa Cor - poltrona Ursa Maior.....	248
Figura 92: Poltrona da Raffinato divulgada na mídia televisiva.....	256
Figura 93: Publicidade de móveis da Artefacto.....	260
Figura 94: Página do catálogo da indústria Raffinato, de Curitiba.....	262
Figura 95: Páginas do catálogo da indústria Moroso, Itália.....	264
Figura 96: Anúncio publicitário Armando Cerello.....	266
Figura 97: Publicidade da Raffinato na Revista Núcleo.....	269
Figura 98: Anúncio de lançamentos da Saccaro.....	270
Figura 99: Coluna Planeta Casa.....	272
Figura 100: Casa Cor da Rua, em São Paulo	273
Figura 101: Detalhe de uma página da Coluna Planeta Casa.....	274
Figura 102: Série Transplastic dos Irmãos Campana.....	276
Figura 103: Painéis de barro de comunidades do Nordeste.....	283
Figura 104: Escultura de índios de Guaraqueçaba.....	284
Figura 105: Mesa Japonesa.....	286
Figura 106: Comunidade de artesãos de Guaraqueçaba.....	288
Figura 107: Imagens discutidas pelo grupo de Guaraqueçaba.....	290
Figura 108: Etapas de desenvolvimento de produtos em fibra de bananeira.....	291
Figura 109: Reuniões para trocas no grupo de Guaraqueçaba.....	293
Figura 110: Exterior e interior da cooperativa de Guaraqueçaba.....	294
Figura 111: Banco Tauf.....	295
Figura 112: Comunidade Fazenda Rio Grande – projeto Unisol.....	297
Figura 113: Curso de técnicas para execução de mesa em bambu.....	287

Figura 114: Fases de projeto, avaliação e apresentação de protótipos de móveis artesanais em fibras de alunos da UTFPR, executados em parceria com indústrias de Santa Felicidade.....308 e 309

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Categorias de identidades locais de Guaraqueçaba	290
Quadro 2 – Segmentos de mercado definidos por artesãos de Guaraqueçaba.....	290
Quadro 3 – Mapa de relações de atores envolvidos na rede de valor de móveis artesanais trançados em fibras de Santa Felicidade.....	301
Quadro 4 – Relações entre produção/circulação/consumo de móveis artesanais trançados em fibras.....	321

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO: APROXIMAÇÕES DO MOBILIÁRIO ARTESANAL EM FIBRAS.....	25
O CAMINHO METODOLÓGICO DA PESQUISA: ENTRE NARRATIVAS E TRAMAS.....	34
1. CONCEITOS E CONTEXTOS: MAPEANDO O ARTESANATO COMO PROCESSO.....	50
1.1 MAPEANDO O ARTESANATO COMO PROCESSO SOCIALIZANTE.....	51
1.2 TRAJETÓRIAS SOCIAIS DE ARTEFATOS EM CONTEXTOS TEMPORAIS E ESPACIAIS	56
1.3 PROJETOS DE IDENTIDADE E ESTILOS DE VIDA	59
1.4 CONSUMO COMO PRÁTICA.....	63
1.5 PROJETOS E METAMORFOSES SOCIAIS: CAMPOS DE POSSIBILIDADES PARA O MÓVEL ARTESANAL.....	67
1.6 MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE EM PROCESSOS DE REPRESENTAÇÃO DA CULTURA MATERIAL MEDIADOS POR DESIGNERS	71
2. TEMPORALIDADES: TRAJETÓRIAS DO MÓVEL ARTESANAL EM DIÁLOGO COM TRAJETÓRIAS SOCIAIS..	85
2.1 TRAJETÓRIAS DO MÓVEL ARTESANAL: TRADIÇÕES E MUDANÇAS EM CONTEXTOS DO BRASIL E ITÁLIA.....	87
2.1.1 Trajetórias das Indústrias de Móveis Artesanais com Fibras no Brasil: o caso Movime.....	109
2.1.2 Trajetórias das indústrias de móveis artesanais com fibras na Itália: o caso Gervasoni.....	124
3. MATERIALIDADES E MANUALIDADES MEDIANDO PROCESSOS DE OBJETIFICAÇÃO E (RE)SIGNIFICAÇÃO DE MÓVEIS ARTESANAIS.....	135
3.1 TRAJETÓRIAS E METAMORFOSES DE MÓVEIS ARTESANAIS TRANÇADOS EM FIBRAS EM CONTEXTOS MATERIAIS.....	136
3.2 MATÉRIAS PRIMAS	
3.2.1 O vime: cultivo e preparo da fibra.....	142
3.2.2 Técnicas de Trançado.....	149
3.2.3 Local de Trabalho.....	157

3.2.4	Acabamento.....	160
3.3	MATERIAIS E INOVAÇÕES ESTÉTICAS: O DESPERTAR PARA O DESIGN NO PROCESSO.....	165
3.4	MÓVEIS CONTEMPORÂNEOS E REPRESENTAÇÕES DE ECOLOGIA E SUSTENTABILIDADE.....	170
3.5	PROCESSOS DE SINGULARIZAÇÃO DE MÓVEIS ARTESANAIS MEDIADOS POR IDENTIDADES E MATERIALIDADES.....	173
4.	ESPAÇALIDADES: LUGARES DE VER, VIVER E PERFORMATIZAR.....	188
4.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DE MÓVEIS ARTESANAIS EM ESPAÇOS DOMÉSTICOS E COMERCIAIS.....	189
4.1.1	Jardins de inverno, salas de chá, estar e varandas como espaços de transição e transgressão: virada do século XIX para o século XX.....	201
4.1.2	Varandas como espaços de integração e convivência: virada do século XX para XXI.....	208
4.2	ESPAÇOS DE CONTEMPLAÇÃO E CONSUMO.....	213
4.2.1	Lojas e vitrinas.....	214
4.2.2	Espaços “populares” de visualização.....	227
4.3	FEIRAS E MOSTRAS.....	232
4.3.1	Feiras: espaços “populares” de consumo.....	232
4.3.2	Mostras e exposições.....	234
4.3.3	Mostras nacionais.....	245
5.	MÓVEIS ARTESANAIS: MEDIAÇÃO EM NARRATIVAS E PROJETOS CONTEMPORÂNEOS DE ESTILOS DE VIDA... 250	
5.1	SIGNIFICADOS DO NATURAL E IDENTIDADES COMO CÓDIGOS-OBJETO.....	251
5.2	A CIRCULAÇÃO DE IDÉIAS DA NATUREZA, SOFISTICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE EM ANÚNCIOS NAS REVISTAS DE DECORAÇÃO E MÍDIAS DIGITAIS NO BRASIL.....	259
6.	DESIGN E MÓVEIS ARTESANAIS: INTERAÇÕES PARA A VALORIZAÇÃO DE TERRITÓRIOS E CULTURAS LOCAIS.....	278
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	310
	REFERÊNCIAS.....	325
	APÊNDICE.....	337

INTRODUÇÃO

APROXIMAÇÕES DO MOBILIÁRIO ARTESANAL EM FIBRAS

Toda a arqueologia de materiais é uma arqueologia humana. O que este[a] barro[trama] esconde e mostra é o trânsito do ser no tempo e a sua passagem pelos espaços, os sinais dos dedos, as raspaduras das unhas, as cinzas e os tições das fogueiras apagadas, os ossos próprios e alheios, os caminhos que eternamente se bifurcam e se vão distanciando e perdendo uns dos outros. Este grão que aflora à superfície é uma memória, esta depressão a marca que ficou de um corpo deitado. O cérebro perguntou e pediu, a mão respondeu e fez¹.



¹ SARAMAGO, José. **A Caverna**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p.84.
Foto de minha autoria, Guaraqueçaba, 2006.

APROXIMAÇÕES DO MOBILIÁRIO ARTESANAL EM FIBRAS

Falar sobre trajetórias do móvel artesanal e seus significados implica em assumir uma postura fronteiriça, escolher palavras e conceitos que traduzam um saber que se localiza à margem, entendendo esta margem como singular e plural, local e global, circulando entre o tradicional e o moderno, saber enunciado por vozes múltiplas, em contextos distintos.

Ao enunciar os objetos como tendo uma “alma” tangível e intangível, dá-se vida a obras que pessoas deixam como legado para a civilização. Fluxos e emoções, expressas em palavras e gestos, significam a relevância e humanidade da existência de coisas, que, por sua vez, revelam e ocultam nossa própria existência. Significados dos objetos, seus usos, permanências e metamorfoses, articulam sentidos de ser no mundo. O que valorizamos acaba reforçando, configurando e/ou transformando nossos comportamentos e estilos de vida, convertendo-se em modos de compreender, vivenciar e valorizar o mundo e o que o constitui.

Na pesquisa, percorri trilhas e segui rastros do móvel artesanal trançado em fibras, buscando enunciar significados desta forma de artesanato no complexo caminho que ele percorre. Processos de criação, produção, circulação e consumo (contextos), envolvem e determinam movimentos e metamorfoses² de artefatos em trajetórias sociais.

A maneira como os artefatos são feitos (materializações e relações de trabalho), como circulam (formas de mediação de significados e valoração de produtos) e como são traduzidos por consumidores (usos, práticas de consumo e inserções em trajetórias sociais) serão norteadores de minhas análises, objetivando captar as dimensões: social, cultural, econômica, histórica, ambiental e ética do setor artesanal no cenário local, com correlações ao global.

² A conceituação de metamorfose (ou transmutação) como uma categoria remete a Bakhtin e Velho. Bakhtin a define como movimento e alteração, um eterno inacabamento de coisas, sentidos e significados. Gilberto Velho define o termo a partir de uma obra do poeta Ovídio – “As metamorfoses”. Nesta, Ovídio narra histórias de seres que mudam de gênero, natureza, forma, [...], mas, sempre guardando características de estados anteriores, preservando sinais das experiências passadas. Sobre esta obra, ainda cita o comentário de Ítalo Calvino: “uma lei de máxima economia domina esse poema aparentemente voltado para o dispêndio desenfreado. É a economia própria das metamorfoses, que pretende que as novas formas recuperem tanto quanto possível os materiais das velhas”. Desta forma, Velho define identidades e experiências de sujeitos que, embora aparentemente estáveis, podem ser reinterpretadas, resignificadas, transformadas. É este jogo da permanência e mudança que define a *metamorfose*. VELHO, Gilberto (2003). **Projeto e metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, p. 8; BAKHTIN, Mikail. **Questões de Literatura e de estética**: A teoria do romance. São Paulo: Hucitec, 2002.

A motivação para escrever a tese veio de interações realizadas no campo do artesanato e design, especialmente com comunidades de artesãos que produzem móveis e artefatos trançados em fibras naturais. A investida por uma área interdisciplinar é decorrência de minha própria trajetória de vida - artista plástica por formação, professora por vocação, designer por adoção, sempre tive paixão pela pesquisa histórica e do mundo do trabalho. Trabalhei com projeto de móveis e design de interiores, tendo a prática, a vivência nas fábricas e o universo de planejamento de ambientes decorados, como cotidiano.

A pesquisa do doutorado foi uma tentativa de dar relevo a este espaço de ligação entre a produção e consumo, no qual transitam e relacionam-se mutuamente pessoas e coisas. A escritura da tese foi uma busca por cristalizar certa fluidez de materialidades e de sensações do que se vê, como argumenta Calvino³. Ao fazer um inventário de imagens e narrar histórias de vida e de coisas, o faço a modo de um diário, fruto de uma “obscura agitação” de quem escreve e traduz a

necessidade de transformar o escorrer da própria existência numa série de objetos salvos da dispersão, ou numa série de linhas escritas, cristalizadas fora do fluxo contínuo do pensamento. O fascínio de uma coleção está nesse tanto que revela e nesse tanto que esconde do impulso que levou a criá-la⁴.

Ao optar por analisar alguns fragmentos de coleções de móveis artesanais trançados em fibras busquei “cartografar” trajetórias destes no complexo caminho que percorrem, da criação, passando pela circulação, ao consumo. Desta forma, a questão geral que motivou a pesquisa foi: Como materialidades e significados marcados em temporalidades e espacialidades (contextos cronotópicos) narram trajetórias de móveis artesanais trançados em fibras em circuitos de produção, circulação e consumo?

Desta forma, o principal objetivo da pesquisa foi cartografar (mapear, descrever e analisar) trajetórias de móveis artesanais trançados em fibras em processos de materialização e representação e analisar como estes circuitos significativos podem refletir, refratar e potencializar trajetórias sociais e culturais. Ao enunciar relações e aproximações entre as esferas da produção, circulação e consumo de

³ CALVINO, Italo. **Coleção de areia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

⁴ *Ibidem*, p. 13.

móveis em fibras espero contribuir para a compreensão de possibilidades e limites no planejamento de interações e mediações com práticas artesanais, objetivando consolidar redes de valor sustentáveis.

Projetos com os artesãos(ãs)⁵, pesquisas de campo⁶ e práticas de sala de aula com alunos(as) de “Design de Móveis Artesanais”⁷, bem como a participação em alguns projetos internacionais que envolveram a inovação de produtos e sistemas para a sustentabilidade⁸, instigaram-me a refletir sobre trajetórias e representações de móveis artesanais, na relação com estilos de vida e trajetórias sociais, em circuitos de produção, circulação e consumo. Processo que se desenrola em uma arena de conflitos, pois, se de um lado é fruto de manifestações populares (especialmente marcadas na produção); de outro, circula por esferas de consumo permeadas por movimentos capitalistas, que podem obscurecer e/ou subordinar a potência política, cultural e significados tecidos na esfera da produção.

O protagonismo dos móveis artesanais dá-se na interação com quem os cria, produz, comunica, circula e usa. Assim, ao narrar suas trajetórias considere um conjunto de processos de significação e materialização do artesanato que engloba: a existência da matéria como ato potencial; o ato da criação pelo(a) artesão(ã), ou, a exemplo dos

⁵ Reporto-me a alguns trabalhos, oficinas e interações realizadas em comunidades de artesãos, envolvendo design de produtos artesanais, como: **1** - Projeto desenvolvido em parceria com o PROVOPAR (órgão vinculado ao Governo do estado do Paraná - Programa Arte Nossa) em Guaraqueçaba - litoral do Paraná - ao longo do ano de 2005, oferecendo oficinas de design para artesãos a fim de projetar em conjunto novos produtos para serem confeccionados pela comunidade, a partir das técnicas de cerâmica e trançado tradicionais da região; **2** - Discussões e elaboração de planos de ação para implementação de um Fórum de Artesanato Paranaense, liderado pelo Sebrae, em parceria com instituições de ensino, sindicatos, cooperativas de artesãos e órgãos governamentais, ao longo do ano de 2004; **3** - Condução de seminários, mediados pela EMATER (secretaria de Estado da Agricultura), junto a artesãos que desenvolvem agricultura familiar e trabalham na produção de artesanato complementarmente a esta atividade (2008).

⁶ Refiro-me a entrevistas e etnografias realizadas para a dissertação de mestrado intitulada: **A Fragmentária História da Fábrica de Móveis Martinho Schulz: tradição e modernidade na produção artesanal com fibras de Curitiba**, realizada no Programa de Pós-Graduação em Tecnologia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, no período de 2003 a 2005. Disponível em: <http://www.pgte.ct.utfpr.edu.br/sites/default/files/dissertacoes/2005/184.pdf>.

⁷ Elaboração de programa, ementas e condução de uma disciplina de Projeto de Móveis artesanais no Curso de Tecnologia em Design de Móveis - UTFPR - de 2004 a 2007, desenvolvendo móveis artesanais em parceria com indústrias moveleiras regionais.

⁸ Projeto LeNS South America – rede de compartilhamento ligada à LeNS (Learning network on sustainability), criada pelo Politecnico de Milão (POLIMI), coordenado pelo prof. Carlo Vezzoli, com braços na Europa, Ásia, África e Américas. Doutorado sanduíche no Laboratório de Design e Inovação para a Sustentabilidade (DIS), no Departamento de Design do Politécnico de Milano – Milão – Itália, sob a co-orientação do prof. Carlo Vezzoli (2010).

móveis, por designers; a transformação da matéria em objeto pelos(as) artesãos(ãs); a comunicação pelas mídias; a circulação em espaços de lojas, feiras, mostras, museus; as relações de consumo; e, como as pessoas os (re)significam e performatizam em seus usos e práticas cotidianas, em sinergia (ou não) com estilos de vida.

Não posso deixar de enfatizar que as escolhas feitas para iluminar o caminho de pesquisa foram a partir da convivência com designers e artesãos(ãs) que, durante anos, gentilmente compartilharam seus sentimentos e conhecimentos sobre o que o trabalho de trançado de móveis representa em suas vidas e cotidiano. As falas destes sujeitos estão entremeadas em toda narrativa da tese. Fragmentos discursivos apontam o protagonismo dos artesãos no processo de construção de artefatos e saberes sobre a prática artesanal.

Além de narrativas verbais, imagens configuraram-se como fios condutores de minhas análises e permitiram-me, de forma instigante, perceber como performances ou a ausência delas, refletem maneiras como os corpos e artefatos podem ser (re)significados, adestrados, gendrados, ritualizados para práticas sociais que protagonizam.

Nos textos de mídias e narrativas de interlocutores(as), foi recorrente serem acionadas determinadas categorias aos móveis em fibras, que os configuram como sistemas para: aconchegar, ostentar, repousar, combinar, consumir, inovar e sustentar culturas, memórias e histórias. Este trânsito, por categorias aparentemente tão divergentes, explicita a plasticidade e adaptabilidade a contextos e trajetórias.

Parto do pressuposto que o móvel artesanal é um sistema “aberto”, pois, apesar de ter certos códigos “colados” nas esferas da produção e circulação, sua materialidade permite uma circulação simbólica que reflete, representa e refrata contextos diversos no consumo. Trazendo os artefatos para um primeiro plano é possível perceber que estes, como constituintes de nossa cultura material, medeiam relações éticas, estéticas, econômicas, culturais e históricas e, ao circularem, se hibridizam e marcam contextos vividos em espaços.

Trajetórias, rotas e desvios, em contextos distintos, podem revelar aspectos importantes para pensar em como ocorrem transformações em materialidades e como são acionados mecanismos de ativação e desativação de sentidos e representações que inserem os móveis artesanais em regimes de valor. Estes mecanismos os contextualizam em estilos de vida e novos mercados, sem, contudo, abandonar técnicas e tradições do trançado em fibras que, usualmente, refletem trajetórias ligadas a projetos de identidade comunitária.

Os contextos analisados - cidades de Curitiba (Brasil) e Milão (Itália) – propiciaram perceber aproximações e contrastes entre estas duas realidades. Contraste este, não apresentado de forma dicotômica ou antagônica, mas como componentes de um processo de interação e trocas que promoveram dinâmicas nas esferas da produção, circulação e consumo de móveis em fibras.

A partir desses pressupostos os objetivos específicos de pesquisa foram:

- Analisar relações entre materialidades, temporalidades e espacialidades como possibilidades narrativas de trajetórias de móveis artesanais em fibras.
- Cartografar trajetórias de móveis artesanais trançados em fibras, em contextos temporais e espaciais de produção, circulação e consumo, pontuando alguns contrastes e aproximações entre as cidades de Curitiba (Brasil) e Milão (Itália).
- Enunciar como materialidades podem ser metamorfoseadas e (re)significadas, ao relacionar-se móveis artesanais trançados em fibras a trajetórias sociais e projetos de estilos de vida.
- Descrever alguns procedimentos de visualização em espacialidades distintas que permitem acionar/legitimar ações políticas de (re)valorização e (re)significação de móveis artesanais em fibras.
- Analisar o papel de mediadores (designers e mídias) na circulação de representações de móveis artesanais trançados em fibras em contextos de modernas sociedades urbanas.
- Apontar possibilidades e limites em interações do design com o artesanato e o papel de designers no planejamento de redes de valor de produtos locais, respeitando e valorizando saberes, identidades e territórios.

A tese, assim, foi estruturada em cinco capítulos que articulam uma narrativa que objetiva compreender trajetórias que os móveis percorrem na interação com os atores que os significam. Adiante que a estrutura não obedece a uma linearidade temporal e nem espacial. Há certa organicidade, que o tema requer, e constantes retornos que não representam, necessariamente, redundâncias, mas trânsitos para explicar contextos diferentes de análise sobre representações do móvel artesanal.

O capítulo 1 objetivou traçar um panorama de conceitos que conduziram análises, situando o leitor no lugar de onde falo e explicitando com quais autores estabeleci diálogo durante a escritura do

texto. Contextualizei o artesanato não objetivando tecer definições absolutas, mas aproximações que o relacionem como “expressão objetualizada de culturas”⁹. Culturas, identidades, estilos de vida e processos de circulação e consumo foram brevemente introduzidos como arcabouço teórico que serviu como fio condutor para contextualizar as *Temporalidades*, *Materialidades* e *Espacialidades* nas quais circulam os móveis artesanais em fibras.

No capítulo 2, situei contextos históricos, recorrendo a *Temporalidades* acionadas por memórias materializadas em coisas e imagens que situam o móvel artesanal, suas origens, permanências e transformações, não apenas como sombras do que *foi*, mas como objetualidade tangível do que *veio a ser* ao circular por distintos espaços vividos. As temporalidades não foram consideradas como periodizações cronológicas e evolutivas, mas como trajetórias heterogêneas e interculturais em contextos cronotópicos¹⁰. O objetivo foi analisar narrativas imagéticas e textuais (a partir de catálogos, livros, fotos e fragmentos de entrevistas com artesãos) sobre como móveis trançados em fibras transitaram por diferentes estilos de vida e regimes de valor, mantendo algo que os caracteriza, mesmo que constantemente tensionados entre: luxo e simplicidade, tradição e modernidade, interior e exterior e, contemporaneamente, sendo relacionados a estilos de vida naturais e ideais de sustentabilidade.

Ao realizar este trânsito, que revelou camadas assentadas por estilos, regimes de valor, espaços e tempos, apresentou-se a necessidade de ler a cultura material também a partir de práticas de produção no mundo do trabalho. Assim, a partir do breve mapeamento de trajetórias sociais de móveis trançados em fibras, no capítulo 3 descrevi sucintamente como os mesmos são materializados. O aparentemente mais “concreto” dos conceitos - a *materialidade* - revelou-se, ao fim, como o mais plástico e orgânico de todos. Mediada por muito mais que matéria-prima, instrumentos e técnicas, a materialidade oculta e revela acordos e tensões que significam móveis artesanais, os relacionando a práticas sociais, estilos de vida e os inserindo em políticas de valor. Pela

⁹ CORRÊA, Ronaldo O. **Narrativas sobre o processo de modernizar-se**: uma investigação sobre a economia política e simbólica do artesanato recente em Florianópolis, Santa Catarina, BR. Tese: Doutorado do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas: UFSC, 2008.

¹⁰ O cronotopo pode ser entendido como a materialização do tempo no espaço, ligado a ciclos da vida e contextos que vão determinar durações, permanências e transformações. Este termo será aprofundado no capítulo 1, a partir de: BAKHTIN, M. **Questões de Literatura e de estética**: A teoria do romance. São Paulo: Hucitec, 2002.

análise de discursos dos artesãos sobre suas práticas de trabalho busquei, a modo de uma arqueologia de materiais, apresentar processos de objetificação¹¹, evidenciar fazeres e identificar quem materializa e performatiza usos, humanizando os móveis.

No capítulo 4, fiz um “passeio” por *espacialidades* para cartografar alguns caminhos e modos de visualização e circulação de significados e narrativas do móvel artesanal. Nestes contextos, dei especial relevo a catálogos (espaços simulados em duas dimensões), lojas¹², ruas¹³, vitrinas¹⁴, museus¹⁵, feiras e mostras, como lugares que comunicam e podem acionar trajetórias significativas do móvel artesanal em fibras, promovendo, assim, permanências e movimentos, incorporando atributos materiais e imateriais, que o classificam, ativam/desativam como mercadoria.

No capítulo 5, analisei a circulação de imagens de móveis artesanais em fibras nas mídias, e como estas podem prescrever arranjos, práticas, performatizações e usos dos mesmos. Procurei fazer uma síntese entre temporalidades, materialidades e espacialidades, convergindo em um caminho significativo que pode relacionar o móvel artesanal a estilos de vida. Discuti como, na contemporaneidade, as mídias e planejadores (designers, arquitetos) acionam representações da natureza, ecologia e sustentabilidade, relacionando-as aos móveis. Privilegiei imagens do móvel retratadas em catálogos e revistas de decoração, que dão visibilidade e, de certa forma, delineiam estratégias para (re)compor trajetórias de artefatos, relacionando-as a trajetórias sociais. As revistas foram especialmente relevantes, pois promovem a circulação de referências culturais e “tendências” de certos modos de viver, atuando como “norteadoras” de “modelos” de estilos de vida, estes, mediados por artefatos e suas ambiências.

No capítulo 6 relatei algumas aproximações e interações possíveis entre o design e o artesanato, focando em encadeamento de ações que reconheçam, valorizem, protejam, ativem, apoiem e comuniquem relações culturais, sociais, histórias, memórias, identidades

¹¹ MILLER, Daniel. **Material Culture and Mass Consumption**. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

¹² As lojas nas quais realizei observações foram: no Brasil – Raffinato, Manuffato e Movime. Na Itália: B&B, Gervasoni, Moroso e Ikea.

¹³ As ruas em questão localizavam-se no quadrilátero da moda de Milão, especialmente a Via Durini.

¹⁴ Dentre as vitrinas observadas e fotografadas, privilegiei na tese as da Via Durini em Milão (lojas Gervasoni e B&B), da loja Bambu Design, além de vitrinas do metrô.

¹⁵ Visitas ao Museu de Design de Milão, Museu Oscar Niemeyer (mostra da Bienal de Design) e consultas ao *site* do Museu da Casa Brasileira.

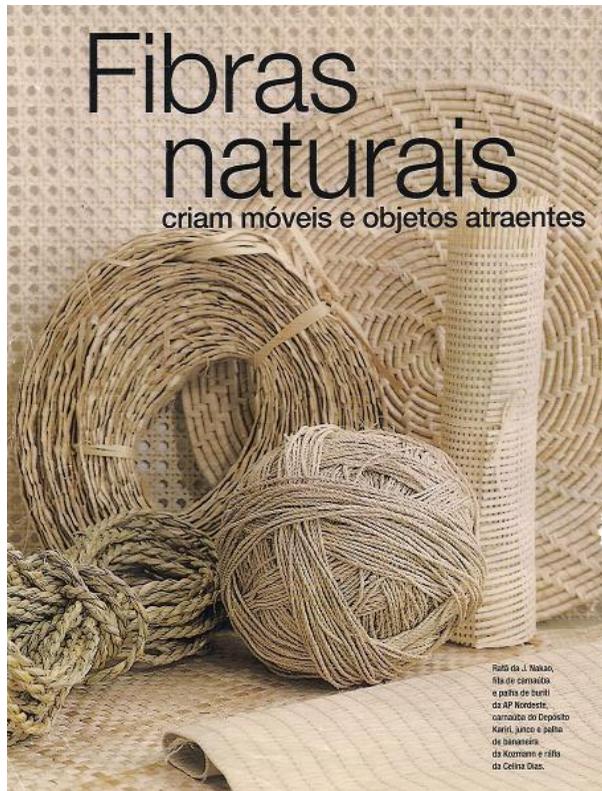
e tradições ligadas a territórios. Reflito sobre qual o potencial da mediação de designers em promover aproximações da produção e consumo assentadas em bases sociais, éticas, culturais, ambientais e econômicas relativas a modos de fazer artesanal, sejam estes: assentados em culturas e práticas tradicionais herdadas e repassadas geracionalmente, sem sofrer grandes transformações; artesãos que compartilham técnicas, não necessariamente tradicionais, e as atualizam para o mercado; comunidades sem tradição artesanal, que se aprendem o fazer artesanal e ofertam mão-de-obra; indústrias artesanais. Estabeleci estes recortes sem a intenção de fragmentar o campo, mas a modo de analisar as limitações, bem como os trânsitos possíveis nas interações entre o design e artesanato, principalmente no contexto industrial, no qual, normalmente, insere-se o móvel artesanal trançado em fibras. Ações locais podem promover cadeias de valor sustentáveis, que valorizem todos os envolvidos no processo de maneira justa e inclusiva.

Nas Considerações Finais, além de apontar limitações e caminhos futuros que podem ajudar a preencher as brechas (entendidas como aberturas para possibilidades) deixadas pela tese, teço algumas considerações sobre permanências e transformações de materialidades e (re)significações de móveis artesanais, os inserindo em contextos sociais e interculturais. Nestes, significados negociados e compartilhados localmente, de forma não hierarquizada ou em direção única, podem traduzir-se em estilos de vida diversos, apontando para o caráter “aberto” e “híbrido” dos móveis em fibras que, em certa medida, metamorfoseiam-se para encontrar aderência a categorias cunhadas socialmente e culturalmente, como: móvel camaleão, moderno, tradicional, exclusivo, étnico, natural, ecológico, sustentável.

Apresentada a intenção da pesquisa, para situar a análise, considero importante abordar o processo metodológico de aproximação do objeto, que favoreceu a busca, o desvelamento e as análises de circuitos de produção, circulação e consumo de móveis artesanais trançados em fibras.

O CAMINHO METODOLÓGICO DA PESQUISA: ENTRE NARRATIVAS E TRAMAS

Começar pelo princípio, como se este princípio fosse a ponta sempre visível de um fio mal enrolado que bastasse puxar e ir puxando até chegarmos à outra ponta, a do fim, e como se, entre a primeira e a segunda, tivéssemos tido na mão uma linha lisa e contínua que não havia sido preciso desfazer nós e nem desenredar estrangulamentos, coisa impossível de acontecer na vida dos roméis da vida¹⁶.



¹⁶ SARAMAGO, José. **A Caverna**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 71.
Imagem: Revista Casa Claudia. Out. 2004, p. 100.

O CAMINHO METODOLÓGICO DA PESQUISA: ENTRE NARRATIVAS E TRAMAS

Em minha trajetória de pesquisa, tive a sensação de ter um, ou melhor, vários romances nas mãos, para tecer a tese. Desenheá-los não foi tarefa fácil e nem sei se, de fato, consegui efetivá-la, pois, a cada fim encontrava um novo princípio, e certamente não foi possível esgotá-los. A metodologia foi um destes princípios que representou uma ponta, não tão nítida e precisa de uma linha, como bem colocou Saramago¹⁷.

A busca pelo desvelamento de processos que envolvem o artesanato demandou tempo e exigiu certa paciência, posto que é obra inspirada em culturas populares, tradicionais e circula por múltiplas esferas que lhe aferem múltiplos sentidos. O enredamento de conhecimentos que se apresentam em relação ao tema, exigiu uma abordagem que desnudasse camadas e revelasse sentidos, atribuídos em trajetórias sociais e culturais, tendo os objetos como motivadores de conexões do cotidiano.

Ao optar por uma “cartografia” como procedimento metodológico, me “aventurei” e percorri caminhos desconhecidos, mas que se mostraram ricos de possibilidades para narrar trajetórias de artefatos em contextos espaciais e temporais. Ao adotar como procedimentos para olhar o objeto de pesquisa o “viajar”, “passar” e “observar”, pude perceber “o que” está sendo mostrado e “como” narrativas visuais medeiam a realidade de sujeitos e suas práticas cotidianas.

Mapear, expor e analisar “materialidades” em “espacialidades” permitiu-me acessar algumas camadas que envolvem o objeto de pesquisa. O processo, construído ao caminhar, foi uma tentativa de analisar além da superfície, ou materialidade dos móveis artesanais, acessando, também, o que os oculta e revela. A cartografia que faço caracteriza-se como um processo aberto, pois, ao expor o que vi, ficaram lacunas, que espero não apontarem uma deficiência, mas margens para o leitor interpretar e escolher circular por entre brechas, tecendo suas próprias considerações.

Ao discutir a cultura material por uma perspectiva interdisciplinar, adotada na tese, o “método” deixa de ser algo pré-determinado e mero recurso para atingir objetivos, passando a ser parte integrante do próprio estudo, ou seja, além de meio ele compôs a abordagem, a reflexão em si, permeando as discussões que se

¹⁷ SARAMAGO, José. **A Caverna**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

apresentam inextricavelmente inter-relacionadas na construção do conhecimento. A abordagem pelo aporte das Ciências Sociais e Humanas iluminou múltiplos olhares sobre o tema, principalmente ancoradas na Sociologia, História, Antropologia e Filosofia, em diálogo com a área do Design.

Pelo viés da sociologia, busquei relacionar trajetórias sociais a trajetórias de artefatos, que fazem a intermediação entre a construção e a compreensão de biografias, entendendo estas como atos individuais e coletivos de construção interativa na/da teia social. Artefatos, assumindo valores de uso, de troca e simbólicos, foram considerados marcadores sociais em processos de negociação de estilos de vida e identidades. A compreensão das coisas como constituidoras e constituídas em relações permeadas por questões de gênero, classes e estilos de vida, foi parâmetro para refletir o consumo como prática socializante e humanizante.

A história ajudou a revelar um processo dinâmico, no qual um mesmo artefato descreve trajetórias culturais múltiplas, apresentando em determinadas fases de sua existência: resistências, alterações, significações e resignificações relativas a contextos temporais e espaciais. O recorte da tese situou-se, principalmente, de meados do século XX ao início do século XXI, com os devidos retornos históricos que contextualizam a narrativa.

A abordagem antropológica possibilitou compreender como sujeitos, interagindo com as coisas por meio de práticas e relações vinculadas a culturas, fazem (pela experiência) uma síntese entre materialidades e representações. A antropologia fundamentou a pesquisa de campo e permitiu perceber como sujeitos relacionam-se com os móveis em fibras nas três esferas de sua existência - produção, circulação e consumo - em diferentes contextos.

Foram realizadas incursões etnográficas que possibilitaram estabelecer diálogos e revelar narrativas de histórias de vida, em observações de campo feitas principalmente em dois universos: Curitiba¹⁸ (Brasil) e Milão¹⁹ (Itália). Este trânsito, em virtude do

¹⁸ A cidade de Curitiba - aonde resido, leciono e aonde trabalhei com artesãos - e a região metropolitana de Campo Magro, alocam o maior pólo moveleiro de móveis artesanais em fibras do Brasil. Foram realizadas várias interações entre artesanato e design, vários dos quais têm sido apresentados em congressos e servem de referência para a prática de design em comunidades artesanais, que serão narradas mais adiante.

¹⁹ A cidade de Milão é considerada por muitos a “capital do design e da moda”, além de ser local privilegiado de construção de “tendências” para o mobiliário, internacionalmente. Todo ano é realizado o Salão do Móvel de Milão, que expõe móveis contemporâneos e projetos

doutorado-sanduíche realizado em Milão²⁰, permitiu-me contextualizar e estabelecer alguns contrastes entre estas realidades, além de inserir na discussão o tema da sustentabilidade e a relação (ou não) dos móveis com estes estilos de vida, a mediação e papel do design no processo. O campo do design nestes dois países se afirma como referência em pesquisas nacionais e internacionais. O *locus* de pesquisa foi definido para possibilitar a compreensão de processos de interação e trocas que promoveram e promovem dinâmicas e mesclas interculturais nas esferas da produção, circulação e consumo de móveis artesanais trançados em fibras²¹. Observações foram conduzidas em lojas, fábricas, mostras, feiras e museus.

O universo das empresas pesquisadas foi definido segundo os seguintes critérios: estarem localizadas nas proximidades de Curitiba (Brasil) e Milão (Itália); planejarem e produzirem móveis artesanais trançados em fibras naturais e sintéticas; exporem móveis em feiras e mostras; terem pontos de venda locais, lojas da fábrica e revendas em outras localidades; e divulgarem os móveis por catálogos, folders e/ou revistas de decoração e design. Assim, no Brasil, fiz observações mais sistemáticas nas lojas das fábricas: “Raffinato”, “Movime” e “Túlio”, (de Curitiba - Paraná) e observações indiretas (por imagens e relatos) de Móveis Schulz (também de Curitiba, mas já extinta) e de Móveis Cerello (de São Paulo); na Itália: “Gervasoni”, “Moroso” e “B&B” (ambas com matriz no Norte da Itália e lojas em várias partes do mundo) e “Bambu Design” (Milão). A exceção foi a loja IKEA, que apenas revende esses artefatos, mas mostrou-se interessante para a análise porque apresenta forma de visualização e venda diversa das demais.

Nos locais de pesquisa, além de etnografias e observações, fiz fotos e análises de espaços de exposição, como vitrinas e *show-rooms*. Etnografias e visitas foram consentidas pelos proprietários(as) de algumas fábricas ou seus representantes legais, que permitiram fazer fotografias e estabelecer diálogos e interações com artesãos(ãs), vendedores(as) e designers.

inovadores, propondo formas de compor espaços, que servem de “modelos norteadores de tendências” para fábricas e designers em grande parte do mundo.

²⁰ Doutorado-sanduíche financiado pela Capes. Realizado no Laboratório de Design e Inovação para a Sustentabilidade (DIS) do Departamento de Design do Politécnico de Milano (POLIMI) em Milão – Itália, sob a coorientação do prof. Carlo Vezzoli, de novembro de 2009 a fevereiro de 2010.

²¹ Estas mesclas iniciaram-se com os movimentos migratórios da Itália para o Brasil, no século XIX e ainda perduram contemporaneamente, mediados por fluxos de comunicação locais e globais.

Interlocutores(as)

As reflexões apresentadas na tese objetivam aproximar lugares de significação sobre móveis artesanais: o mundo da produção e do consumo, ambos dialogando, mediados pela circulação. Dentre os(as) agentes que promovem a mediação entre estes universos significativos, demarcando ou borrando fronteiras, dei relevo a artesãos(ãs), proprietários de indústrias e designers. Interlocutores(as) dialogaram e narraram histórias sobre o móvel artesanal trançado em fibras, processos de produção, formas de circulação, estratégias de venda e perfil de consumidores(as). As conversas foram gravadas, transcritas e alguns fragmentos apresentados e discutidos nos capítulos da tese.

Os(as) interlocutores(as) fundamentais foram os artesãos(ãs) e empresários(as) do setor moveleiro com fibras. Por meio destes(as), além de ter a oportunidade de entrar em fábricas, conhecer funcionários(as) e o trabalho artesanal, tive algum acesso aos seus mundos privados. Em muitos casos, fui recebida em suas casas, compartilhando cafés, almoços e animados bate-papos em família. Jamais imaginei que estes(as) interlocutores(as) se tornariam amigos(as) queridos(as) e compartilhariam conhecimentos e informações tão importantes²².

Os principais responsáveis pela escritura do corpo da tese foram: Armando Túlio, Adarcísio Ferro (Darci), Eromir Stival (Romi), Erico Meissner, Aparecido Noronha (Cido) que, com generosidade incomensurável, abriram as portas de suas casas e/ou fábricas para descrever técnicas, processos e, principalmente, compartilhar histórias de vida e trajetórias biográficas de pessoas e de artefatos. Até os dias de hoje, nenhum desses empresários abandonou seu trabalho como artesão – uma tradição e paixão²³. Também, artesãs e administradoras de fábricas, a exemplo de Estela Stival e Emilene Stival, contribuíram com seus depoimentos para dar “voz” às mulheres, ainda não consideradas protagonistas no sistema artesanal.

A princípio foram ouvidas pessoas das famílias Stival e Túlio, de origem italiana, apontadas em relatos como precursoras na produção artesanal com fibras em Curitiba e no Brasil. As primeiras interações foram feitas com representantes da segunda e terceira geração destas

²² Os relatos e documentos que disponibilizaram permitiram-me, no mestrado, escrever sobre a história do móvel artesanal do Paraná.

²³ Apresento, brevemente, no apêndice estes artesãos(ãs), resumindo suas contribuições para o setor artesanal e para a escrita da tese.

famílias, artesãos antigos das empresas, que detêm a memória do trabalho, de técnicas tradicionais e do histórico da produção moveleira e, que, além de dominar técnicas e criar produtos, usualmente, gerenciam os negócios.

Os relatos iniciais abriram caminhos para a sequência da pesquisa. Os diálogos apontaram para outras fábricas, dentre as quais a fábrica de Martinho Schulz, considerado o mais expressivo representante dos artesãos da época do início da produção em Curitiba, responsável por ter introduzido novas tecnologias e relações de trabalho, alcançando qualidade em uma linha variada de produtos, projetando, assim, o setor artesanal local como referência regional e nacional.

Em uma segunda fase de coleta de depoimentos, conversei com um dos sócios desta empresa, Erico Meissner e com funcionários que trabalharam para ele. Para realizar as entrevistas foi preciso muita insistência e persistência, pois estes artesãos, recorrentemente, tiveram os seus conhecimentos desvalorizados por não serem academicamente sistematizados e acreditavam que seus depoimentos não teriam importância.

Estes momentos de compartilhamento proporcionaram o acesso a fotos (familiares e das fábricas), documentos, catálogos, ferramentas e instrumentos antigos (alguns mostrados na tese), permitindo-me uma parcial (re)construção conjunta de histórias ainda não escritas, mas vividas e lembradas. Situo que são versões, entre tantas outras possíveis, pois, como aponta Bosi:

Na maior parte das vezes, lembrar não é reviver, mas refazer, reconstruir, repensar, com imagens e idéias de hoje as experiências do passado. A memória não é um sonho, é trabalho. Se assim é, deve-se duvidar da sobrevivência do passado, ‘tal como foi’, e que se daria no inconsciente de cada sujeito. A lembrança é uma imagem construída pelos materiais que estão, agora, à nossa disposição, no conjunto de representações que povoam nossa consciência atual²⁴.

Lembranças, que são construções de sentido sobre o passado no presente, apontaram como principal mediador da prática artesanal o *trabalho*. Pelas relações de trabalho, suas transformações, tecnologias envolvidas, através das lembranças de ferramentas e máquinas antigas,

²⁴ BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade**: lembranças dos velhos. São Paulo: T.A. Queiroz, Editora da Universidade de São Paulo, 1987, p. 17.

muitas ainda guardadas como relíquias, bem como de formas de comercialização de artefatos, estas memórias, e mesmo os esquecimentos, narraram a trajetória histórica do fazer artesanal em comunidades, que abordei no capítulo 3.

Com respeito à escolha dos(as) designers a serem apresentados(as) na tese, esta atendeu aos seguintes parâmetros: trabalharem com projetos de móveis e artefatos artesanais em fibras; terem reconhecimento de indústrias e/ou comunidades deste trabalho; realizarem projetos que atendam princípios de sustentabilidade; estarem dispostos(as) a socializar esses conhecimentos com comunidades de pesquisa e academia. Destaco as contribuições de Bernadete Brandão e Christian Ullmann²⁵ que, além de compartilharem informações, são parceiros de ideais sobre o mundo do artesanato, preocupados com o comprometimento ético, cultural, social, ambiental e moral, de propostas para a ação do design no setor.

Do Politécnico de Milão, as conversas e entrevistas que destaco foram com: Carlo Vezzoli, Ézio Manzini, Carlo Prosépio e Alessandro Deserti, que mapearam a indústria italiana e indicaram alguns caminhos para acessar algumas fábricas de móveis artesanais. Alguns(mas) designers citados na tese não foram entrevistados pessoalmente, no entanto, seus trabalhos (tendo sido mencionados pelas indústrias) foram incluídos no escopo de pesquisa. É o caso, por exemplo, de Paola Navone (italiana) e Patrícia Urquiola (espanhola). Tantas outras vozes de designers ecoaram nas linhas da tese, alguns(mas) sendo mencionados nominalmente e outros não, entretanto, todos(as) igualmente importantes para o entendimento do campo teórico e profissional do design (ainda em construção), em relação com o artesanato.

Relatos imagéticos

Ao analisar práticas de produção, circulação e consumo de móveis artesanais percebi que todas as formas de representação – oral, escrita, visual – dialogavam na produção de sentidos e comunicação de trajetórias destes artefatos. Assim, para adotar uma postura coerente, foi relevante trabalhar as trajetórias de artefatos em relação às trajetórias de imagens, ambas em interação com contextos sociais. Isto significou

²⁵ Um breve currículo e o universo de trabalho dos designers, artesãos, empresários e demais entrevistados, está apresentado no apêndice da tese.

tomar imagens e enunciados que situassem artefatos em tempos, espaços, ou seja, em contextos históricos e redes de significação.

Justifico metodologicamente a opção por mediar as análises com imagens de catálogos, revistas e *folders*, uma vez que estas mídias funcionam como janelas de registros de locais e épocas que, ao se abrirem, fornecem muitas “pistas” para poder analisar trajetórias de artefatos e compreender contextos de produção, circulação e consumo. Desta forma, mídias e mediações entre artefatos e sujeitos/sociedades, constituirão não um recorte, mas um vetor complementar na investigação de trajetórias/ rotas e desvios/transformações de artefatos em sociedades urbanas complexas²⁶.

Os processos de (re)significação, no caso do artesanato, inserem-se em discussões sobre tradição e modernidade, lutas simbólicas entre popular e processos hegemônicos, que se apresentam em tensão em textos e imagens que circulam na mídia²⁷. Desta forma, pensar comunicação em contextos culturais implicou pensá-la não só a partir de suportes, mas de mediações, não como mera circulação de informações, mas no seu caráter de processo produtor de significados, com o sentido que nos apresenta Barbero²⁸.

²⁶ Este termo é tomado de Velho, que descreve que as sociedades complexas surgiram a partir da Revolução Industrial, sendo marcadas pelo aumento da produção e do consumo e por uma acentuada divisão social do trabalho. Têm como *locus* as grandes metrópoles e como problema básico a “contradição entre as *particularizações* de experiências restritas a certos segmentos, categorias, grupos e até indivíduos e a *universalização* de outras experiências que se expressam culturalmente através de conjuntos de símbolos homogeneizadores – paradigmas, temas etc.” VELHO, Gilberto. **Individualismo e Cultura**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987, p.18.

²⁷ Enuncio como mídias formas de produção, comunicação (difusão) de bens culturais, podendo estas serem impressas (jornais, revistas, catálogos, folders,...) ou eletrônicas (TV, cinema, rádio, internet, ...). Privilegio na tese as impressas, quais sejam: catálogos, publicidade em revistas e folders. No entanto, também analiso algumas mostras, vitrinas, feiras e anúncios em sites da internet, também as considerando como mídias, já que são formas de socializar representações. Entendo as mídias inseridas em contextos culturais e políticos, e as penso não a partir de suportes, mas de mediações, não como mera circulação de informações, mas, no seu caráter de *processo produtor de significados*, como sugere Barbero (MARTIN-BARBERO, Jesús. Os Métodos dos meios e das mediações. In: **Dos Meios às Mediações**: Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003).

²⁸ MARTIN-BARBERO, Jesús. Os Métodos dos meios e das mediações. In: **Dos Meios às Mediações**: Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. Barbero apresenta neste capítulo do livro a discussão sobre como, em sua opinião, a comunicação se tornou uma “questão de mediação mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimento, mas de re-conhecimento” (p.28). Para haver este re-conhecimento, o autor aponta a necessidade de rever a metodologia de todo o processo de comunicação, focando a análise na *recepção*, que ao se apropriar das mensagens as significa a partir de seus usos e das *resistências que aí têm seu lugar*. Articula os movimentos sociais, as múltiplas matrizes culturais e as diferentes temporalidades com as práticas da comunicação, introduzindo a idéia de um *contexto ampliado* às metodologias de análise de comunicação.

Importante veículo de mediação de processos de articulação em fluxos de significação social de artefatos, a mídia acaba tornando-se promotora e divulgadora de bens culturais, sendo, também, co-responsável na significação dada ao móvel artesanal e estilos de vida, podendo comunicar e socializar metáforas que legitimam certos contextos existentes, criar novos cenários ou mesmo “mitos”²⁹ de articulação do real.

Desta forma, a opção por uma discussão mediada por imagens objetivou facilitar a compreensão de como designers, consumidores(as) e indústrias, puderam receber, (re)significar e promover ideias e ideais relacionados ao mobiliário artesanal trançado em fibras. Os significados atribuídos aos artefatos, pelas imagens e textos, se configuraram como possibilidades de pensar processos de consumo de bens.

Para começar a falar de imagens, faço uma breve contextualização de teorias que embasaram minhas análises, apenas para situar o(a) leitor(a) em meu lugar de referência. Parto da consideração de Samain³⁰, para quem “as imagens não são uma extensão da realidade, mas sim uma criação interpretativa que é fruto de um imaginário social, e que, ao mesmo tempo, engendra outros, que podem, até mesmo, virem a ser transformados em realidade”. Imagens dialogam com imaginários em processos de comunicação, tradução, conhecimento e reconhecimento.

A fotografia, além de assumir o papel de registrar e reforçar a noção de veracidade do que é apresentado, evoca memórias, histórias e aciona representações. Para Dubois³¹, o sentido das fotografias só é dado na “experiência referencial”, ou seja, a significação da fotografia não está só na relação com o objeto real (referente), mas também na construção do significado baseado na cultura, sendo todo o processo de codificação e decodificação da imagem cultural, político e ideológico.

Acredito ser este posicionamento válido, pois, muito além de apenas ser uma *mimese*, um documento que referencia a realidade concreta, creio que a fotografia expressa significados construídos pelos envolvidos, tanto na produção, como na leitura ativa feita por receptores(as) no momento da decodificação da mensagem transmitida pela imagem. A leitura ou contemplação da imagem revela um traço, uma referência, sugerindo que, “quando olhamos uma fotografia, não

²⁹ BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Berthrand, 1993; CHAUI, Marilena. **Brasil: Mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2004.

³⁰ SAMAIN, E. **O fotográfico**. São Paulo: HUCITEC, 1998, pp. 117.

³¹ DUBOIS, P. **O Ato Fotográfico**. Campinas: Papyrus, 1993.

é ela que vemos, mas, sim, outras que se desencadeiam na memória, despertadas por aquela que se tem diante dos olhos”, ou seja, imagem-memória do elemento retratado³².

Em anúncios publicitários, textos e imagens interagem fornecendo “pistas” para a interpretação de mensagens construídas, atribuídas e decodificadas dentro de contextos particulares e coletivos. Na verdade, são “uma série de contextos no plural (cultural, político, material, e assim por diante), bem como os interesses do artista e do patrocinador original ou do cliente, e a pretendida função da imagem”. As imagens “dão acesso não ao mundo social diretamente, mas sim a visões contemporâneas daquele mundo”³³.

Carmen Rial considera a publicidade um gênero textual privilegiado para a apreensão de imaginários sociais, não como elemento autônomo e arbitrário, mas representando criações a partir de expressões culturais de determinadas sociedades. Assinala que “imaginários sociais são refletidos (e produzidos) por imagens publicitárias”³⁴. As propagandas, por se referirem ao contexto em que estão inseridas, acabam refletindo e refratando a cultura e o que está circulando socialmente, bem como reforçando certos padrões de consumo. Na tentativa de fazer leituras de contextos sociais expressos em imagens, maior relevância foi dada a fotos de arranjos de móveis em ambientes, pois estes permitiram discutir as relações entre os móveis, artefatos, usos e consumo.

Os contrastes entre - tradicional e moderno, natural e artificial, interior e exterior, sustentável (maior durabilidade e eficiência) e descartável (efêmero) - foram discutidos a partir de imagens ao longo dos capítulos, em uma tentativa de mostrar como o móvel artesanal transitou entre mundos aparentemente antagônicos, esgarçando fronteiras e, por vezes, as hibridando.

As imagens foram analisadas à luz de um roteiro³⁵, estruturado por linhas-guia que proponho para discutir contextos. A saber:

³² LEITE, Miriam Moreira. **A fotografia e as Ciências Humanas**. In: Retratos de Família. São Paulo: Edusp, 1983, p.145.

³³ BURKE, Peter. **Testemunha Ocular: história e imagem**. São Paulo: EDUSC, 2004, p. 236.

³⁴ RIAL, Carmen Silvia M. **Publicidade e etnia no Brasil**. In: PINHO, José Benedito (org.). **Trajatória e questões contemporâneas da publicidade brasileira**. 2. ed. São Paulo: Intercom, 1998, p. 113.

³⁵ O esquema proposto para o roteiro foi definido a partir da proposta de DIDI-HUBERMAN, Georges. **Imagens Malgré Tout**. Paris: lês Éditions de Minuit, 2003.

- Materialidades – aspectos materiais, formais e funcionais;
- Espacialidades – como foi produzida, ambientada e quais as relações entre os artefatos que compõem a cena.
- Temporalidades – qual a época retratada – cronológica, social e política;
- Circulação – veículo e forma de circulação da imagem;
- Consumo – Relações de uso, performances, corporalidades (ou a ausência destas).
- Metamorfoses – transformações materiais e estéticas;
- Representações – estéticas, geracionais, classes, gêneros.

Enfatizo que estas análises não foram lineares e nem todos os itens do roteiro, delineado como parâmetro de leitura imagética, foram comentados em todas as imagens, uma vez que o objetivo não era fazer um estudo comparativo, mas estabelecer contrastes que evidenciassem diferentes trajetórias de circulação de móveis.

Fontes de Imagens e visualidades

As fontes de imagens impressas foram escolhidas por articularem significados e materialidades no diálogo entre texto visual e escrito. Ao leitor é possibilitado interpretá-las, contudo, dentro de margens seletivas ligadas a certos protocolos preferenciais de leitura, como situa Chartier:

[...] os atos de leitura que dão aos textos significações plurais e móveis situam-se no encontro de maneiras de ler, coletivas ou individuais, herdadas ou inovadoras, íntimas ou públicas e de protocolos de leitura depositados no objeto lido, não somente pelo autor que indica a justa compreensão de seu texto, mas também pelo impressor que compõe as formas tipográficas, seja com um objetivo explícito, seja inconscientemente, em conformidade com os hábitos de seu tempo³⁶.

As fontes adotadas na pesquisa foram: fotografias; anúncios veiculados em revistas do Paraná; anúncios e colunas sobre móveis artesanais veiculados na Revista Casa Claudia; catálogos (produzidos por fábricas de móveis artesanais do Brasil e Itália).

³⁶ CHARTIER, Roger. Do livro à leitura. In: Chartier, Roger (org.). **Práticas da Leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 2001, p. 78.

A inserção de imagens e propagandas do móvel artesanal na mídia impressa surge com a industrialização no Brasil, principalmente no período pós-primeira guerra mundial, no qual o desenvolvimento crescente dos meios de comunicação fez com que as revistas de divulgação de produtos e posteriormente as de decoração passassem a apresentar ambientes que veiculavam um conjunto de representações que dialogavam, em certa medida, com as transformações na vida social, difundindo padrões de comportamento e de consumo associados ao mundo moderno. Estas revistas representavam lugares de referência de vanguarda na composição de ambientes domésticos e escolha de artefatos para mobiliá-los.

Vale observar, conforme cita Barthes³⁷, que além de “educadoras do gosto”, revistas alentam um sonho e fomentam a imaginação de cenários de vida ideais. O autor aponta a existência “de um paradoxo histórico importante: quanto mais se desenvolvem as técnicas de difusão de informação (e notavelmente de imagens), tanto mais estas parecem fornecer os meios para mascarar os sentidos construídos sob a aparência de sentidos dados”³⁸.

Fotografias

As fotografias antigas analisadas foram disponibilizadas pelos familiares das fábricas *Túlio e Stival* que, além de fotos de sua própria produção, possuem muitas fotos da fábrica de *Móveis Schulz*, que eram utilizadas na época em que funcionou (década de 1930 a 1970) para demonstração de artefatos e mediação nas vendas. São fotos de mais de 70 anos, a maioria feita da década de 1930 a 1950.

Estas se encontravam dispersas entre várias empresas de Santa Felicidade, esquecidas em gavetas, na maioria dos casos, mofadas e rasgadas. Muitas delas consegui reconstituir e digitalizar, facilitando a recomposição de parte da memória das empresas locais. Contudo, apesar do esforço em recuperá-las a contento, algumas imagens da tese não estão muito nítidas, devido às condições desfavoráveis do original. A intenção, futuramente, é reunir este material (no momento apenas parcialmente mostrado), para fazer um inventário das peças produzidas em Curitiba (em meados do século XX) a partir das fotos e catálogos.

³⁷ BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Berthrand, 1993.

³⁸ BARTHES, Roland. **Rhétorique de l'image**. Communications, n. 4, novembre, 1964, p. 47.

Quanto às fotografias recentes, a maioria foi de minha autoria. No caso das que são de outras pessoas, os créditos são devidamente imputados a quem as disponibilizou para inserção.

Anúncios veiculados em revistas do Paraná

As fontes das primeiras imagens do mobiliário artesanal em Curitiba foram periódicos paranaenses de propaganda das décadas de 1930 a 1950, por serem as décadas em que se instalaram as primeiras fábricas de móveis do Paraná. Os principais periódicos consultados foram: o “Anuário Propagandista Sul do Brasil”, dos anos 1932, 33, 34, 35, 36, 37; “Livro Azul da Cidade de Curitiba”, de 1936, 37, 38, 39, 40, 42, 43; Revista “Ilustração Paranaense”, de 1933; “Indicador Comercial Paranaense”, de 1933; “Folhinha Propagandista ‘Sul do Brasil’”, de 1930, 1932 e “Monitor Commercial”, de 1937. As revistas foram consultadas no setor de periódicos antigos da Biblioteca Pública do Paraná (em Curitiba), onde estão depositados.

Revista Casa Claudia

Dos periódicos recentes foi privilegiada a Revista Casa Claudia, por ter circulação nacional, periodicidade mensal ininterrupta e circular frequentemente imagens e propagandas de móveis artesanais em fibras. Analisei, na tese, alguns exemplos de anúncios da revista Casa Claudia dos anos de 1999 a 2010, que ilustram a ligação de móveis em fibras a formas de viver. Ressalto que não buscarei nestas imagens um *espelho da realidade*, mas, sim, a compreensão das mesmas como veículos de divulgação de um *conjunto de representações* que dialogaram com permanências, resistências e/ou adequações a determinados estilos de vida e transformações na vida social.

Catálogos

Em muitos momentos da tese acionei catálogos em análises, pois, a intersecção de linguagens imagéticas e verbais destes retrata a cultura material e seus usos, constituindo-se também, por este viés, em imagens-memória de sociedades, culturas e identidades. Imagens são mostradas como instantâneos que nos conduzem diretamente para “estes” ou “aqueles” lugares e tempos, de acordo com nossas percepções e sentimentos.

Os catálogos antigos analisados foram: um da Fábrica de Móveis Schulz (álbum de fotos) e dois de origem alemã, de duas fábricas distintas: a *Karl Zeidler e Schmetzer*. Ambos confeccionados na Alemanha, no início do século XX. O primeiro, provavelmente, do ano de 1926 e o segundo de 1932 (suposições feitas segundo relatos, uma vez que não consegui localizar estas fábricas contemporaneamente). Entre os catálogos recentes, cito: das fábricas brasileiras – “Raffinato” e “Movime” e das fábricas italianas – “Gervasoni”, “Moroso”, “B&B” e “Bambu Design”.

Situando historicamente, com respeito à utilização e importância dos catálogos, Heskett³⁹ aponta no século XVI, na Itália e na Alemanha, o surgimento de livros de padrões que visavam atender demandas de inovação em manufaturas. A busca pela diferenciação de produtos objetivava atrair o interesse de consumidores(as), uma vez que o aumento das unidades de produção criou a competição no mercado. Estes livros apresentavam coleções de gravuras, com motivos decorativos e padronagens especialmente desenhados para o setor têxtil e marcenarias.

No século XVIII os livros de modelos foram usados como fontes de referência nas manufaturas, que empregavam artistas ou encomendavam padrões executados pelos designers⁴⁰ da época. Os livros de padrões aproximavam-se muito dos catálogos, servindo como difusores de modelos, cumprindo o papel de circular desenhos entre as fábricas. No Brasil, estes livros passaram a circular de forma mais sistemática a partir do século XVIII, com a chegada dos primeiros imigrantes europeus. No século XIX a venda de produtos por catálogos era feita em lojas e por “caixeiros viajantes” (representantes), que apresentavam diretamente aos clientes as linhas ofertadas, divulgando produtos em todas as regiões do país. A difusão por meio de catálogos possibilitava, ainda, ao consumidor, gerar alternativas a partir do que era mostrado, compartilhando a criação de peças exclusivas. Esta técnica foi uma forma de intensificar as vendas, aproximando o produtor do consumidor, na esfera da circulação.

No Paraná, algumas indústrias importaram catálogos da Europa, especialmente da Alemanha, servindo-se destes para apresentar modelos de produtos aos clientes. Um exemplo é Móveis Schulz que, pela aproximação de indústrias alemãs devido à origem de seu proprietário,

³⁹ HESKETT, John. **Desenho Industrial**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988, p. 11.

⁴⁰ Uso aqui os termos design e designer com o sentido que conhecemos, e que é recente, no entanto, assim nomino os artistas daquela época.

trazia modelos que eram incorporados à produção local e serviram como referência para a criação de seus próprios catálogos. Nesta época, no Brasil, não havia o hábito de imprimir catálogos. Estes eram, na verdade, álbuns de fotografias. As fotos eram coladas em páginas e identificadas por números que as relacionavam a séries. As peças que compunham estas séries também eram codificadas.

Tamanho o hibridismo, mesclas do que era feito aqui e a incorporação de modelos importados, que se torna quase impossível saber a exata origem das imagens. Algumas foram identificadas por antigos funcionários, artesãos e um dos proprietários, como sendo de autoria de Móveis Schulz.

Há fotografias no catálogo que parecem ser cópia de outras de catálogos estrangeiros (alemães e italianos), no entanto, sobre estas há um carimbo com a marca de Móveis Schulz, prática que as incorporou institucionalmente ao acervo da indústria brasileira. Apropriação ou não? Não consegui definir. Mas, pelas indicações de meus (minhas) interlocutores(as), que embasados em seus imaginários ou pela vivência, afirmaram assim ser, as considerei de autoria de Móveis Schulz. A materialização desses artefatos pela fábrica, ao longo de muitos anos, conferiu-lhe a “posse” sobre as imagens e sua autoria. Desta maneira, os créditos, na tese, serão aferidos à indústria brasileira.

Vitrinas

Dentre as fontes para analisar visualidades e interpretações do artesanal inseri, ainda, as vitrinas, as considerando textos visuais e, como tal, com potencial de comunicar e facilitar a mediação entre: artefatos e sujeitos; público e privado; loja e rua; interior e exterior; oferta e demanda. Acionam regimes de visibilidade e valor, por discursos visuais materializados em espaços cênicos. A disposição, materiais, cores e formas, estruturam mensagens a serem lidas (ou não) de acordo com a proximidade de repertórios e mecanismos de identificação entre o que é mostrado e quem vê - consumidores. Do popular espaço do metrô à sofisticação de ruas e galerias, apresentei algumas estratégias de narrativa sobre móveis artesanais em fibras em vitrinas e mostras, aprofundando as discussões no capítulo 4.

Artefatos traduzem expectativas de diferenciação, de ser único(a), ou, por vezes, de fazer parte de um determinado círculo ou grupo social por vias de um projeto de identificação. Nesta perspectiva, ao relevarem-se no planejamento de produtos, as práticas de consumo conjugam metamorfoses do existente. Mediante o acionamento de

códigos, valores, associações a contextos específicos, e sendo vinculados a grupos sociais e a projetos coletivos, os artefatos guardam e/ou referenciam trajetórias sociais e históricas com aderência cultural, propiciando, assim, sustentar práticas.

Com estas colocações, situo os pressupostos de pesquisa e, fechando a discussão metodológica, passo a enunciar conceitos que nortearam o arcabouço teórico sobre artesanato, projetos, identidades, estilos de vida, e como estes refletem e constroem trajetórias de móveis artesanais.

CAPÍTULO 1

CONCEITOS E CONTEXTOS: MAPEANDO O ARTESANATO COMO PROCESSO

O artesanato é um sinal que se exprime à sociedade não [só] como trabalho (técnica) nem [só] como símbolo (arte, religião), mas como vida física compartilhada⁴¹



⁴¹ PAZ, Octavio. **O Uso e a Contemplação**. São Paulo: Editora Cultura e Ação, Revista Raiz n. 3, 2006.

Imagem: Foto de minha autoria: Fábrica Raffinato, Curitiba, 2006.

CONCEITOS E CONTEXTOS: MAPEANDO O ARTESANATO COMO PROCESSO

Neste capítulo, aproximo leitores(as) de alguns conceitos que conduziram pesquisas e análises, situando teorias e autores com os quais dialoguei na escritura do texto: culturas, identidades, estilos de vida e processos de produção, circulação e consumo serão brevemente introduzidos como arcabouço teórico que servirá como fio condutor para contextualizar as Temporalidades, Materialidades e Espacialidades, categorias analíticas segundo as quais cartografo os móveis artesanais em fibras.

1.1 Mapeando o artesanato como processo

Começo mapeando o artesanato, não objetivando tecer definições absolutas, mas aproximações que o relacionem como “expressão objetualizada das culturas humanas de forma geral e, mais especificamente, de um grupo social determinado histórica, econômica, política, (re)produtiva, estética e socialmente”, como o torna legível Ronaldo Corrêa⁴². Enquanto forma de expressão e de trabalho, além de cumprir uma função simbólica e econômica, o artesanato desempenha, por meio dos artefatos e suas relações, um papel profundo de (re)elaboração de sentidos, podendo ser condicionado pelo contexto social ou, até mesmo, interferir o modificando.

Parto do entendimento de que artefatos⁴³ são indissociáveis de processos culturais e que os significados e códigos relacionados a estes são traduzidos e traduzem relações sociais, construindo, assim, um

⁴² Ressalto que, apesar de haver semelhanças entre os sistemas de objetos que Corrêa analisa – as esculturas folclóricas – e os móveis em fibras que estudei por ambos circularem em esferas do artesanato, são universos distintos economicamente, culturalmente e socialmente, havendo diferenças e particularidades na conceituação e contextualização, que explicitarei ao longo da tese. Corrêa, Ronaldo O. **Narrativas sobre o processo de modernizar-se**: uma investigação sobre a economia política e simbólica do artesanato recente em Florianópolis, Santa Catarina, BR. Tese: Doutorado do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas: UFSC, 2008.

⁴³ Na tese, optei por utilizar, preferencialmente, o termo *artefato* para definir, de modo geral, objetos que são produtos da ação humana e atendem a necessidades, materiais e/ou simbólicas, fornecendo informações sobre culturas, épocas e quem os produz. São codificados e decodificados (ou seja, significados) em processos culturais nas esferas de produção, circulação e consumo. Em alguns momentos também serão utilizados os termos: *bens*, *produtos*, *mercadorias*, *objetos* ou *coisas*, dependendo das falas dos autores envolvidos na análise.

universo inteligível mediado pela sua materialidade, bem como por aspectos simbólicos e imaginários sociais.

O artesanato, por relacionar-se à construção de conhecimentos tecnológicos, repassados por práticas cotidianas mediadas pelo trabalho, aplicados social e historicamente, é uma das formas mais expressivas da cultura material e imaterial. Victoria Novelo⁴⁴, coerentemente, aponta que a existência do artesanato no contexto capitalista atual indica sua relevância no plano cultural (significando trajetórias sociais e identidades); a grande capacidade de adaptação e flexibilização de processos (transformações e ressignificações); mas, principalmente, a persistência de artesãos em manter tradições e relações de trabalho características deste setor (sistema fabril, comumente não fragmentado, relações familiares, comunitárias e modos de fazer a partir de conhecimentos tradicionais).

Posto sob esta perspectiva, o artesanato não representa um “valor em si” como obra de arte ou objeto destinado à contemplação, passível de ser descolado de relações de trabalho e práticas cotidianas. Octávio Paz, em seu ensaio “O Uso e a Contemplação”⁴⁵, enaltece a presença do artesanato na vida cotidiana e o contrapõe ao objeto industrial e à obra de arte. Para o autor, a obra de arte, na sociedade moderna, tem *status* de religião, podendo tornar-se divindade, fadada à contemplação, eternizada em museus. O objeto industrial caminha em outra direção, tendendo a desaparecer com a mesma velocidade com que surge, destinando-se ao “lixo” (salvo em alguns casos) assim que novas técnicas, materiais ou demandas o condenarem à obsolescência.

Sob esta ótica, *relação* é uma palavra que define bem o valor do artesanato e sua aderência a projetos de identidades e estilos de vida. O nosso contato com o objeto artesanal é corporal e sensível. O artesanato corre com o tempo e não quer ser histórico, no sentido de datar, e nem estabelecer rupturas, mas transformações da tradição, que flui, ligada a tempos e lugares. Diante dessa premissa, ao analisar e conceituar a cultura material e de modo específico o artesanato, é preciso focá-lo não como *resultado*, mas como *processo*. Contextualizá-lo como mediador de ações humanas, condicionando, facilitando e representando interações entre sujeitos e suas realidades em contextos sociais, culturais, históricos e econômicos.

⁴⁴ NOVELO, Victoria. org. **La capacitación de artesanos en México**, una revision. México: Plaza y Valdés, 2003.

⁴⁵ PAZ, Octávio. **O Uso e a Contemplação**. São Paulo: Editora Cultura e Ação, Revista Raiz n. 3, 2006, p. 82-89.

Para situar o setor no contexto produtivo nacional, começo pela concreitude de dados estatísticos. Economicamente, este é um dos setores que mais gera empregos (mesmo que informalmente) e constitui-se importante fonte de renda. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), estima-se que o número de artesãos no Brasil é de 8,5 milhões, com um volume de negócios superior a 30 bilhões de reais ao ano, injetando cerca de 14 bilhões de reais na economia brasileira, correspondente a aproximadamente 2,8% do PIB nacional⁴⁶. A renda gerada pelo artesanato costuma superar a de indústrias tradicionais, como vestuário (2,7%) e bebidas (1%). E chega próximo a de uma das mais reconhecidas indústrias brasileiras, a automobilística, responsável por pouco mais de 3% do PIB⁴⁷.

Outro dado importante que as estatísticas revelam é de que 87% dos artesãos que trabalham com o artesanato tradicional e o comunitário são mulheres que, normalmente, aprendem esta tradição com as mães, transmitindo, preservando e reelaborando referências culturais. Como as mulheres ainda ocupam uma posição inferiorizada no mundo do trabalho, com menos oportunidade de empregos e salários comparativamente mais baixos, o fato de existir um setor tão expressivo economicamente em que lideram as mulheres, torna-se significativo. Como relata Mara Lago⁴⁸ em suas pesquisa sobre questões de gênero, a constituição de identidades em sociedades urbanas complexas e as relações hierárquicas em espaços domésticos, vêm sendo paulatinamente negociadas, ocasionando processos de mudanças nos modos de vida. O artesanato, ao garantir renda, que muitas vezes compõe a maior fração da renda doméstica, alterou relações intrafamiliares e oportunizou maior espaço de poder e de negociação nas decisões familiares, por parte das mulheres.

Apesar de conhecimentos artesanais ainda serem, na maioria dos setores, repassados por mulheres, ocorrem reordenamentos desta prática, acionados por novas relações sociais. Sônia Matos⁴⁹ mapeou “esgarçamentos” de fronteiras de relações de gênero no trabalho artesanal com barro em uma comunidade do Vale do Jequitinhonha.

⁴⁶ Fonte de dados: Revista Sebrae n° 5, julho/agosto 2002.

⁴⁷ Idem.

⁴⁸ Lago, Mara. C. S. **Modos de vida e identidade**: Sujeitos no processo de urbanização da Ilha de Santa Catarina. Florianópolis: Ed. UFSC, 1996.

⁴⁹ MATOS, Sônia Missagia de. **Artefatos de gênero na arte do barro**: masculinidades e feminidades. Revista de Estudos Feministas. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, ano 9, segundo semestre de 2001, pp. 56-80.

⁴⁹ MACHADO, Deonilda, presidente do CNARTS. Depoimento da artesã disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/noticia>. Acesso em: 09 set. 2009.

Repertórios consolidados foram paulatinamente flexibilizados, outros (re)negociados, permitindo criar novas categorias que pudessem ser sancionadas socialmente, “permitindo”, desta forma, trânsitos entre o que era considerado “coisa de homem” e “coisa de mulher”. Nas fábricas de móveis artesanais, a relação do artesanato como espaço de fronteiras de gênero é inversa ao artesanato doméstico. Como espaços ditos masculinos, as fábricas abrem pouco ou nenhum espaço para as mulheres. Neste caso, artesanato é “coisa de homem”.

Outro aspecto aparentemente incongruente, presente neste setor é o fato do Programa de Artesanato Brasileiro (PAB) estar locado no Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e Comércio (Mdic), dentro da Secretaria de Desenvolvimento da Produção e não no Ministério da Cultura (Minc). Diante desta aparente inadequação, órgãos representativos dos artesãos articulam-se para relocá-lo junto ao Ministério da Cultura, uma vez que, segundo constatação destes (e não das entidades governamentais que regulamentam e normatizam a vida destas pessoas), “o PAB está inoperante. Temos mais afinidade com o Ministério da Cultura (Minc). Somos mais produtores de cultura do que empresários”⁵⁰ ou industriais (ao menos aos moldes de entendimento do Mdic). A categoria aprovou e ratificou o documento de mudança de ministério no IV Congresso Nacional dos Artesãos, realizado em setembro de 2008, em Brasília.

Segundo a Confederação Nacional dos Artesãos (Cnarts)⁵¹, o Brasil é considerado um dos maiores produtores de artefatos artesanais do mundo, no entanto, ainda não tem políticas públicas, estatutos e apoio governamental suficiente para o desenvolvimento do setor. Apesar do forte sentimento de pertença a culturas, os(as) artesãos(ãs), de modo geral, exprimem a necessidade de “resgatar” tradições e retratar identidades, sem deixar de inserir os produtos no mercado e atualizar processos produtivos. Nas conversas, entrevistas, etnografias, visitas e participação em fóruns comunitários que tive, uma das principais reivindicações apresentadas pelos artesãos (além da formalização do setor e filiação ao Ministério da Cultura) é de que o Governo Federal interaja mais com as associações e cooperativas, promovendo o desenvolvimento local sustentável. “Nosso setor está nas mãos de pessoas que ganham dinheiro em cima do trabalho do artesão,

⁵⁰ MACHADO, Deonilda, presidente do CNARTS. Depoimento da artesã disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/noticia>. Acesso em: 09 set. 2009.

⁵¹ Esta confederação, como órgão representativo, é relativamente nova. Foi fundada em 11/05/2009.

organizam feiras e exportam nossos produtos”⁵². A postura de atravessadores, que distanciam as esferas da produção e consumo, camuflando origens e territórios aos quais os artefatos estão relacionados, configura-se como o maior problema a ser enfrentado politicamente.

Os artesãos cobram que o retorno de todas as ações governamentais (ou não, pois estas podem advir de organizações não governamentais - ONGs) para a valorização do artesanato revertam para quem produz e não para atravessadores. Políticas e mediações, segundo apontam, são fundamentais, mas desde que dêem visibilidade e aproximem a produção do consumo de forma justa e ética. É preciso delinear ações responsáveis de visibilidade na circulação e mercantilização do artesanato, o inserindo em novas práticas que configuram as contemporâneas sociedades complexas, no entanto, sem descaracterizá-lo e abandonar tradições e identidades.

Valores idealizados e materializados na produção acabam por ser (re)articulados na esfera da circulação e traduzidos no consumo, mediante um processo social e cultural de significação. Aproximando o produtor e consumidor, a exclusividade pode dar lugar à autenticidade (uma categoria que pode evocar a tradição, cultura e diferença, que reveste o objeto de uma aura). Simmel, já no alvorecer do século XX, apresentou argumentações sobre políticas de valor das coisas. Apontou que objetos têm valor porque são trocados, e que este valor não está nas propriedades das coisas em si, mas em julgamentos que sujeitos tecem sobre estas a partir do que lhes é apresentado⁵³.

O artesanato, como o define Paz⁵⁴, sendo mediação, não é condenado à eternidade nem ao descarte precoce. Performatiza e corporifica diálogos entre forma e função, sujeito e objeto, configurando-se como “pulsção do tempo humano”. Não pretende ser singular como a obra de arte e nem massificado e anônimo como o objeto industrial, usualmente, configura-se. Sua utilidade coaduna-se com a estética e, assim, assume valores distintos em sua trajetória biográfica, em uma presença que “vive em cumplicidade com os nossos sentidos”, transgredindo a lógica da utilidade. Uma cesta planejada para transportar alimentos passa a suporte para flores ou peça de decoração,

⁵² GONÇALVES, Isabel, membro da diretoria do CNARTS. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/noticia>. Acesso em: 09 set. 2009.

⁵³ SIMMEL, G. *The Philosophy of Money*. London:Routledge, 1979, p. 63.

⁵⁴ Idem.

compondo arranjos que interrompem o significado original do artefato pelo acionamento de desvios provocados pela imaginação.

1.2 *Trajatórias sociais de artefatos em contextos temporais e espaciais*

Ao analisar as trajetórias de artefatos em sociedades complexas, começo por enunciar culturas não só em relação a contextos simbólicos da sociedade, mas nos conflitos que possibilitam a mobilidade social, pelas lutas de classes e interações culturais, pois, segundo Santos⁵⁵,

não é algo natural, não é uma decorrência de leis físicas ou biológicas. Ao contrário, a cultura é um produto coletivo da vida humana (...) Cultura é um território das lutas sociais por um destino melhor. É uma realidade e uma concepção que precisam ser apoiadas em favor da luta contra a exploração de uma parte da sociedade por outra, em favor da superação da opressão e da desigualdade.

Neste terreno das múltiplas influências, interações culturais e lutas de classes que se constituem as *culturas populares*. Estas, antes de serem apenas o que as massas consomem ou o conjunto de “coisas” que o povo faz, podem ser definidas como “as formas e atividades cujas raízes se situam nas condições sociais e materiais de classes específicas, que estiveram incorporadas nas tradições e práticas populares”, em uma tensão contínua com a cultura dominante⁵⁶.

Esta definição aponta para o caráter histórico e dialético das culturas, pois é nas contradições das classes populares e do bloco dominante que se dá a luta de classes e, através de alianças, o popular se impõe como resistência e luta, estando, portanto, as culturas sempre em transformação.

Contemporaneamente, diante da relativa instabilidade e movimentos cotidianos que perpassam a questão de identidades, artefatos entram num ciclo de significação, com permanências e deslocamentos que delineiam múltiplas trajetórias. Estas se assentam em *rotas* - trajetórias de longa duração na existência social (costumes, hábitos, tradições) - e *desvios* - que representam interesses individuais ou de grupos em apropriações e/ou (re)significações criativas (mediadas

⁵⁵ SANTOS, José L. **O que é Cultura**. 14ª ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996, p. 45.

⁵⁶ HALL, Stuart. **Da Diápora**: Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representações da UNESCO no Brasil, 2003, p. 257.

por projetos coletivos, estilos de vida, movimentos da moda, entre outras variantes sociais e culturais).

Traduções convertem-se em biografias que ligam pessoas a coisas, dando sentido a pertencças a mundos e estilos de vida que, por sua vez, também são dinâmicos e atualizados continuamente. Por haver mobilidade e zonas intermediárias em diferentes momentos da vida da sociedade, a mercadoria não apresenta uma característica essencial e imutável, senão fases na vida de artefatos. O processo de (re)significação do artesanato, contemporaneamente, é permeado pelo conceito de inacabado, de transformações, mas também de permanências, diante de uma pluralidade de memórias e histórias com as consequentes inovações e reinvenções.

Estes movimentos de rotas e desvios promovem processos de mercantilização e desmercantilização. Arjun Appadurai comenta, por exemplo, que as artes rituais desviadas para o turismo em lugares típicos, a estética da descontextualização da produção artesanal e de artefatos são impulsionadas pela novidade, podendo ser traduzidas, principalmente, “pela moda, ostentação doméstica e coleções”⁵⁷.

Neste ponto, para iniciar um percurso que envolve conceitos de tradição, metamorfoses e projetos de identidades, considero importante apontar uma distinção adotada por Bakhtin⁵⁸ das perspectivas de *longa temporalidade* e de *curta temporalidade* que irei adotar como referência para pensar as questões históricas e para as análises sobre o artesanato em circuitos de (re)significação. Pode-se associar a *curta temporalidade* aos *desvios* (a exemplo de ciclos da moda) que permitem entender aspectos e teorizações mais imediatas. A *longa temporalidade*, por sua vez, é fruto de reflexões maiores, de uma *rota* muitas vezes “dispersa, difusa, heterogênea e não necessariamente contínua, que se estende no tempo, isto é, não começa com as teorizações de hoje, nem nelas se esgota”⁵⁹.

Principalmente quando o objeto de estudo é algo ligado às tradições, como o artesanato, a análise a partir do conceito de longa temporalidade nos permite compreender como as gerações constroem conhecimentos que são repassados e transformados nas relações com os outros, em espaços e tempos cronotópicos. Considerando periodizações

⁵⁷ APPADURAI, A. **A Vida Social das Coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EdUFF, 2008, p. 45.

⁵⁸ BAKHTIN, M. M. **Questões de Literatura e de estética**: A teoria do romance. São Paulo: Hucitec, 2002.

⁵⁹ FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem e Diálogo**: as idéias lingüísticas do círculo de Bakhtin. Paraná: Criar Edições, 2003, p.127.

históricas, Bakhtin aponta que pode haver um grande cronotopo englobador e vários cronotopos que “podem se incorporar um ao outro, coexistir, se entrelaçar, permutar, confrontar-se, se opor ou se encontrar nas inter relações mais complexas. O seu caráter geral é dialógico”⁶⁰.

Assim, ao analisar identidades, relações de produção, circulação, consumo e estilos de móveis, parto do pressuposto de que todas as relações sociais, econômicas e históricas estão profundamente imbricadas entre si e ligadas pela longa e curta temporalidade.

As atividades conhecem recorrência, mas também têm dimensões novas em cada contingência. Para compreendê-las (e para envolver-se nelas de modo significativo), é fundamental estabelecer contínuas inter-relações entre o que recorre e a singularidade; entre o dado e o novo; entre o arquivo e o acontecimento (evento); entre a memória e o momento⁶¹.

Configura-se um tempo idílico no artesanato, que em um determinado contexto histórico e social acaba sofrendo atenuações dos seus limites temporais, diluídos ao longo das gerações, estabelecendo um “ritmo cíclico” de longa duração. O mundo capitalista busca romper esta integridade da existência idílica, separando as pessoas, massificando, mecanizando e parcelando o trabalho. O tempo orgânico, da vida em harmonia com a natureza, é contraposto ao tempo fragmentado e abstrato da vida regrada pelo capitalismo⁶², uma das causas da crise de insustentabilidade contemporânea.

A tradição, definida, usualmente, como memória social de um povo, quando em diálogo com conceitos de modernidade e inovação, aparentam ser opostos. No entanto, devemos considerar estes conceitos sempre contextualizados, pois não há tempo, espaço, desenvolvimento (social, cultural, econômico, político), dentre outras dimensões da vida, lineares e homogêneos. O que é inovação em um determinado contexto, pode não ser em outro.

A constituição de projetos capitalistas na modernidade pode carregar em si uma tendência a construir “oposição maniqueísta” entre: moderno e tradicional; culto e popular; hegemônico e subalterno, sendo usualmente o artesanato situado como uma prática tradicional, de classes populares e subalternas. Estes confrontos são, segundo Néstor

⁶⁰ BAKHTIN, M. op.cit, p. 336.

⁶¹ FARACO, C. A. op.cit., p. 114.

⁶² BAKHTIN, M. op.cit., p. 334 e 336.

Canclini⁶³, uma separação artificial que devemos refutar, já que servem para legitimar as posições dos excluídos do processo, naturalizando-as. Apesar das análises de Canclini serem relativas ao artesanato economicamente situado em esfera diferente da prática das indústrias de móveis artesanais que pesquisei, as bases são importantes para pensar estas dinâmicas de modo mais abrangente.

Ao transitar entre tradição e modernidade, o artesanato insere-se em práticas dinâmicas, frente ao mundo capitalista, possibilitando uma reestruturação e transformação do popular, que se insere no moderno, se hibridando. Novamente, resalto que esse processo não se dá em um sentido evolutivo - como se manifestações populares fossem desaparecer ou práticas tradicionais, ao modernizarem-se, tornar-se-iam completamente industrializadas - mas, em possibilidades de “entrar e sair da modernidade”, como aponta Canclini⁶⁴. Há uma coexistência, que iremos perceber, se fizermos as análises focadas nos processos e não só nos produtos, contextualizando-os na lógica de relações sociais.

Assim, quando falo em tradição e modernidade, as considero como uma construção a partir dos ideais, utopias e imaginários do povo, em relações de poder, entre conflitos e negociações, que ocorrem nas fronteiras, em práticas concretas de “comunidades” que as legitimam. Nas pesquisas sobre móveis artesanais trançados em fibras pude perceber que as entradas e saídas da modernidade são formas de garantir a sobrevivência de tradições de comunidades e, ao mesmo tempo, espaço no mercado, adequando produtos a novas visualidades, sociabilidades e projetos de identidades.

1.3 Tradição, identidades e estilos de vida

Para problematizar certa fixidez de conceitos sobre o artesanal, a exemplo daqueles que caracterizaram movimentos de museologização e de preservação, ocorridos principalmente a partir da década de 1950 no Brasil, concordo com Scott⁶⁵ ao enfatizar a importância de considerarmos as relações entre discurso, cognição e o que entendemos por “realidade”, pois, face às tensões que há na tradição, não podemos rotulá-la como algo fixo, mas como repertórios dinâmicos de

⁶³ CANCLINI, Néstor G. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997, p. 206.

⁶⁴ *Ibidem*.

⁶⁵ SCOTT, Joan. *Experiência*. In: SILVA, Alcione Leite da; LAGO, Mara Coelho de Souza; RAMOS, Tânia Regina Oliveira (orgs.). **Falas de Gênero**: teorias, análises, leituras. Florianópolis: Mulheres, 1999, p. 21-55.

significados, historicizados e em “relação dialógica com o ‘outro’”. Existe, em estruturas de narrativas oficiais, uma tendência a compor relações entre passado e presente para reforçar identidades de comunidades ou Nações, por meio de diálogos, consensos e acordos. Entretanto, a característica cíclica, plural e local do artesanato acaba por revelar, também, espaços de conflitos e disputas que promovem a diversidade.

As histórias de algumas indústrias brasileiras, que narro na tese, demonstram como movimentos de aparente achatamento de saberes pelo domínio da técnica e processos de modernização são apropriados como práticas de atualização e não determinam, necessariamente, a morte de saberes e tradições. Começo descrevendo como estas histórias têm raízes na “invenção” da Nação brasileira.

Nossa história começou a ser “inventada” pelos portugueses, a partir de 1500 e, posteriormente, por outras etnias de imigrantes, objetivando difundir uma ideologia que fundamentasse os interesses de quem detinha o poder, no caso, os europeus. O “Mito Fundador”, segundo Chauí, representa uma repetição, às vezes com novas roupagens, de um “passado como origem”, para solucionar pelo imaginário o que não é resolvido na realidade. Como coloca a autora, são estas representações ideológicas que levam algumas pessoas a afirmar, por exemplo, que:

Os índios são ignorantes, os negros são indolentes, os nordestinos são atrasados, os portugueses são burros, as mulheres são naturalmente inferiores, mas, simultaneamente, declarar que se orgulha de ser brasileiro porque somos um povo sem preconceitos e uma nação nascida da mistura de raças [...] Se indagarmos de onde proveio esta representação e de onde ela retira sua força sempre renovada, seremos levados em direção do mito fundador do Brasil, cujas raízes foram fincadas em 1500.⁶⁶

As ideologias dominantes apropriam-se desses mitos construídos e, de acordo com o momento histórico e as conveniências, os reordenam e usam de novas linguagens e valores, reproduzindo-os

⁶⁶ CHAUI, Marilena. **Brasil: Mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2004, p. 8 e 9.

indefinidamente. Existem “semióforos”⁶⁷ construídos pelo poder político, sendo fundamental a idéia de “Nação” como o elemento integrador da sociedade⁶⁸. A Nação paranaense tem sua origem histórica ligada ao elemento europeu como construtor da modernidade que alavancou o desenvolvimento do Estado, implantando as primeiras indústrias locais no final do século XIX.

Representações como essas foram construídas histórica e culturalmente, de tal forma enraizadas no imaginário da sociedade, que transformaram um mito em realidade. Como a maioria das indústrias moveleiras surgiu com os imigrantes, mitos de uma superioridade racial européia contribuíram, em certa medida, para manter por muitos anos o controle das indústrias da Região Sul do Brasil, principalmente nas mãos de imigrantes alemães e italianos.

Pude perceber este movimento de valorização da tradição, para manter uma identidade em práticas de comunidades, pesquisando nas regiões do Vêneto e Friuli, norte da Itália, local de proveniência dos imigrantes italianos do sul do Brasil e, principalmente em Santa Felicidade, Curitiba, local aonde esses últimos fixaram residência. A distância da terra de origem promoveu junto a esses imigrantes um movimento de preservar aquilo que veio com os ancestrais. Assim, são promovidos festivais, festas e cursos que mostram o artesanato, folclore e tradições para aproximar passado e presente, o local e o distante, (re)afirmando um pertencimento deslocalizado.

Sujeitos, por sua vez, buscam borrar fronteiras do espaço e tempo, inserindo a tradição em um constante renovar e reinterpretar do passado, que pode até ser recente. Sobre esta identificação e modernização da tradição, Renato Ortiz coloca que:

Normalmente, quando falamos de tradição nos referimos às coisas passadas, preservadas ao longo da memória e na prática das pessoas. Imediatamente nos vêm ao pensamento palavras como folclore, patrimônio, como se essas expressões conservassem os marcos de um tempo

⁶⁷ Semióforos são signos carregados de força simbólica, dando significação à existência da sociedade, como algo comum a todos, único, relacionando o visível e o invisível e assegurando uma unidade indivisa. (CHAUI, 2004).

⁶⁸ Esta temática da construção da Nação brasileira, bem como o processo de construção da identidade paranaense a partir de projetos de “invenção da tradição”, narro com detalhes em minha dissertação de mestrado: MENDES, Mariuze Dunajski, **A Fragmentária História da Fábrica de Móveis Martinho Schulz: tradição e modernidade na produção artesanal com fibras de Curitiba**. Curitiba: Programa de Pós-Graduação em Tecnologia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2005.

antigo que se estende até o presente. Tradição e passado se identificam e parecem excluir radicalmente o novo. Poucas vezes pensamos como tradicional um conjunto de instituições e de valores que, mesmo de uma história recente, se impõe a nós como uma moderna tradição, um modo de ser⁶⁹.

Entendo que a tradição é um processo em reestruturação constante, na interação do local com o global, alinhavada por conflitos e acordos, sendo que “culturas híbridas” redefinem percepções de nação, povo e identidade. Este hibridismo, para Stuart Hall⁷⁰ (que, sobre esta questão dialoga com Bhabha⁷¹) não consiste em uma mescla racial, mas em um “processo de tradução cultural, agonístico, uma vez que nunca se completa...”, contempla dissonâncias em relações de proximidade, “disjunções de poder ou posições a serem contestadas; os valores éticos e estéticos a serem ‘traduzidos”.

Hibridismo, sob esta ótica, pode ser considerado como estratégia de negociação de diferenças. Diferenças estas que, se camufladas sob a unidade de uma nação imaginada e não performatizada e vivenciada pelos sujeitos, acaba mascarando conflitos e discriminações, legitimando relações de poder e políticas de dominação. Identidade cultural, a partir dessa concepção, não pode ser única, pois consiste em processos de significação e enunciação em redefinição contínua.

O processo artesanal de móveis em fibras, a partir do final do século XIX, traduz-se neste cenário de contradições, hibridações, manutenção de tradições, inserção na modernidade, conflitos e aproximações entre o local e o global. Nestas negociações interculturais que o fazer artesanal desenvolve-se, resiste e transforma-se. Esta discussão contempla a historicidade e diversidade de projetos relacionados a *estilos de vida*, que percorrem um longo caminho de significação com continuidades e descontinuidades nas práticas de vida e na cultura do consumo.

Por estilo de vida, em concordância com o conceito defendido por Miller⁷², defino o processo por meio do qual pessoas imprimem

⁶⁹ ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 207.

⁷⁰ Hall, Stuart, **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representações da UNESCO no Brasil, 2003, p.75.

⁷¹ BHABHA, Homi. **O Local da cultura**. Belo Horizonte: EDUFMG, 2007.

⁷² MILLER, Daniel. **Stuff**.Cambridge: Polity Press, 2010.

sentido ao usar e organizar “coisas” (objetos, vestimentas, adornos, móveis,...) que materializem suas existências em dados momentos de suas trajetórias de vida. Este processo é dinâmico, individual, mas, referenciado em *habitus*⁷³, culturas e práticas comunitárias. O sentido é dado não só por *o que* o sujeito usa, mas em *como* usa, englobando, assim, também aspectos imateriais, como corporeidades, gestos, falas e performances.

Para Bell e Hollows⁷⁴, há uma diversidade de pensamentos na discussão dos estilos de vida, que possuem como entendimento comum “que o estilo de vida é agora central na organização e experiência do cotidiano” e que as ideias específicas sobre os estilos de vida devem ser articuladas em condições “mediadas em momentos particulares e contextos específicos”.

1.4 Consumo como prática

A construção de identidades e estilos de vida demarca fronteiras e espaços, como referencial de resistência, acomodação ou transgressões a certas tendências à homogeneização, por significações e atividades cotidianas individuais e coletivas, mediadas por práticas de consumo. Este, entendido como prática cultural, é atividade contemporânea com grande potencial, uma vez que, pela apropriação e usos criativos de bens, ocorre a humanização de processos, no estabelecimento de uma relação dialógica entre a materialidade dos artefatos e as percepções e sentimentos das pessoas que os produzem, consomem e interagem com esses.

Consumo tem papel fundamental no desenrolar de práticas socializantes, havendo momentos em que o valor se concentra além do material e da técnica, na memória e significados sociais e culturais. Cada sociedade, grupo ou indivíduo possui sua maneira de se relacionar com a cultura material e nem sempre o consumo pode ser relacionado com a “superficialidade”, uma vez que culturas diferentes assumem diferentes usos de artefatos. Ao falarmos sobre consumo, devemos primeiramente falar de acesso aos bens, de desigualdades, não somente de quantidade, mas de qualidade do que se consome e de como as coisas são consumidas⁷⁵.

⁷³ BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: EDUSP, 2007.

⁷⁴ BELL, David; HOLLOWES, Joane. **Historicizing lifestyle**: mediating taste, consumption and identity from the 1900s to the 1970s. England: Ashgate Publishing Limited, 2006, p.2 e 3 .

⁷⁵ Há ainda a questão do descarte necessário de materiais infectantes e contaminados, a exemplo dos resíduos hospitalares.

Essa afirmação se apoia em Miller⁷⁶, para quem o consumo não deve ser visto pelo viés de uma crítica moralizante, remanescente das décadas de 1960 e 70, com perspectivas denunciatórias de supostos aspectos maléficos e desagregadores, mas, sim, a partir de visões de agentes sociais envolvidos em dinâmicas culturais complexas, repletas de particularidades, tensões e contradições. Nas palavras do autor, “como atividade, o consumo pode ser definido como aquele que transfere o objeto de uma condição alienável, ou seja, a de ser um símbolo de estranhamento e valor monetário, para a de ser um artefato investido de conotações particulares e inseparáveis”⁷⁷.

Stallybrass aponta para estratégias de singularização de coisas, as acionando e desacionando como mercadorias, distanciando, por vezes, artefatos da esfera econômica. Ocorre um movimento de transformação destes em objetos de memória, marcados pelo revestimento por uma “aura”, que os torna experiência sensível. Referindo-se às trajetórias de significado em circuitos de mercantilização, que estabelecem valores às mercadorias, Stallybrass faz uma narrativa das idas e vindas do casaco de Marx dos penhores e as conseqüências e reflexos dos momentos de presença e ausência deste casaco em sua vida cotidiana. Marx costumava penhorar seus bens em tempos de crise para poder sustentar a família. Um dos bens que ia e vinha dos penhores era seu casaco, símbolo de distinção para circular nos museus, bibliotecas e círculos sociais, quando penhorado também dificultava o acesso a estes locais, representando momentos de maior introspecção e outros rituais de ser no mundo. Este exemplo demonstra que as pessoas separadas das coisas são separadas das pessoas, pois a cultura material intermedeia relações sociais e culturais. Também cita como exemplo a experiência vivida pela artista Nina Payne, que sente a presença de seu falecido marido nas roupas que ele deixou⁷⁸.

Consumir representa fator de humanização. A ausência ou desmaterialização do consumo, que alguns pesquisadores sugerem⁷⁹, não significa necessariamente melhorar qualidade de vida, a exemplo de grandes camadas da população mundial, que sofrem com a ausência extrema de bens materiais, inclusive os mais básicos, como comida, remédios, roupas, etc. Para essas camadas, consumir, concretamente,

⁷⁶ MILLER, Daniel. **Material culture and mass consumption**. Oxford: Blackwell, 1987.

⁷⁷ *Ibid.*, p. 190.

⁷⁸ STALLYBRASS, Peter. **O Casaco de Marx**: roupas, memória, dor. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

⁷⁹ MANZINI, Ezio / VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de Produtos Sustentáveis**. Os Requisitos Ambientais dos Produtos Industriais. São Paulo: EDUSP, 2002.

representa fator de humanização, de participação, acesso a certa cidadania, até, pois significa inclusão social em seu sentido mais amplo.

O consumo pode ser dispositivo de (re)ordenação e (re)elaboração do mundo a partir de organizações sociais participativas que compartilhem códigos e práticas culturais. O mercado, por estar focado no consumo, se apoia em fluxos e circulações de estilos de vida, relacionando-os a artefatos, que podem ser metamorfoseados em contextos de diversificados gostos e novas práticas.

Consumo como estilo de vida foi abordado por Carmen Rial⁸⁰ em suas pesquisas sobre as moradias da ilha de Florianópolis e o processo de significação do espaço construído por um grupo social. Com um *ethos* comum (com todas as particularidades que são narradas pela autora na pesquisa), pessoas se agrupam em torno de um *projeto* de consolidar um estilo de vida a partir de uma “ideologia ecológica”⁸¹, tendo a “natureza” como referencial. Esta postura foi adotada por grupos que, desde a década de 1960, a partir de movimentos de contestação, buscam alternativas para o modo de vida urbano, capitalista e massificador, acionado com o processo de industrialização, dando novos sentidos a trajetórias sociais.

As transformações na cultura do consumo fazem com que estilos de vida constituam e sejam constituídos por projetos de vida, sendo estes formas de demonstrar a individualidade e, ao mesmo tempo, pertencimento a grupos, pela escolha e adequação de artefatos, como roupas e móveis, que marcam condutas e experiências em disposições corporificadas. O processo de corporeidade ou incorporação prevê uma relação dinâmica entre cultura material e espaço, mediados pelo corpo. Sujeitos fazem uma síntese entre objeto/corpo/condutas e imaginários/significados/representações, por meio de práticas sociais⁸².

Para analisar a relação da cultura material (na tese representada no móvel artesanal), com projetos por meio dos quais indivíduos

⁸⁰ RIAL, Carmen. **Auto-construção**: estudo de caso entre um grupo de classe média. Florianópolis: PPGAS,UFSC, 1984.

⁸¹ Ibid, p.24.

⁸² A tese postulada por Marcel Mauss, para quem as técnicas do corpo preveem modos de agir de um homem total, ou seja, sociológico, biológico e psicológico (MAUSS, Marcel. As Técnicas do Corpo. Extraído do Journal de Psychologie. v. 32, n. 3, 1935) foi retomada e ampliada por outros autores. Um destes, Marcelo Rede, propõe “uma análise das práticas sociais através da articulação entre corpo e cultura material, entre as condutas motoras e os elementos que compõem o quadro físico da vida”, em uma síntese interativa e dinâmica, considerando o indivíduo como “sujeito das técnicas de si”. REDE, Marcelo. **Estudos de Cultura Material**: uma vertente francesa. In: São Paulo: Anais do Museu Paulista.v. 8/9, 2003. p. 281-291 (293).

interagem e traçam trajetórias de vida, recorri ao que Miller denomina de *objetificação*⁸³, que é um processo de externalização⁸⁴ de si e incorporação criativa de artefatos, por sujeitos e/ou grupos sociais, mediando ações. Este processo de externalização, materialização e corporificação de artefatos por sujeitos/sociedades constrói a cultura material, sendo esta depois (re)apropriada para construir, fortalecer e desenvolver sujeitos/sociedades em processos.

Desconsiderar a força da mediação dos artefatos na constituição de relações sociais e humanização de ações significa reduzir o processo de consumo e sua pluralidade de significados, que vai muito além da ostentação, moda ou simples expressão de *status* social. Com os bens que escolhem sujeitos buscam comunicar identidades, histórias e trajetórias, em modos de vida marcados por uma série de práticas. Há uma (re)estruturação de sentidos e identidades no cotidiano, mediante a posse e uso de artefatos que podem sustentar, transformar ou serem transformados nas práticas sociais, como aponta Maristela Ono⁸⁵.

A formação da pessoa⁸⁶ em processos de constituição de identidades passa por um reconhecimento social, mediado por relações simbólicas, em contextos em que se constituem projetos sociais. As pessoas performatizam como sentem seu “ser” no mundo e “estar” no tempo, construindo e sendo mediadas pela cultura material de forma dinâmica. Nesta abordagem, a cultura é entendida como um processo, não reduzido apenas às formas, objetos, sujeitos, mas às relações entre estes, em dinâmicas sociais, com suas contradições, permanências e rupturas. Sujeito e objeto são mutuamente relacionados e constituídos,

⁸³ MILLER, D. **Material Culture and Mass Consumption**. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

⁸⁴ Com relação ao termo externalização, faço ressalvas sobre sua relatividade, considerando o que o próprio Miller (2010) apresenta em seu livro *Stuff*, no qual analisa como as comunidades caribenhas, em especial na Ilha de Trinidad, pessoas usam as vestimentas não como externalização de uma identidade interior, mas, como um *meio* de mostrar como se sentem ou *como querem ser vistas* em um momento específico. Aponta que nestas sociedades as coisas não são internalizadas, mas, sim, deixadas apenas na *superfície* Miller, Daniel. **Stuff**. London: Polity Press, 2010.

⁸⁵ ONO, Maristela M. **Design e cultura: sintonia essencial**. Curitiba: Edição da autora, 2006.

⁸⁶ A noção de pessoa, segundo colocações de Goffman sobre “ter uma face”, significa ser consistente consigo mesmo e reconhecido pelo outro. Para este autor, o “eu” se constrói por meio do diálogo, na relação com o outro - alteridade - em um processo de comunicação. Para haver comunicação tem que haver uma “linha” ou códigos de interação comunicacional, sendo importante circular por outros grupos e aderir a outras “linhas”, compartilhando símbolos e regras, sendo que a interação abre possibilidades para assumir outras “faces” ou identidades. GOFFMAN, Erving. A Elaboração da Face: uma análise dos elementos rituais na interação social. In: FIGUEIRA, Sérvulo (org.). **Psicanálise e Ciências Sociais**. Rio de Janeiro, Editora Francisco Alves, 1980, pp 76- 114.

em um processo histórico de desenvolvimento cultural e de humanidades.

Em um processo de significação social, devemos sempre considerar que “a constância aparente dos produtos dissimula a diversidade dos usos sociais a que são submetidos”⁸⁷. Nesta perspectiva, Bourdieu argumenta que as estatísticas sem a significação social podem juntar o que pode estar separado ou separar o que pode estar unido, a exemplo do arroz e feijão. O modo de preparação do arroz ou o tipo de arroz consumido em diferentes culturas e classes dá indícios de *propriedades pertinentes* que significam socialmente o ato de comer arroz pelo seu uso social⁸⁸. Sem a devida contextualização e localização, modos da apropriação dos bens culturais podem considerar uma aparente univocidade dos produtos, podendo ser deixados de lado fatores que caracterizam distintos estilos de vida e distintos modos de uso dos artefatos.

1.5 - Projetos e metamorfoses sociais: campos de possibilidades para o móvel artesanal

A mobilidade social passa por estratégias de reconversão, por deslocamentos verticais e transversais em diferentes campos. Há transformações no campo social, principalmente na estrutura de consumo das famílias, que reconfiguram o comércio e as profissões. Sob este prisma, Bourdieu cita que a categoria artesanal transforma-se internamente, uma vez que “brechas” permitem mobilidade e reconversão, promovendo uma dinâmica no artesanato que se insere em repertórios de novas práticas ou projetos de vida. Exemplifica com o caso europeu do fechamento de padarias rurais e o imediato surgimento de butiques dietéticas, de produtos naturais, orgânicos e a (re)valorização da tradição do pão feito “à antiga” nas cidades.

Neste ponto, considero adequado aprofundar um conceito central na tese - de *projeto* - que usei como ponto de partida para narrar as identidades em relação a estilos de vida. Este termo, emprestado de

⁸⁷ BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: EDUSP, 2007, p. 23 a 26.

⁸⁸ Ibid. Bourdieu cita como exemplo o ato de comer arroz integral ligado a um estilo de vida naturalista; arroz doce ou refogado com gordura ao popular; com curry ao intelectual, burguês. Há alimentos que já indicam por si só diferentes classes, representados por valor econômico - caviar; pela tradição - chá; os alimentos *diet* e *light* - saudáveis.

Gilberto Velho⁸⁹, aponta que relações sociais estão ligadas a um conjunto de idéias localizado no tempo e no espaço (contextualizado), que objetiva dar sentido e certa coerência à experiência fragmentadora em sociedades complexas. Nestas, diferentes papéis sociais, ligados a contextos diferentes, determinam incompatibilidades, contradições, tensões, mas também acordos e interações na comunicação entre pessoas e grupos. Projetos buscam definir uma trajetória negociada socialmente, presente ou futura.

Um *projeto social*, que englobe vários indivíduos, “depende de uma percepção e vivência de *interesses comuns* [...] A estabilidade e eficácia destes projetos dependerão de sua capacidade de estabelecer uma definição de realidade convincente, coerente e gratificante - em outras palavras, de sua eficácia simbólica e política propriamente dita”⁹⁰. A noção de projeto procura dar conta da *margin seletiva de escolhas* que indivíduos e grupos têm em determinado momento histórico de uma sociedade. Por outro lado, procura ver a *escolha individual* não apenas como uma categoria residual da explicação sociológica, mas, sim, como elemento decisivo para a compreensão de processos globais de transformação da sociedade.

Nas sociedades contemporâneas, identidades não são dispersas ou soltas, mas comprometidas com planos de existência mútua, mediados pelo real socialmente construído, a partir de dinâmicas e códigos específicos acionados em diferentes planos de trajetórias de vida, de acordo com necessidades de “englobamento por unidades abrangentes e experiências comunitárias”⁹¹.

Velho⁹² cita que o *projeto*, no nível individual, lida com *performances*, explorações, desempenho e opções, todas ancoradas a avaliações e definições da realidade, sendo estas negociadas e construídas socialmente, em complexos processos vinculados a códigos culturais e processos históricos.

Indivíduos podem ser portadores de *projetos* diferentes a partir de objetivos específicos (por vezes até contraditórios) que, no entanto, são definidos relacionalmente a partir de um *campo de possibilidades* e

⁸⁹ VELHO, Gilberto. **Projeto e Metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

⁹⁰ VELHO, Gilberto. **Individualismo e Cultura**: notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987, p. 32.

⁹¹ VELHO, Gilberto. **Projeto e metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2003, p. 27.

⁹² Idem.

a partir da *dimensão consciente da ação*⁹³ em que o sujeito se organiza. Serão viáveis, ou factíveis, dependendo do grau de aceitação social e de interação com outros projetos, individuais ou coletivos.

Considero, além da produção e recepção dos significados das categorias, a conjuntura histórica, que dá materialidade e reconhecimento da leitura localizada em temporalidades e espacialidades específicas, nas quais podem cruzar-se “várias trajetórias e trilhas sociológicas e culturais”⁹⁴. O que caracteriza as metrópoles e a situação dos indivíduos na sociedade contemporânea é a interseção de vários mundos. Há uma negociação social de diferentes províncias de significado, níveis e dimensões do real. Indivíduos podem transitar por diferentes domínios ou mundos e entre várias esferas, desde que haja códigos aglutinadores relevantes que liguem sujeitos a mundos⁹⁵.

Projetos, como os sujeitos, mudam, ou, sujeitos mudam por meio de seus projetos. A transformação individual se dá ao longo do tempo, contextualmente. A heterogeneidade, a globalização e a fragmentação de papéis na sociedade moderna introduzem novas dimensões que põem em xeque concepções de identidade social e consistências existenciais⁹⁶. Existe plasticidade entre *províncias de significado* em movimentos e trânsitos de projetos entre fronteiras, que Velho denomina *metamorfose*, entretanto, mantendo uma identidade vinculada a grupos sociais de referência, principalmente os básicos – família, etnia, religião, territórios, entre outros, que ancoram papéis sociais. A *metamorfose*

possibilita, através do acionamento de códigos, associados a contextos e domínios específicos – portanto, a universos simbólicos diferenciados – que os indivíduos estejam sendo permanentemente reconstruídos [...], se transformam não por volição, mas porque fazem parte, eles próprios, do processo de construção da realidade⁹⁷.

Aproximo Velho e Bourdieu para apontar que, apesar da teoria deste ser ponto de partida nas análises sobre estilos de vida, parece

⁹³ VELHO, Gilberto. **Projeto e metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2003.

⁹⁴ Ibid, p. 21.

⁹⁵ Como designou Bakhtin, há códigos culturais próprios, individuais, vinculados às estruturas sociais, ou, uma heteroglossia - coexistência de diferentes discursos em uma mesma sociedade, mantendo particularidades.

⁹⁶ VELHO, op.cit., p.41.

⁹⁷ Ibid, p.30.

haver nas mesmas uma tendência à unificação, universalização e traçado de sistemas totalizantes (com características da sociedade Européia) que, ao serem confrontados com a idéia de *projeto, campo de possibilidades e metamorfose*, teorizados em Velho, ajudaram a compreender processos em outras realidades sociais, como a brasileira, por exemplo.

Os estilos de vida e as visões de mundo são, ao mesmo tempo, centrados e em trânsito, abrindo para discursos em referência ao outro e ao social, em interações interpretadas. Neste viés, podemos pensar nos movimentos de *contracultura*, movimentos populares organizados, grupos de contestação (como ecológicos, feministas, entre outros), que constituem certos códigos de emoção e identidade, estabelecendo e rompendo limites, mostrando, assim, na auto-afirmação e aglutinação de interesses uma forma de tradução, contestação e/ou inserção no mundo.

Ao abordar representações e estratégias de significação de móveis artesanais trançados em fibras, adotei esta definição de projeto como central, pois acredito que comunidades de artesãos compartilham códigos aglutinadores na produção, bem como no consumo, a opção por formas de viver relacionadas à preservação do meio ambiente e sustentabilidade está agrupando pessoas em torno de processos de simbolização e de ações sociais que se traduzem em estilos de vida.

A eficácia em agregar sujeitos em torno de certos ideais prevê a ação política como central, aproximando as pessoas da vida pública a partir da ação coletiva, ou seja, pela força das pessoas ao estarem juntas, vivendo e tomando decisões comunitárias que, ao serem expostas, imprimem movimentos e deslocamentos em trajetórias estabelecidas. No campo do artesanato, como expõe Corrêa, “estes conflitos abrem (e abrem) fraturas que possibilitam às *formas sociais de produção artesanal* negociarem os tempos do costume e a transformação das tradições, inclusive criando outras (novas) formas de estar e viver o mundo recente”⁹⁸.

Alguns exemplos de caminhos voltados a essa aproximação entre pessoas, mediada por projetos de vida agregadores e colaborativos ligados a territórios, a partir de uma fratura (ou crise) relacionada à vida moderna são: criação de cooperativas de consumidores; cooperativas de artesãos; de produtores orgânicos, entre outros, que questionam a insustentabilidade do modo de vida contemporâneo.

⁹⁸ CORRÊA, Ronaldo de Oliveira. **Narrativas sobre o processo de modernizar-se**: economia política e simbólica do artesanato recente em Florianópolis, Santa Catarina, BR. Tese de Doutorado orientada pela Profa. Dra. Carmen Silvia Rial. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, 2008.

1.6 Meio Ambiente e Sustentabilidade em processos de representação da cultura material, mediados por designers

Como, em muitos momentos da tese citei o termo *sustentabilidade*, por ser este recorrentemente acionado atualmente em ações de design para o artesanato, o introduzo apenas para situar meu entendimento sobre o tema. O meu caminho de pesquisa ligado ao campo do design sustentável⁹⁹ consolidou-se, sobretudo, pela participação em grupos de pesquisa em design e sustentabilidade e pelo estágio doutoral realizado em um departamento de design para a sustentabilidade em Milão, Itália.

O termo sustentabilidade é relativamente recente, sendo uma dentre muitas vertentes da Educação ambiental. A sua origem, relaciona-se à biodiversidade, subsumindo um equilíbrio e uma interdependência profunda - o equilíbrio ecológico - que sempre existiu na natureza, anteriormente às intervenções humanas com alto impacto ambiental. Avanços tecnológicos, econômicos e estilos de vida consumistas acabaram degradando drasticamente o meio ambiente nas últimas décadas. Modelos produtivos vigentes, especialmente de grandes empresas, passaram a ser questionados provocando, assim, movimentos para discutir alternativas de redução dos impactos negativos ao meio ambiente.

Surgiram abordagens teóricas e metodológicas sobre o meio ambiente que, em diferentes contextos, configuraram caminhos e práticas ambientais. Sem a intenção de aprofundar a discussão (no momento) aponto algumas correntes, segundo a cartografia traçada por Lucie Sauvè¹⁰⁰. A autora cita que há correntes de longa tradição¹⁰¹: naturalista (aprendizagem na ligação com a natureza); conservacionista (busca formas para conservação da natureza pela gestão do meio ambiente de forma racional); resolutiva (diagnosticar problemas ambientais e desenvolver habilidades para resolvê-los); científica (experienciar fenômenos, causas e efeitos ambientais); humanista

⁹⁹ Com relação à consolidação de um eixo de pesquisa ou de ação em design para a sustentabilidade, há diversas posições. Muitos designers consideram que toda ação de design deveria ser sustentável *per se* e, assim, não haveria motivos para criar linhas temáticas com esta denominação, configurando-se como uma incoerência conceitual. No entanto, na tese, estarei usando esta nomenclatura para referir-me à postura coerente com esta visão, e, no momento, não pretendo problematizá-la.

¹⁰⁰ Para conhecer as demais dimensões, aqui não relatadas, suas concepções, alcance e limitações, ver: SAUVÈ, Lucie. *Uma cartografia das correntes em educação ambiental*. In: Sato, M. e Carvalho, I. (orgs.). **Educação Ambiental: pesquisa e desafios**. Porto Alegre: Artmed, 2005, pp. 17 a 45.

¹⁰¹ *Ibid.*, pp. 17 a 45.

(preocupação do meio ambiente como meio de vida, enfatizando a dimensão humana e sentimento de pertença); moral/ética (códigos de valores e comportamentos socialmente apreciáveis - ecocivismo).

Dentre as abordagens ambientais mais recentes, situam-se: a sistêmica (visa à análise, compreensão e síntese de pensamentos em realidades globais); holística (considera a complexidade do “ser-nomundo”, interação e participação com o meio ambiente); biorregionalista (ecodesenvolvimento de comunidades em territórios, por meio de valorização de identidades e novos modos de vida ligados à terra); prático (pesquisa-ação para reflexão e solução de problemas comunitários); crítica social (confrontar saberes e práticas de forma crítica e que resulte em projetos de transformação – próxima da corrente prático); feministas (valores feministas na relação com meio ambiente); etnográfica (valorização da relação cultura/meio ambiente); eco-educação (formar-se na relação com o meio ambiente); desenvolvimento sustentável (desenvolvimento econômico que respeite o meio ambiente).

Com relação a esta última corrente, denominada de “desenvolvimento sustentável”, apesar de ser a mais citada nas teorias de design, não abarca a necessária articulação entre ambiente, sociedade, cultura, história e ética, revelando-se muito reducionista. Refere-se mais à gestão ambiental de processos produtivos ou à produção “ecoeficiente”¹⁰², não enfocando relações humanas e culturais de forma ampla. A vertente denominada sustentabilidade busca maior abrangência, inserindo essas dimensões.

Contextualizo a origem da preocupação com o meio ambiente vinculada à área do design¹⁰³ a partir de críticas à sociedade de consumo nos anos 1960 e de questionamentos sobre efeitos do aumento da produção, decorrentes da postura progressista e desenvolvimentista vinculada aos preceitos da industrialização em massa.

A indústria de massa, que surgiu nos anos 1930 e se fortaleceu no Brasil nos anos 1950, marca o auge da difusão do design como uma disciplina, influenciada pelo *Estilo Internacional*¹⁰⁴, que o diferenciava

¹⁰² De acordo com a definição do WBCSD (Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável), a ecoeficiência é uma estratégia de gerenciamento que cria maior valor com menor impacto, menor poluição e com menor utilização de recursos ambientais. Disponível em: <http://www.wbcdsd.com>. Acesso em: 31 mar. 2007.

¹⁰³ Apresento apenas uma breve contextualização histórica. Para aprofundamentos, cito outros autores que fazem uma narrativa mais detalhada sobre este percurso da relação do design e sustentabilidade, como: BONSIPE, 1997; CHAVES, 2003; CARDOSO, 2004.

¹⁰⁴ Segundo Rafael Cardoso, as características do estilo internacional, que influenciou o Brasil no auge do “desenvolvimentismo”, na década de 1950, são: o despojamento, a geometrização das formas e ausência de ornamentação, ambas decorrentes da racionalidade associada à

das artes e artes aplicadas e pressupunha um potencial de racionalizar e padronizar a produção industrial de forma a atender a reconstrução necessária no período pós-guerra e atender ao ideário modernista. Propostas de novas metodologias de projeto de design surgiram com a esperança de gerar nova cultura de produtos, com caráter universalista da “Boa Forma” e “Bom Design”, partindo de escolas de design europeias, conectadas com propostas hegemônicas de globalização de economias.

Práticas de consumo e os hábitos cotidianos transformaram e foram transformados pelas inovações que a industrialização proporcionou, não só por este advento, mas, como diz Slater, a partir “da própria construção do mundo moderno”¹⁰⁵. As críticas à sociedade de consumo, ao consumerismo e as políticas de contestação e resgate da autonomia do “terceiro mundo”, a partir dos anos 1970, contaminaram também o campo do design, dando origem a movimentos que questionaram o projeto desenvolvimentista, o funcionalismo, o racionalismo e o processo industrial em massa, que não previa (e talvez não pudesse prever naquele momento histórico) as consequências futuras e os impactos ambientais da produção e descarte massificados.

O design como profissão se consolidou neste processo de industrialização e de modernização. Atrelados a demandas capitalistas, designers projetaram artefatos e formas de produção que facilitaram o acesso a bens materiais e ao consumo, no entanto, valorizando o efêmero, o transitório e uma cultura do descarte, processo que contribuiu, segundo Boff, para configurar o “princípio da autodestruição”¹⁰⁶. Essa é uma colocação radical sobre a ação do design e sua responsabilidade na construção social que encontra ecos, pois a sociedade vem se conscientizando dos limites da forma atual de produção e consumo de bens e busca transformações para reverter esta tendência “destrutiva” e buscar um futuro mais “leve”. Segmentos¹⁰⁷ se organizam para reivindicar e propor novas formas de produção e

produção em larga escala e seriada. DENIS, Rafael Cardoso. **Uma Introdução à História do Design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

¹⁰⁵ SLATER, Don. **Cultura do Consumo e Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002, p. 18

¹⁰⁶ BOFF, Leonardo. **Ecologia e Espiritualidade**. In: Trigueiro, André (org.). *Meio Ambiente no Século XXI*. Campinas: Armazém do Ipê, 2005.

¹⁰⁷ Segmentos se agrupam em forma de ONGs, organizações civis, cooperativas populares, centros acadêmicos e comunitários, para estruturar ações políticas e projetos de transformação social das formas de produção e consumo.

circulação de artefatos de forma responsável, articuladas com práticas positivas de consumo¹⁰⁸.

Uma publicação emblemática da área de design foi o livro de Victor Papanek¹⁰⁹, no ano 1972, que foi o primeiro a difundir a idéia do *ecodesign*. Neste, o autor questiona o comprometimento da natureza diante de impactos da poluição ambiental, a capacidade de produção de matérias-primas e de absorção de poluentes pela geosfera e os usos e significados de artefatos mediando relações entre pessoas, culturas e sociedades. Nas palavras de Papanek, “o único aspecto importante do design é como ele se relaciona com as pessoas”. As propostas de Papanek, no contexto temporal e espacial que foram delineadas, foram inspiradoras de mudanças.

A relação entre sustentabilidade e processos produtivos, da maneira como foi estudada pelos designers nos anos 1980, se deu principalmente sob dois aspectos: entradas (*inputs*) – possibilidades e limites de extração de substâncias do meio ambiente e saídas (*outputs*) – emissão de substâncias no meio ambiente e os consequentes efeitos poluentes. No caso do mobiliário, nestas análises são levantadas as etapas do ciclo de vida do móvel relacionadas à:

1. A aquisição de matéria-prima - O projeto de móveis observa um sistema de identificação da procedência da matéria-prima e dos processos de obtenção que atendam a processos de certificação ambiental. *Designers* desempenham papel importante com relação a este item, exigindo e estimulando a prática das certificações, a utilização de materiais recicláveis, retornáveis ou renováveis, preferencialmente oriundos de produção local e transmitindo essas informações aos consumidores finais.

2. Transformação do Material – Gastar menos energia e gerar menos resíduos (preferencialmente próximos de zero) ambientais na transformação da matéria-prima.

3. Fabricação do móvel - Projetar soluções para a melhor utilização de materiais, processos produtivos, recursos hídricos e energéticos. O uso de materiais eco compatíveis, a redução de perdas de material, a utilização e reaproveitamento dos resíduos, assim como, as

¹⁰⁸ Por prática positiva de consumo entendo o consumo inclusivo - direcionado a todas as camadas sociais; responsável – a partir de processos de produção eco-eficientes, considerando o ciclo de vida total do artefato, da produção ao descarte e pela conscientização (educação) do consumidor com relação ao impacto que o artefato pode causar ao meio ambiente durante a produção, circulação, uso e/ou descarte.

¹⁰⁹ PAPANÉK, Victor. **Design for Real World**. Human ecology and social change. Chicago Academy Chicago Publishers, 1992 – primeira impressão: 1971.

substâncias usadas no processo, devem ser pesquisadas para, se necessário, buscar outras menos nocivas.

4. Logística – Redução de impactos causados durante a distribuição, como a exemplo do gasto de combustível e a poluição atmosférica pelo transporte em longas distâncias. Buscar consumidores próximos à produção e móveis que simplifiquem a embalagem e a estocagem podem diminuir os efeitos negativos do transporte.

5. Uso – Considerar implicações de consumo e danos provocados ao meio ambiente e à saúde de usuários durante o uso.

6. Pós-uso – Prever atualização, reparos dos artefatos e, no caso de descarte, facilitar a desmontagem, coleta e reciclagem dos produtos e componentes utilizados. Se houver necessidade de descarte de algum componente em aterros sanitários, minimizar os efeitos contaminantes do solo e lençóis d’água.

No entanto, esta abordagem se preocupa em analisar o ciclo de vida dos produtos (ACV) apenas em relação ao produto. Os aspectos sociais e culturais relacionados à produção, ao consumo, usos de artefatos e questões éticas, recorrentemente, ficam negligenciados, não constituindo parâmetros para avaliação da sustentabilidade.

As premissas de redesenhar e reinventar o existente, sem considerar que este “existente” está no mundo por algum motivo, afeta e é afetado pelas ações de sujeitos, não minimiza o impacto dos artefatos nos sistemas. Ademais, o designer sozinho não tem alcance para recriar sistemas e nem força para projetar cenários “inovadores” e sustentáveis se estes estiverem descolados de contextos e práticas cotidianas de sociedades em seus processos culturais.

Recorrentemente, os projetos de design sustentável são categorizados por níveis (quatro)¹¹⁰, considerados mais sustentáveis quanto mais se aproximarem do nível mais elevado da escala. Estas abordagens consideram que a excelência no design sustentável seria promover a desmaterialização do consumo e mudanças em cenários de vida. Enfocam produtos e serviços em relação com o meio ambiente, mas ainda pouco são consideradas as relações sujeito/artefato/cultura/história e ética. Nesta abordagem, a saber: o nível inicial prevê melhorias em fluxos da cadeia produtiva existente; o segundo nível propõe o *redesign* de produtos na busca de materiais e processos ecoeficientes, pela análise do ciclo de vida dos produtos (extração de matéria-prima, processos, produto, distribuição, uso e descarte); o terceiro contempla o design com a previsão de relações em

¹¹⁰ VEZZOLI, Carlo. **Design de Sistemas para a Sustentabilidade**. Salvador: EDUFBA, 2010.

cadeias mais sustentáveis, como a oferta de sistemas e serviços que, idealmente, poderiam substituir a posse por produtos; o mais elevado nível reflete ações que provoquem mudanças de estilos de vida e/ou construção de cenários com interrelações entre atores das esferas da produção, circulação e consumo, de forma equânime.

Sobre este último nível, a transição para a sustentabilidade tem sido pensada a partir da consolidação de uma postura do design voltado para a construção de cenários considerando redes entre atores envolvidos. Esta área vem sendo discutida como possibilidade de ampliação do escopo, perfil profissional e possibilidades de ação do design para além do *ecodesign* (dimensão material e ambiental), uma vez que é preciso

impulsionar uma transformação estrutural na direção de uma economia e cultura com capacidade para sustentar-se. [...] Desloca o objetivo final de alcançar um elevado desempenho ambiental, para a qualidade do estilo de vida que o uso do objeto sustenta. [...] O design de sustentação começa pela questão absolutamente básica “do que deve ser sustentado e por que”. Significa um maior compromisso com o estilo de vida, a forma de trabalho, a tecnologia, a cultura e a relação entre o tipo de economia, o insustentável e a sustentabilidade¹¹¹.

Carlo Vezzoli propõe que seria a transição do centramento “do Design para o Ciclo de Vida ou *Ecodesign* para o *design de sistemas eco-eficientes*”¹¹². A proposta do *Design de Sistemas para a Sustentabilidade* (SDS)¹¹³ pode contemplar tanto o design de produtos quanto de serviços voltados ao cuidado com o meio ambiente e, principalmente, o “design para a coesão e igualdade social”. Concordo com esta postura como ponto de partida, no entanto, problematizo a proposta de “igualdade e coesão social”, considerando que a política de unificação e ordenamento do social pode constituir-se como uma brecha para práticas de dominação cultural pela pretensa “eliminação” de diferenças.

Existem princípios essenciais a considerar ao propor projetos sustentáveis, sendo estes postulados em fatos fundamentais da vida, relacionados aos ciclos ecológicos da matéria na teia da natureza que,

¹¹¹ FRY, T. **Ecodesign, sustentabilidade e desenvolvimento**. In: Catálogo Prêmio ecodesign. São Paulo: FIESP/CIESP; Centro São Paulo Design, 2003. p. 31.

¹¹² VEZZOLI, Carlo. **System Design for Sustainability**. Italy: Maggioli Editore, 2007.

¹¹³ *System Design for Sustainability*

pela diversidade em equilíbrio, garantem a capacidade de renovação em ciclos ecológicos, por meio de cooperação, parcerias e trabalho em rede, sem degradar o meio ambiente.

No final dos anos 1990 e início do século XXI iniciou-se um movimento de revisão de práticas projetuais, passando-se a considerar não apenas as fases citadas como determinantes de sistemas sustentáveis. Designers e teóricos da área incluem no seu repertório conceitual noções de sistemas para a inovação sustentável considerando, também, fases pré-projetuais de levantamento de cenários existentes, relações sociais e culturais desenvolvidas em territórios e projeção de possíveis cenários futuros, por uma postura interdisciplinar, envolvendo pesquisadores de diversas áreas do conhecimento. Contextualizar usos de acordo com demandas sociais, culturais, históricas e econômicas, bem como considerar formas de produção, circulação e consumo, possibilita articular realidades locais e globais, de forma justa e responsável.

Neste mesmo período, designers começaram a levantar a importância de aproximar o “pensamento sistêmico”¹¹⁴ da natureza - de caráter relacional e contextualizado - de ações de design. Sistemas interdependentes e interligados (não globais ou totalizantes), em equilíbrio e harmonia, constituídos em “redes sociais” de comunicação e práticas, começam a ser considerados no momento de conceber novos produtos e sistemas, não centrados apenas nos sujeitos e objetos, mas, nas relações destes com as coisas do mundo e o meio ambiente.

Ainda no campo teórico, no início do século XXI emerge importante discussão acadêmica sobre a relevância de enfatizar, além de aspectos materiais e de ciclos de vida de produtos, as humanidades, arte, economia e tecnologias como suportes para o designer, como intérprete, tradutor e materializador destes conhecimentos em: forma, função, valores e significados de artefatos e sistemas projetados¹¹⁵.

A intenção é discutir o papel do design como intermediador e materializador de práticas sociais, por meio de artefatos e sistemas de artefatos que cria, e os compromissos com as questões que envolvem a sustentabilidade e prospecção de cenários sustentáveis. O papel do

¹¹⁴ Faz-se importante refletir sobre usos do termo “sistêmico” para não cairmos na armadilha de reduzi-lo à representação de relações homogeneizantes. Pressupondo o sistema como um todo harmônico e organizado, aplicável em qualquer contexto, diminuímos sua potência em contextos de complexidades. É importante compreender que, na verdade, existem polisistemas, abertos, híbridos, relacionais e contextualizados – em tempos e espaços vividos (cronotopos).

¹¹⁵ Changing the Change, disponível em: <http://emma.polimi.it/emma/showEvent.do?idEvent=23>. Acesso em 12/07/2010.

designer pode ser de um dos mediadores e não puramente um intérprete - decodificador e codificador, pois há múltiplas e complexas influências que estabelecem um diálogo importante na produção e consumo.

Há avanços ao considerar o caráter interdisciplinar de projetos de produtos e sistemas, no entanto, alguns pontos na forma como apresentados, ainda são um tanto distantes da realidade da formação do designer. A ideia do designer receber informações de várias áreas, traduzindo estas em sistemas de produtos, esbarra em limitações inerentes à vida acadêmica. Como o designer pode intermediar áreas distintas de conhecimento sem ter suficiente formação interdisciplinar, ou, ao menos sem perceber a importância em estabelecer as devidas parcerias de ação com outras áreas?

As propostas atuais de “Metadesign”¹¹⁶, “Design Territorial”¹¹⁷, “Design de Cenários”¹¹⁸, “Sistemas de Design Orientado”¹¹⁹, entre outras, apresentam mapas conceituais que buscam associações e pontes entre áreas, inter ou transdisciplinarmente. De diferentes formas, estas abordagens buscam refletir questões de espaços, tempos, culturas e projeção de cenários em projetos de produtos e/ou sistemas, contemplando maneiras de viver mais sustentáveis, próximas do cotidiano e de valores sociais que, de certa maneira, foram esquecidos em algum momento da nossa existência. Retomar sentidos da vida em comum e o compromisso com o mundo e as coisas, representa uma forma de viver sustentavelmente.

Hannah Arendt¹²⁰ considera que o imediatismo, as vaidades pessoais, o isolamento, o desenraizamento social e a falta de compromisso com a eternidade, fazem com que nenhuma política, nenhum mundo comum seja possível existir. A centralização no *eu*, e não para *com o mundo*, ressalta um perigo e a necessidade de refletir sobre algo que hoje estamos vivenciando: a falta de permanência em uma sociedade de abundância, o foco está principalmente em

uma economia do desperdício, na qual todas as coisas devem ser devoradas e abandonadas quase tão rapidamente quanto surgem no mundo, a fim de que o processo não chegue a um

¹¹⁶ CELASCHI, Flaviano; DESERTI, A. **Design e innovazione**. Roma: Carocci, 2007; De Moraes, Dijon. **Limites do design**. São Paulo: Studio Nobel, 2008.

¹¹⁷ KRUCKEN, Lia. **Design e Território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

¹¹⁸ MANZINI Ezio; JÉGOU, François. 2003. **Sustainable Every-day Scenarios of Urban Life**. Ed. Ambiente. Milan.

¹¹⁹ VEZZOLI, Carlo. **Design de Sistemas para a Sustentabilidade**. Salvador: EDUFBA, 2010.

¹²⁰ ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

fim repentino e catastrófico. (...) É como se houvésemos derrubado as fronteiras que distinguiam e protegiam o mundo, o artifício humano, da natureza, do processo biológico que continua a processar-se dentro dele, bem como os processos cíclicos e naturais que o rodeiam, entregando-lhes e abandonando a eles a já ameaçada estabilidade do mundo humano¹²¹.

Discursos sobre a sustentabilidade podem ser vazios se ficarem restritos a discussões dentro de “jaulas” disciplinares e preceitos economicistas, presas a uma racionalidade técnica que a ciência clássica arquitetou e que buscou homogeneizar saberes e práticas, por processos especializados, lineares, disciplinadores e coisificantes¹²².

Definições e prescrições sobre o que é, como praticar a sustentabilidade e ser sustentável, são representações ideológicas, marcadas e articuladas em relações de poder e interesses, sendo, assim, preciso contextualizá-las, analisá-las e desconstruí-las, à luz de dinâmicas sociais. Processos de representação são importantes para discutir identidades e movimentos sociais em que mediadores (a exemplo de designers, arquitetos e mídias), atuam como agentes de tradução, produção e comunicação de sentidos sobre a cultura material e a relação desta com modos de uso e estilos de vida.

Como argumenta Stuart Hall¹²³, agentes articulam e interagem em processos de significação, que envolvem relações de poder e conhecimento. Fragmentos de processos de representação acabam traçando códigos, mapas de sentido e normas morais, relacionando práticas e usos, poder e interesse. A força das palavras ao designar coisas, produz sentidos que por vezes nos escapam, mas são, inegavelmente, dispositivos de (re)ordenamento de mundos e construção de lógicas que tanto podem libertar como aprisionar.

Na produção e circulação de mensagens acontecem trocas simbólicas, mediadas pelo discurso, em circuitos de codificação/decodificação do real. Este modelo de análise de produção/recepção de mensagem, baseado em Hall¹²⁴, foi o mote de minhas análises ao relacionar discursos revelados pelas entrevistas e discursos midiáticos relacionados ao móvel artesanal em circuitos de significação

¹²¹ Op. cit. , p.137 e 138.

¹²² LEFF, op. Cit. define coisificação como as práticas e saberes que entificam o ser nas relações, o reduzindo a objeto e não como sujeito do conhecimento.

¹²³ HALL, Stuart (2003). **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, p. 388.

¹²⁴ Ibid.

da sustentabilidade/ecologia/natureza. Estes fluxos não foram considerados como unilineares, mas como “estruturas complexas de significados”, em um processo contínuo, de significação e resignificação, “em um mundo cultural e ideológico”¹²⁵.

Os artefatos fazem parte desta possibilidade de negociação e tradução, reafirmando ou contestando estilos de vida pelos usos e práticas sociais. Produtos com aceitação social podem nos situar em padrões específicos de estilo de vida, desenhando projetos ligados a trajetórias sociais.

A partir de entrevistas e etnografias realizadas em lojas de móveis artesanais de Curitiba, ao longo do ano de 2009, pude perceber que, geralmente, o consumidor (usuário do móvel) não faz as escolhas de quais artefatos inserirá em sua casa, sozinho. Segundo vendedores entrevistados e de acordo com algumas observações feitas em campo, existem outros mediadores que indicam a inserção deste tipo de mobiliário nos arranjos de espaços domésticos. Os mediadores apontados são principalmente: designers, decoradores, arquitetos e/ou as revistas de decoração, estas difusoras e norteadoras de modelos de consumo relacionados a estilos de vida.

O designer, como um dos intérpretes e articuladores do circuito significativo, transpõe para a prática significados expressos em discursos e usos da cultura material, produzindo leituras, interpretações e respostas que permeiam circuitos de significação sobre tradição/sustentabilidade/ecologia/natureza, dentre outros. Estas narrativas desembocam em práticas sociais, mediadas pelo uso de artefatos, que as realimentam.

Relacionei estes fatos como premissas básicas para que o designer – um dos materializadores da cultura material contemporânea – possa compreender seu papel de mediador nesta rede de relações, configurando não só projetos de produtos e sistemas sustentáveis, mas também meios e mediações que propiciem e fomentem novos estilos de vida. A denominação para a atuação do design para a sustentabilidade poderia ser “design colaborativo” ou “design participativo”, uma vez que emerge das próprias comunidades a vontade de mudar e ser sustentável. Christian Ullmann diz acreditar que não é o design que vai mudar a sociedade, mas

¹²⁵ HALL, Stuart (2003). **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, p. 362.

a sociedade pode ajudar a mudar o design. Acho que isto é o que temos que pensar, desenvolver e apostar. O design que estudamos e conhecemos não tem mais possibilidades para as condições do mundo em que vivemos. Seguindo o que vem sendo feito não temos condições de melhorar a qualidade de vida das pessoas. Temos que aprender novamente a fazer design [...] ¹²⁶

O *que* e *como* produzimos e consumimos marcam formas de viver que, da forma como se apresentam hoje em certas sociedades, são insustentáveis e comprometem o equilíbrio da vida. A preocupação com os sistemas produtivos atuais, os modelos de desenvolvimento, as questões políticas, sociais e éticas do consumo, mostram-se presentes em debates acadêmicos na área do design.

Forty afirma que “a história do design é também a história das sociedades: qualquer explicação de mudança deve apoiar-se em uma compreensão de como o design afeta os processos das economias modernas e é afetado por elas”¹²⁷. O design como profissão, em suas origens ancorou-se em demandas capitalistas, projetando artefatos e formas de produção que, ao mesmo tempo em que facilitaram o acesso a bens materiais e ao consumo, favoreceram a valorização da efemeridade e obsolescência, apoiando uma cultura do descarte. As consequências (que vivenciamos hoje) não foram prospectadas pelos designers, por tratar-se de um contexto que dialogava com as lógicas emergentes do capitalismo e incentivo à industrialização.

Vale, neste ponto, retomar e valorizar como fundante para a ação de design a questão dos projetos sociais, apontados por Gilberto Velho¹²⁸, entendendo-os como possibilidades e exercícios de escolhas que indivíduos e grupos têm em determinados momentos históricos, em processos globais de transformação da sociedade, pela organização a partir de campos de possibilidades que circulam. Este representa ser um novo momento de escolha para o designer. Que projetos ajudará a materializar?

A questão não é necessariamente produzir menos para economizar recursos, mas produzir de outra maneira. Os objetos do cotidiano e as relações estabelecidas com eles podem mudar por meio de projetos. O *designer* não o único responsável por reverter tendências

¹²⁶ ULLMANN, Christian: Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em: Curitiba, mar. 2010.

¹²⁷ FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo**: design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007, p. 14.

¹²⁸ VELHO, Gilberto. **Projeto e Metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

como o consumismo, tão profundas e complexas na nossa sociedade, mas tem uma participação importante, podendo questionar as próprias atitudes com relação à forma de proceder no trabalho e ao tipo de trabalho que faz.

Refletindo sobre o trabalho do designer, diante da necessária redefinição de maneiras pelas quais a sociedade capitalista moderna foi estruturada e seu comprometimento com mudanças, um dos propósitos da tese é - ao apresentar o fazer artesanal como processo “imperfeito” que resiste, política e simbolicamente, em um mundo quase ditatorial da “perfeição” de processos industriais - mostrar ser possível o diálogo entre estes dois mundos, no alargamento da definição do que se entende por sustentabilidade. É preciso provocar deslocamentos de fronteiras na análise do que se entende como estético e perfeito, que se transformaram em trincheiras e “campos de concentração da civilização ocidental”¹²⁹, rompendo com os princípios de liberdade coletiva e responsabilidade social, pilares fundamentais da sustentabilidade, da forma como a entendo.

Para que a sociedade alcance a capacidade de ser sustentável, novos repertórios e representações sobre a relação dos artefatos com os mundos e sujeitos podem ser socializados por designers, neste novo momento histórico, para provocar o repensar da cultura atual (baseada no consumo), pois esta “interfere no meio social de forma dinâmica, sendo capaz tanto de reproduzir quanto de modificar a maneira pela qual a sociedade foi estruturada”¹³⁰.

Para situar melhor meu entendimento sobre possibilidades de aproximação do design e artesanato no Brasil, de forma sustentável, contextualizo utopias e ações de dois pioneiros: Lina Bo Bardi e Aloísio Magalhães. Foram ações pioneiras no contexto de implantação do desenho industrial no Brasil, entre as décadas de 1960 e 1980, promovendo, de formas distintas, políticas culturais e ações para a consolidação do desenho industrial nacional, muitas vezes em movimentos dialógicos com o artesanato.

Ambos postulavam que seria preciso resgatar e valorizar as culturas locais para dinamizá-las e que, ao compreender a diversidade brasileira e aproximá-la do contexto formativo do desenhista industrial, seria possível promover um “desenvolvimento harmonioso e

¹²⁹ BARDI, Lina Bo. **Tempos de grossura**: o design no impasse. São Paulo: Instituto Lina Bo e P.M. Bardi, 1980, p.14.

¹³⁰ SANTOS, Marinês R. dos. **Design e Cultura**: os artefatos como mediadores de valores e práticas sociais. In: QUELUZ, M. P. (org). **Design e Cultura**. Curitiba: Editora Sol, 2005, p. 15.

democrático” assentado em modelos políticos e econômicos com “raízes nacionais”, diferentemente de modelos falidos recorrentemente importados da Europa e Estados Unidos, que perderam as raízes e geraram mais problemas do que soluções locais.

Lina Bo Bardi, com seu olhar “estrangeiro” (italiana de nascimento), encantou-se com a cultura brasileira e comprometeu-se com esta. Ao enaltecer o espírito do lugar e o passado como presente histórico, valorizou o tempo vivido como parte das dinâmicas sociais. Desta forma, sua atitude como arquiteta e projetista de móveis foi criar mecanismos e propostas para que as manifestações tradicionais fossem documentadas e, mesmo que desaparecessem, subjugadas pelo progresso, urbanização e modernização das cidades (processo que acreditava ser inevitável), fossem referência para uma criação industrial com “identidade nacional”¹³¹. No início da década de 1960 idealizou a Escola de Desenho Industrial e Artesanato, cujas bases curriculares estariam assentadas na troca de experiências entre artesãos e desenhistas, acreditando que estes poderiam mediar a incorporação de saberes do povo em processos industriais o que, de alguma forma, poderia preservar formas de expressão populares. Sua empreitada não obteve êxito, mas ficou o registro de muitos processos artesanais.

Aloísio Magalhães, mais criterioso com relação a propostas de intervenção do desenho industrial no artesanato, não compactuava com políticas de apropriação de saberes populares traduzidos para a indústria. Propunha políticas de posicionamento dos artesãos no mercado, partindo de uma análise profunda de contextos de produção, para que não fosse descaracterizada a tradição. No entanto, acreditava não ser possível aprisionar o artesanato a regras ou fixá-lo no tempo e espaço. Apontou que melhoria de processos e produtos, a partir das trajetórias próprias de artesãos, seria um caminho para valorizar culturas, ao mesmo tempo em que levaria o desenhista industrial a repensar processos extremamente racionalistas e funcionalistas advindos de sua formação.

Idealizou o Programa Nacional de Artesanato, objetivando, principalmente, promover pesquisas e análises de contextos de produção, circulação e consumo. Realizou algumas interações, avaliando especificidades do setor e “devolvendo” os resultados aos grupos pesquisados para potencializar trajetórias que os próprios grupos

¹³¹ Enfatiza o Nacional como “valores **reais** de um país” e o diferencia do Nacionalista, como um regime político impositivo e violento de inculcação de valores (citação com referência à distinção feita por Antonio Gramsci). BARDI, Lina Bo. **Tempos de grossura**: o design no impasse. São Paulo: Instituto Lina Bo e P.M. Bardi, 1980, p.17.

construiriam, manteriam ou atualizariam. Entretanto, sua posição de criar referências nacionais para o design, demonstram certa tendência a considerar o nacional como homogêneo.

Estas ações pioneiras contextualizam o início dos debates sobre a interação entre design e artesanato, o situando como um campo de possibilidades, que busquei ampliar com as cartografias e análises de como este processo ocorre no cotidiano de indústrias de móveis artesanais trançados em fibras.

Antes de seguir na cartografia dos móveis artesanais, ressalvo que esta incursão por temas como: popular, tradição, modernidade, consumo, estilos de vida e sustentabilidade, mostrou-se necessária por ter percebido ser recorrente no meio acadêmico e nas empresas enquadrar o artesanato em certas *molduras*, sendo, a mais recente, a da sustentabilidade. Considerando-se o sentido amplo do termo, discutido nos parágrafos precedentes, pode-se, *também*, fazer este enquadramento, entretanto, ênfase não ser o único possível. Ao contrário, os trânsitos e a plasticidade que se revelaram nas observações de campo que fiz mostraram que, antes de constituírem limites, estas *molduras* são aberturas que transbordam para além delas os sentidos dados ao móvel artesanal trançado em fibras. Este pode representar (em espaços e/ou tempos distintos): manifestações de culturas populares, elemento étnico, identidades locais ou deslocalizadas, a modernidade, a tradição, natureza, ou seja, transita para além de jaulas racionalistas que possam defini-los como “isto” ou “aquilo”.

O artefato *é* o que se mostra como possibilidade de diálogo e mediação entre produção e consumo. Sem compartilhamento de repertórios – como campo de possibilidades - não se estabelece este diálogo, não há aderência a projetos e não se efetiva a venda, objetivo das indústrias de móveis artesanais. Aí pode estar uma das chaves para compreender as possibilidades de ação entre design e artesanato, conceber sistemas a partir das estruturas criativas e produtivas originais de artesãos/comunidades - respeitando processos de significação e a liberdade coletiva de decidir trajetórias de artefatos e processos - estabelecendo a comunicação entre produção e consumo na esfera da circulação.

É a partir destes conceitos que inicio a discussão no capítulo seguinte sobre a circulação de significados e materialidades de artefatos, em relação a temporalidades. Representações e narrativas sobre artefatos e seus arranjos em espaços indicam uma polifonia social significando, de formas distintas, o fluir do tempo humano em relação dialógica com o fluir de trajetórias de móveis artesanais em fibras.

CAPÍTULO 2

TEMPORALIDADES: TRAJETÓRIAS DO MÓVEL ARTESANAL EM DIÁLOGO COM TRAJETÓRIAS SOCIAIS

O artesanato corre junto com o tempo, e não quer vencê-lo. [...] O artesanato não quer durar milênios nem está possuído pela pressa de morrer em breve. Transcorre com os dias, flui conosco, desgasta-se pouco a pouco, não busca a morte nem a nega: aceita-a. Entre o tempo sem tempo dos museus e o tempo acelerado da técnica, o artesanato é a pulsação do tempo humano. [...] O artesanato nos ensina a morrer e, assim, nos ensina a viver.¹³²



¹³² PAZ, Octavio. **O Uso e a Contemplação**. São Paulo: Editora Cultura e Ação, Revista Raiz n. 3, 2006.

TEMPORALIDADES: TRAJETÓRIAS DO MÓVEL ARTESANAL EM DIÁLOGO COM TRAJETÓRIAS SOCIAIS

O tempo é elemento intangível que se materializa na existência das coisas e pessoas. Implacável e imprevisível, passa... Não volta. Mas, ... será? E os ciclos: da natureza, da vida, da moda? Estes preveem retornos, apesar de nem sempre manterem as mesmas formas. Metamorfoses! E as memórias? Não representariam, também, certa concretude das lembranças?

Neste capítulo, aciono memórias materializadas em coisas e imagens e viajo por *temporalidades* que situam o móvel artesanal não apenas como sombras do que *foi*, mas como objetualidade tangível do que *veio a ser*, ou, nas palavras de Octávio Paz, como “pulsção do tempo humano”. O objetivo é discutir como o móvel trançado em fibras circou e circula por diferentes estilos de vida, regimes de valor, em espaços e tempos cronotópicos.

A intenção, ao abordar tempos, não é apresentar um fluxo unilinear ou cronológico, mas situar contextos vividos e materializados - que muitas vezes foram distintos em relação a lugares - que apontam origens, permanências e transformações de técnicas, estéticas e usos de mobiliários em fibras. Appadurai sugere seguir as coisas por si na sua concretude, pois: usos, formas e trajetórias inscrevem seus significados *pelas e nas* dinâmicas sociais. “São as coisas em movimento que elucidam seu contexto humano e social”¹³³.

Movimentos do móvel artesanal estão ligados a fluxos de imigração e mercantilização, entre ocidente e oriente, velho e novo mundo, realidades locais e globais. Os fluxos e trocas culturais produziram mesclas, hibridações e (re)significações que permitiram a este mobiliário atualizar-se e inserir-se em ambientes culturais e históricos, refletindo e refratando práticas sociais, transitando entre contextos aparentemente antagônicos como: luxo e simplicidade; tradição e modernidade; interior e exterior.

¹³³ APPADURAI, A. A Vida Social das Coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EdUFF, 2008, p. 17.

2.1 Trajetórias do móvel artesanal: tradições e metamorfoses, em contextos do Brasil e Itália

Narrativas de vida e trajetórias de móveis dialogam e relacionam-se mutuamente, sendo que, conforme colocação de Kopytoff¹³⁴, pode-se assinalar uma “analogia entre o modo em que as sociedades constroem indivíduos e a forma em que constroem coisas”. Papéis sociais são definidos individualmente, em sistemas sociais estruturados, e negociados coletivamente. Assim como as pessoas e sociedades, as coisas descrevem trajetórias que repousam em “interpretações coletivas”, socialmente negociadas em espaços de mediação. Ou seja, biografias pessoais e sociais dialogam, em caráter complexo e dinâmico, com a biografia das coisas.

Para contextualizar trajetórias sociais e biografia de móveis artesanais em fibras foi importante acionar o conceito de hibridação intercultural, pois, indústrias da região de Santa Felicidade, em Curitiba e do norte da Itália, desenvolveram trajetórias similares, atendendo a especificidades locais. Busquei enunciar, identificar e analisar ressonâncias, aproximações e contradições entre trajetórias de algumas indústrias¹³⁵ pesquisadas, dando relevo à Movime (Brasil) e Gervasoni (Itália)¹³⁶, fazendo as devidas correlações com outras empresas.

Apesar de uma tentativa de homogeneização, forjada pelos discursos de “Nação” e de “globalização”, comunidades, a partir de suas características particulares promovem negociações interculturais de diferenças e, por meio destas, desconstroem, resignificam e transformam discursos homogeneizantes, constituindo seus espaços próprios, entre: permanências, metamorfoses, tensões e negociações.

¹³⁴ KOPYTOFF, Igor. **A Biografia Cultural das coisas**: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, A. *A Vida Social das Coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: EdUFF, 2008, p. 120.

¹³⁵ Em face de algumas indagações sobre o uso do termo indústria para tratar de empresas que lidam com processos artesanais, em certa medida não massificados e de peças únicas, começo posicionando-me favorável a adotar esta terminologia, pois as empresas artesanais possuem maquinários, funcionários e estratégias de produção e circulação similar às que trabalham com produção “em massa”. Creio ser reducionismo descrever este *locus* de produção somente aos moldes das antigas corporações de ofícios que inauguraram o processo de industrialização.

¹³⁶ Além de descrever a trajetória específica destas empresas, farei algumas correlações com outras empresas, como Móveis Cerello, Artefacto, Raffinato, Túlio e Schulz (do Brasil) e Bambu Design, Jollygiunco e B&B (da Itália), que também foram pesquisadas e apresentam aproximações e estratégias de compartilhamento na criação, circulação e produção, estabelecendo, inclusive, parcerias institucionais, em determinados momentos.

Contextos mais amplos dialogam dialeticamente e negociam com singularizações, delineando biografias. Como se refere Kopytoff¹³⁷,

no mundo homogeneizado das mercadorias, uma biografia rica de uma coisa é a história de suas várias singularizações, das classificações e reclassificações num mundo incerto de categorias cuja importância se desloca com qualquer mudança do contexto. Tal como acontece com as pessoas, o drama aqui reside nas incertezas da valoração e da identidade.

Valores e identidades relacionadas a contextos, desenham a rica biografia dos móveis em fibras, por processos de objetificação, trocas em espaços de circulação e consumo. Influências múltiplas mesclam-se, criando novas categorias de objetos, por desvios a partir de rotas existentes. A origem do mobiliário artesanal trançado em fibras é situada em países orientais, principalmente da China, onde a técnica de trançado do bambu é milenarmente utilizada. No ocidente, técnicas de trançado estiveram presentes na fabricação de utensílios, acessórios e adornos, desde as culturas indígenas ancestrais.

No litoral brasileiro a cestaria destaca-se como uma prática fortemente vinculada à vida cotidiana - dos cestos usados para a pesca (principal fonte de renda local), “tipitis”¹³⁸, peneiras utilizadas para a produção da farinha de mandioca às redes para dormir. A cestaria constituiu-se em um dos elementos identificadores da cultura de povos indígenas e litorâneos e, ainda hoje, é fonte de trabalho e renda para comunidades locais. A rica cultura material indígena influenciou imigrantes na passagem pelo litoral e, muitos grafismos, técnicas de trançado e tingimento foram incorporados na produção urbana, que veio a consolidar-se com a chegada dos primeiros imigrantes ao sul do Brasil. A figura 1 apresenta cestos e adornos produzidos por indígenas da região e Guaraqueçaba, no litoral norte do Paraná.

O material utilizado na cestaria indígena é a fibra – de bambu¹³⁹, cipó¹⁴⁰, taboa¹⁴¹, junco¹⁴² – trançada de acordo com técnicas

¹³⁷ KOPYTOFF, Igor. op.cit, p. 121.

¹³⁸ Tipitis são cestos cônicos, feitos de taquara, para escoamento do líquido venenoso da mandioca. Para maiores detalhes sobre a técnica de produção artesanal de mandioca e artefatos, ver: FERNANDES, Loureiro. *Indústrias Locais*. In: Zulmara C. S. Posse (org.). **A Arte das Tradições Populares**. Curitiba: Editora da UFPR, 1996.

¹³⁹ *Bambusa tuldoide* – espécie da família das gramíneas é uma das espécies de bambu mais utilizadas no Brasil para o artesanato e móveis. Fonte: Cartilha do Bambu. Disponível em: <http://bambusc.org.br/>. Acesso em: 10 dez. 2010.

tradicionais. De objeto de uso ou ritual, contemporaneamente passou a ser artefato produzido e vendido para pessoas que visitam a região¹⁴³.



Figura 1: Objetos de artesãos indígenas.
Local: Guaraqueçaba, Paraná.
Material: Fibra de taquara e cipó imbé.
Época de produção: contemporânea.
Fonte: Foto de autoria própria a partir do original, 2008.

Formas e funções foram resignificadas a fim de entrar em circuitos turísticos. Assim, arcos e flechas foram miniaturizados para caberem em malas, cestos transformam-se em *cachepots* para vasos e chocalhos em enfeites para estantes. As trajetórias preferenciais dos artefatos foram redefinidas para serem adequadas a novas demandas sociais e de consumo. Usuários redefinem, pelos usos e práticas, estéticas e funções.

Atravessando fronteiras e retrocedendo a tempos antes de Cristo, há relatos que, entre Sumérios e Egípcios, o trançado em fibras foi usado para a fabricação de calçados, objetos decorativos, urnas

¹⁴⁰ Parasitas que crescem em árvores. Os mais conhecidos e usados são: imbé e timbopeva.

¹⁴¹ Taboa - *typha dominguensis* – planta de brejos e alagadiços

¹⁴² Planta da família das *juncáceas*.

¹⁴³ Considerações sobre esta comunidade e sua produção foram apresentadas no 7o Congresso Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento em Design de 2006, no artigo: Mendes, M.; Medeiros, J. **Design e Comunidades**: reflexões sobre uma aproximação mediada pelo trabalho artesanal. Curitiba: Anais P&D, 2006. Disponível em: <http://www.design.ufpr.br/ped2006/home.htm> - eixo temático Design Social. Acesso em: 12 nov. 2010.

funerárias e móveis, desde séculos antes de Cristo. Apesar de quase não chegar a nós - ocidentais - relatos sobre a cultura asiática, seguramente estes povos, especialmente os chineses, tinham técnicas avançadas de uso de fibras. O bambu era utilizado para a construção civil, sistemas hidráulicos e de irrigação, confecção de objetos pessoais, cestaria, calçados, instrumentos musicais e móveis. O trançado chinês era muito detalhado e minucioso, o que, mais tarde, fez com que os móveis que produziam encontrassem mercado nos ricos palacetes europeus e nas suntuosas casas americanas¹⁴⁴.

Na Europa, são conhecidos usos de móveis feitos em fibras desde a época do Império Romano. A figura 2 reproduz um baixo relevo do séc. III a.C., no qual é retratado o uso de uma poltrona trançada. O desenho da peça chama a atenção por ser muito similar a modelos atuais, apesar dos quase três mil anos que a separam dos nossos dias.

Na imagem, a poltrona é retratada como um trono no qual uma pessoa é cercada por serviçais que, aparentemente, a preparam para algum evento, cuidando de sua aparência. O móvel faz parte de um processo de ritualização, de transformação de si para os outros. A forma arredondada, que remete às cestas, acolhe o corpo que se entrega a cuidados, provavelmente por horas, em postura relativamente passiva.

A hierarquia é sugerida pela posição mais elevada da poltrona, acessível por um degrau que serve de apoio para os pés. Não é um objeto luxuoso, contudo, o contexto de uso imprime seu valor enunciativo de distinção social. O trançado das fibras é fechado e compacto, com motivos retilíneos, modelo adotado na Europa, principalmente, nos primeiros séculos depois de Cristo e continuamente retomado em períodos posteriores¹⁴⁵. Esta mesma tipologia foi adotada no período medieval, quando as cadeiras de vime foram utilizadas por apresentarem aspecto “neutro”¹⁴⁶, conveniente para os ambientes mais simples e sóbrios da época, e pelo baixo custo aliado à comodidade.

¹⁴⁴ DAL LAGO, Gabriella. **Un materiale nei secoli**. Udine: Stampa Tonutti Technique Grafiche, 1982.

¹⁴⁵ Ibid.

¹⁴⁶ Móvel que pode ser misturado com outros estilos - desde os clássicos até os mais simples - e associados a outros materiais, como madeira, metais e tecidos.



Figura 2: Poltrona Romana.
Local: Roma, Itália.
Época de produção: século III a.C.
Fonte: Dal Lago, 1982. – p.24

Com a abertura dos portos chineses ao comércio, a influência dos suntuosos móveis em fibras da China chegou para além-mar. As viagens marítimas de mercantes, entre ocidente e oriente, trouxeram estes móveis ao novo continente – a América, especialmente aos Estados Unidos. Neste período houve forte influência do estilo Vitoriano, original da Inglaterra¹⁴⁷. Os salões Vitorianos exibiam a presença de móveis de vime, ricamente trançados, uma vez que este material, pela maleabilidade, permitia produzir formas e curvas

¹⁴⁷ O estilo vitoriano, citado por Dal Lago (1982), predominou na Inglaterra e Grã Bretanha, difundindo-se pela Europa, em meados do século XIX. Foi influenciado por vários estilos, entre estes, o gótico, turco, veneziano e Luis XVI. Este caráter de profusão resultou em móveis de aspecto mais pesado e rebuscado.

elaboradas, conforme o gosto da época, além de proporcionar conforto, pela maciez do material e adaptabilidade ao corpo¹⁴⁸.

As imagens da figura 3 mostram alguns destes modelos. Nestes, o trançado rebuscado, apesar de ser mais aberto, tornava o móvel visualmente pesado. As formas e motivos do trançado remetiam à natureza, como os desenhos florais que se destacam na parte superior do encosto. Os móveis eram retratados em catálogos e manuais que, neste período, começaram a ser produzidos com ilustrações muito realistas, antecipando o efeito fotográfico.

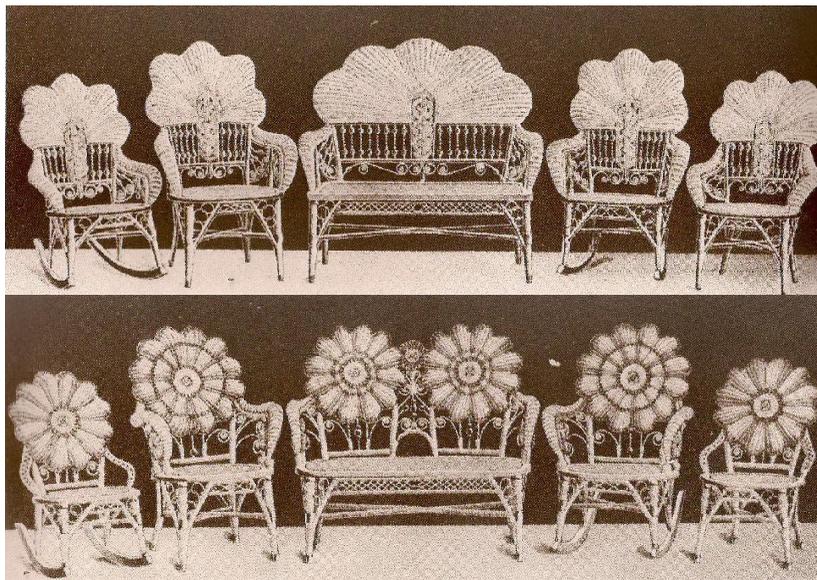


Figura 3: Móveis em estilo vitoriano.

Época de produção: meados de 1800.

Fonte: Dal Lago, 1982, p. 32 e 33

Além de grandes importadoras trazerem móveis de Cantun, na China, nos Estados Unidos, a partir de meados de 1800 surgiram grandes indústrias que produziam móveis artesanais trançados, em série. Entre estas, Dal Lago¹⁴⁹ cita as empresas: J. e C. Berian (New York); Wakefield Rattan Company (Boston); Roebuck and Co. Estes móveis

¹⁴⁸ DAL LAGO, Gabriella. **Un materiale nei secoli**. Udine: Stampa Tonutti Technique Grafiche, 1982.

¹⁴⁹ Ibid.

foram difundidos na Feira da Filadélfia, em 1876, e influenciaram o gosto de camadas médias.

Não há relatos de peças de mobiliário artesanal feito em fibras, no Brasil, até o final do século XIX, à exceção da tradicional rede para dormir. Os exemplares mais antigos de móvel artesanal trançado são remanescentes da corte portuguesa. Nestes, predominava o uso da chamada “palhinha austríaca”¹⁵⁰, como mostra a figura 4, em encostos e assentos de cadeiras trazidas da Europa no período colonial.



Figura 4: Cadeira com encosto e assento em trançado denominado “palhinha austríaca”.
Fonte: Foto de autoria própria a partir do original, 2010.

¹⁵⁰ O trançado aberto (trama conhecida como “palhinha austríaca”), substituiu as almofadas nos encostos e assentos, adaptando os móveis ao calor dos trópicos. Disponível em: <http://www.mcb.sp.gov.br/mcb>. Acesso em 10 jan. 2011.

Vale enfatizar que o começo da profissionalização do artesanato, no Brasil, está fortemente ligado às políticas de imigração européia, no final do século XIX. Os colonos que vieram da Europa, além de dedicarem-se à lavoura, exerceram prática artesanal, como: ferreiros, torneiros, carpinteiros, marceneiros. Isto acabou incorporando-os ao comércio e fomentando a indústria local, tornando-os futuros empresários, como relata Carneiro:

Nas pequenas atividades artesanais prevalece, igualmente, o elemento imigrante. Veja-se a relação de concorrentes à Exposição Provincial de 1866, segundo catálogo elaborado pelo Doutor Muricy. Aí figuram peças de mobiliário, talvez exemplares “pés de cachimbo” feitos em cabiúna, expostos por Guilherme Erbert, outros por Maurício Schwarts e por Gottlieb Wieland.[...] Trinta anos antes só havia um marceneiro em Curitiba, agora concorrem à exposição nove exímios artistas¹⁵¹.

Por esta narrativa percebe-se o destaque ao imigrante alemão como precursor da movelaria artesanal paranaense e a importância das premiações em exposições industriais para a sua difusão. Os móveis citados assemelham-se ao mostrado na figura 4, em madeira trabalhada, com pés de “cachimbo” e encosto em forma de “medalhão”. Esta estética européia prevaleceu, sobretudo no sul do Brasil onde a imigração foi mais intensa, até meados do século XX. É interessante a afirmação de Carneiro sobre a entrada dos estilos modernos e a resistência que encontram no sul, principalmente em Curitiba.

Curioso é que a decadência, a desorientação estética que ocorreria em quase todas as cidades brasileiras na segunda metade do século dezenove, sob a influência da Artes Vitoriana e do “Art Nouveau” só atingiu Curitiba alguns decênios mais tarde. Ficamos como que protegidos pelo artesanato imigrante que só vai se abastardando mais tarde no entrelaço com a diversidade de tendências resultantes da vinda de outras correntes imigratórias. Os efeitos negativos só seriam sentidos no começo do nosso século, ao contrário do que ocorreu no Rio, São Paulo e outros centros [...]¹⁵².

¹⁵¹ CARNEIRO, David. **As Artes e o Artesanato no Paraná**. Conferência realizada a 31 de janeiro de 1953, por ocasião do encerramento do primeiro seminário de Geografia e História do Paraná, no Instituto de Educação em Curitiba. Curitiba, 1955, p. 17.

¹⁵² *Ibid.*, p. 13.

No início do século XX, apesar dos prenúncios da modernidade, com preceitos aparentemente paradoxais ao trabalho artesanal, o móvel artesanal não saiu de cena, mas adaptou-se aos ideais atrelados ao processo de industrialização e às novas tecnologias. Empresas que praticavam a produção artesanal (que no mobiliário eram quase a totalidade), passaram a incorporar características estéticas do estilo modernista¹⁵³. A partir da década de 1920, o desenho dos móveis passou a ser mais linear, sem tantos detalhes e ornamentos, como era comum aos de tradição Vitoriana. Esta influência veio da arquitetura, preconizada pela estética de Le Corbusier, que planejava ambientes mais arejados, plenos de luz, formas retas, grandes planos, uso de novas cores, materiais e tecidos¹⁵⁴.

A figura 5 é de um catálogo da indústria Gervasoni, da Itália. Pode-se perceber como o trançado fecha-se, dando a sensação de superfícies planas (uma das características dos móveis modernos), além de quase não ter adornos, exceto, por algumas formas geométricas - círculos e arcos que ornamentavam a borda dos artefatos.

O estofamento desapareceu e as formas e superfícies tornaram-se mais lisas, no Brasil isto se deu, também, em ressonância aos preceitos higienistas¹⁵⁵ que circularam socialmente na primeira metade do século XX. Este movimento, especialmente marcante na sociedade brasileira, foi destacado em imagens e textos da época, inclusive em anúncios que lhe faziam referência ou inseriam móveis em fibras.

¹⁵³ O estilo que inaugurou o modernismo, na Europa, foi o *Art Déco*. Este estilo marcou sentido oposto de seu antecessor, o *Art Nouveau*, que era considerado muito rebuscado, ornamentado e com o uso excessivo das linhas sinuosas. Há uma apologia a símbolos da modernidade, como a ciência e técnica, que são traduzidos na decoração. Apresenta linhas retas e simples, além do contraste de cores claras e escuras. Nos anos pós 2ª guerra, aponta forte tendência à produção industrializada e estandardizada de móveis e utensílios domésticos, uso de novos materiais e tecnologias, para torná-los mais acessíveis. Para maior aprofundamento, consultar: Lucie-Smith, Edward. **Furniture: A Concise History**. London: Thames & Hudson, 1997; Dorfler, Gillo. **O design industrial e sua estética**. Portugal: Editorial Presença, 1978; Shulmann, Denis. **O Desenho Industrial**. São Paulo: Papirus, 1994; Museu da Casa Brasileira. **O Móvel da Casa Brasileira**. São Paulo: MCB, 1997.

¹⁵⁴ DAL LAGO, Gabriella. **Un materiale nei secoli**. Udine: Stampa Tonutti Techniche Grafiche, 1982, pag. 50.

¹⁵⁵ O movimento higienista objetivou estabelecer normas e hábitos para conservar e aprimorar a saúde coletiva e individual, inculcando novas mentalidades que mudassem práticas “atrasadas” e desalinhadas do “progresso” das sociedades. MARINS, Paulo César. **Habitação e vizinhança**. In: SEVCENKO (org.). *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Cia. das Letras, vol. 3, 1998. p 133 e 141.



Figura 5: Foto de página de catálogo da Gervasoni, com móveis para sala de estar.
Local de produção: Norte da Itália.

Material: Vime.

Época: Décadas de 1930 a 1940.

Fonte: Dal Lago, 1982, pag.50.

Um anúncio publicitário do hotel Johnscher (figura 6), em Curitiba, chamou-me a atenção por mostrar um ambiente com móveis em fibras naturais, ressaltando, no texto, que o hotel tinha “máximo conforto e sem luxo” e era “modernamente mobiliado”. Associações da modernidade coadunavam-se com noções do higienismo no anúncio, destacando a existência de lavanderia a vapor e o fato de que “toda roupa e louça são esterilizadas”. Alinhados com estas “modernidades”, havia salões para sociabilidades, com *fumoir*, *dinner-concerto* e jardim, sendo, nestas áreas comuns, inseridos os móveis artesanais em fibras trançadas.

Apesar da qualidade da impressão não permitir ver detalhes, aparecem nesta imagem móveis feitos em fibras trançadas em formas que remetiam ao estilo Art Déco. Eram móveis com estrutura vergada, provavelmente de vime. Não foi possível tecer considerações mais aprofundadas sobre a materialidade, pela ausência de relatos e pouca visibilidade da foto.



Figura 6: Publicidade de Hotel da cidade de Curitiba.

Local de produção: Curitiba, PR.

Época de produção: 1937/1938.

Fonte: Livro Azul da cidade de Curityba. Curitiba: Max Roesner & Filhos Ltda, edição 1937/1938, contra-capá.

Abro parêntesis para citar, em uma primeira aproximação, o caso de uma das indústrias que pesquisei para traçar a história do mobiliário em fibras no Paraná¹⁵⁶ – Móveis Schulz, fábrica localizada em Curitiba, fundada em 1928 por Martin Schulz. Justifico: pretendo, neste capítulo discutir aproximações e afastamentos de duas realidades distantes geograficamente, mas, ao mesmo tempo, tão próximas técnica e esteticamente - Brasil e Europa.

Os artefatos da Móveis Schulz, de Curitiba, tinham linhas conceituais e estéticas muito semelhantes às de indústrias da Alemanha e Itália. A indústria Schulz se preocupava em utilizar materiais e tecnologias novas, incorporando-as aos produtos para, assim, atualizá-los e relacioná-los a trajetórias sociais emergentes. Foi apontada pelos artesãos entrevistados uma visão gerencial estratégica e inovadora,

¹⁵⁶ Para detalhes, consultar: Mendes, Mariuze D. **A Fragmentária História da Fábrica de Móveis Martinho Schulz**: tradição e modernidade na produção artesanal com fibras de Curitiba. Dissertação de Mestrado defendida no PPGTE. Curitiba: UTFPR, 2005.

tanto nos projetos, materiais, processos, equipamentos, quanto nas formas de divulgação e venda.

Nas vendas, uma característica marcante, apontada até os dias atuais, foi a de projetar linhas com uma infinidade de modelos (“milhares”, segundo depoimentos) para atender demandas variadas. A tentativa de inserir-se em diversos “nichos de mercado” e adaptar-se a qualquer ambiente e estilo fez com que este setor pautasse suas ações na diversidade, conforme depoimentos que obtive junto aos seus antigos funcionários.

Essa grande oferta foi retratada na imagem da figura 7, na qual são apresentados artefatos diversos ofertados por móveis Schulz¹⁵⁷, de cestos a móveis, passando por bolsas, carrinhos de boneca e de bebê. Todas as peças são numeradas, correspondendo a séries que identificam produtos isolados ou coleções de produtos. A mistura de estilos, formas e a desproporção entre elementos (estes apresentam escalas diferentes), mostram que, neste caso, a preocupação maior foi em mostrar que quase tudo era possível de ser feito em fibras naturais. Como relata Armando Túlio, sobre a variedade apresentada:

[...] aqui tem quantos tipos? Tem mais de cem, duzentos tipos do item, você faz mudanças, como no tramado. [...] Esses são caixinhas de costura, então havia centenas de modelos, todas furadinhas e aquilo tudo ia para a Suécia, Alemanha. É isso que eu falei para você. É um trabalho que muda, não é um tipo só, você faz mil¹⁵⁸.

Sobre a opção por produzir uma enorme variedade de produtos, citada pelos artesãos e apresentada nos catálogos, como o da figura 7, Forty¹⁵⁹ aponta ser prática tradicional no final do século XIX, que adentra o século XX. O autor apresenta o caso de indústrias norte-americanas que, apesar de produzirem em série, tinham o hábito de ofertar uma variedade enorme de desenhos exclusivos para contemplar diferenças (de gênero, classes, geração) e a busca pela individualização (demanda social neste período).

¹⁵⁷ Como comentei na metodologia, estas páginas de catálogo e fotos tanto podem ser de Móveis Schulz como de fábricas alemãs. No entanto, as apresentarei como de Schulz, por estarem vinculadas, no imaginário dos artesãos que entrevistei, a esta empresa.

¹⁵⁸ TÚLIO, Armando. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Curitiba, out. 2005.

¹⁵⁹ FORTY, Adrian. **Objeto de desejo**: design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

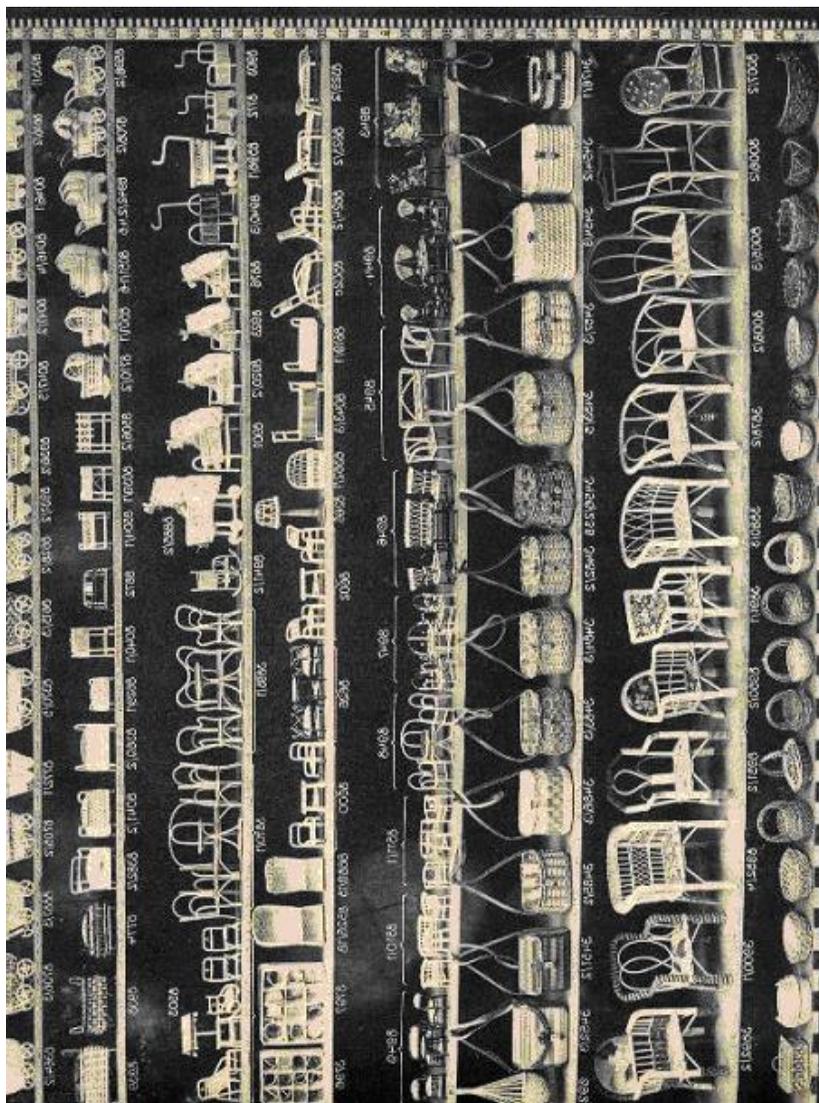


Figura 7: Objetos de catálogo de Móveis Schulz.

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Fibras diversas, especialmente vime.

Época de produção: década de 1940/50.

Fonte: Digitalizado pela autora em 2005. Original em posse da família Túlio.

Entre cestas, carrinhos, berços, móveis para interior e exterior, figuram, ainda, cadeiras adaptadas para pessoas com necessidades especiais, como a retratada na figura 8.



Figura 8: Cadeira de rodas produzida por Móveis Schulz.

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Vime trançado em estrutura metálica.

Época: Década de 1950.

Fonte: Digitalizado a partir do original cedido por Túlio, 2005.

Referindo-se à criação e produção destas cadeiras especiais, Erico Meissner, proprietário de Móveis Schulz, relembrou:

Esta cadeira de rodas, que você está vendo aqui, para doentes, eu fabriquei muitas. Inclusive, eu melhorei,

aperfeiçoei, de acordo com a necessidade do doente. Aí é que está a técnica. Você tem que inventar, criar. Fizemos, inclusive, com assentos, com um tipo de vasilhame embaixo, para pessoas que tivessem incontinência de urina, ou qualquer coisa assim. Isso daqui levanta [mostra apoio para os pés], aquela deita [encosto]. Então, podia até dormir em cima da cadeira. Os aros, aqui [mostra detalhe da foto] podia trocar. E essas ferragens, mandava fazer, tinha que mandar fazer sobre encomenda. De acordo com a necessidade, fazia. Aí é que a gente levava vantagem de muita gente, porque a gente sabia e os outros não sabiam fazer.¹⁶⁰

A “Cadeira Carrinho ESPECIAL para doentes”, como está identificada na imagem, tinha inclinação de encosto regulável, apoio lateral para apoiar a cabeça, braços almofadados, assento removível para adaptar urinol, rodas de bicicleta adaptadas para que a pessoa pudesse movimentar a cadeira sozinha. Enfim, vários detalhes formais e funcionais foram estudados neste móvel e revelam a capacidade destes artesãos em projetar e adaptar móveis a realidades e demandas distintas.

Uma ampla gama de variáveis produtivas eram pensadas na criação de novos produtos, conforme relatado. Havia a pesquisa de materiais, dispositivos e ferragens, mandando produzi-los, se necessário. Este papel, que hoje é designado a engenheiros e designers, em algumas fábricas era atribuição exclusiva dos proprietários - mestres-artesãos - que, em conjunto com os artesãos, materializavam protótipos para testar os produtos antes da produção comercial.

Com relação à fotografia, produzida em estúdio, esta guarda características utilizadas na época para compor fotos familiares: um fundo cenográfico, enquadramento centralizado, observador mais baixo, à altura de uma pessoa sentada e moldura nas bordas para ressaltar do fundo do álbum no qual era colada para servir de mostruário. Na foto, foi datilografado o nome e número do artefato e carimbado o timbre de Móveis Schulz. No detalhe, aparece apenas o endereço: Av. Pilarzinho.

Novos materiais e processos produtivos refletiam-se nos móveis, como os apresentados na figura 9, que remetem à estética Art Déco. Este estilo de móveis recebeu esta denominação na França, depois da Exposição Internacional de Artes Decorativas, onde foi apresentado. A versão vulgarizada do cubismo levou ao *Déco* Popular,

¹⁶⁰ MEISSNER, Erico. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Itapoá, jun. 2005.

estendendo-se a uma camada maior da população, entrando em uma esfera de consumo de massas¹⁶¹, na qual Móveis Schulz tentou inserir seus produtos. Quanto às questões estéticas do mobiliário, a partir da década de 1930, estes passaram a ter influências mais marcantes do cubismo e futurismo.

O anúncio da figura 9 mostra a linha número 75. Nesta, o brilho das madeiras escuras, que remetia à laca chinesa, contrasta com as cores claras das fibras. Havia uma tendência à geometrização – observada na forma cúbica dos móveis e pés prismáticos, além do uso de superfícies planas, elementos que caracterizam o estilo *Art Déco*. O anúncio demonstra como as indústrias reforçavam a aproximação com a modernidade, tanto pelo discurso visual, como textual - “acceita-se encomendas de mobílias modernas”.



Figura 9: Anúncio publicado em revista de divulgação de serviços e produtos, com textos e fotografia referentes à fábrica de móveis de Martinho Schulz

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Vime e madeira laqueada.

Época: Década de 1930.

Fonte: “Anuário Propagandista Sul do Brasil”, 1936, p. 62.

A mesma estética comentada na linha 75 encontra-se refletida na 61, representada na figura 10 por uma série de escrivaninhas. O trabalho com o vime não desapareceu, no entanto, foi utilizado na forma de painéis planos aplicados nas superfícies dos móveis. Assim, o trançado perdeu o protagonismo, assumindo a função de revestimento

¹⁶¹ LUCIE-SMITH, Edward. **Furniture: A Concise History**. London: Thames & Hudson, 1997, p. 170 a 176.

superficial (técnica que seria retomada para afirmar a estética dos móveis contemporâneos, a partir de 1990). Seu uso foi equilibrado com novos materiais, como o laminado plástico (fórmica), superfícies planas pintadas de cor escura e puxadores metálicos, todos para facilitar a limpeza.



Figura 10: Escrivaninhas produzidas por Móveis Schulz.

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Vime e madeira laqueada.

Época: Década de 1940/50.

Fonte: Digitalizado a partir do original cedido por Móveis Túlio, 2005.

Sobre a modernidade dos materiais utilizados, Erico Meissner¹⁶² narrou que os tampos de móveis de cozinha e copa eram revestidos com fórmica¹⁶³, sendo introduzida e incorporada à produção no Brasil por meio da importação, aproximadamente na década de 1950 (incentivado o uso pelo plano de expansão mundial da empresa norte-americana).

[...] a primeira fórmica nem era fabricada no Brasil, um Alemão me ofereceu a fórmica, ele chamava “for mica” [...]. Também o aglomerado de Eucalipto, nós importamos e fazíamos tampos bons, todos dessa

¹⁶² MEISSNER, Erico. Entrevista concedida à autora em Itapoá, jun. 2005.

¹⁶³ Um breve histórico e especificações técnicas do material podem ser acessados no site: <http://www.formica.com>.

grossura, sabe. Maciços, revestidos com fórmica, fosse redondo, retangular, quadrado. Então, era um material muito bom.¹⁶⁴

Estas características materiais coadunaram-se com discursos progressistas e de modernização, do início do século XX, no Brasil. Os tampo tinham a madeira (elemento natural) ocultada pelo revestimento com um material sintético considerado mais “moderno”, a fórmica. Como apontou Carmen Rial¹⁶⁵, em seus estudos sobre a casa dos nativos da Lagoa, estas modernidades eram normalmente coisas para se mostrar. Ilustrou com o caso das rendeiras de Florianópolis, que faziam as tradicionais rendas de bilro para vender e, em casa, usavam toalhas plásticas para cobrir superfícies de móveis. Havia o fogão a gás na cozinha de “receber”, brilhando de novo e o a lenha, na cozinha de usar (“puxados” no fundo das casas). O mesmo acontecia com os eletrodomésticos, que ocupavam lugar de destaque nas salas. Baudrillard¹⁶⁶, em sua obra sobre o sistema dos objetos, faz uma análise interessante da fórmica, contrapondo-a com a madeira – esta capaz de captar o tempo, envelhecer, guardar experiências como marcas, enquanto, aquela, resiste ao tempo, mantém o brilho, é higiênica e evita marcas.

As mudanças e “tendências” deste período, apontadas em propagandas como “móveis modernos”¹⁶⁷, foram “ditadas” por demandas e prescrições de consumo apresentadas por anúncios publicitários e revistas que criavam os cenários do que seria o desejo de posse de quem aspirava inserir-se na modernidade. A publicidade foi uma estratégia fortemente adotada por indústrias moveleiras para

¹⁶⁴ MEISSNER, Erico. Entrevista concedida a Mariuze Mendes em Itapoá, SC, jun. 2005.

¹⁶⁵ RIAL, Carmen. **Das casas de antigamente à casa decorada**. In: Revista Ciência Hoje, 1992.

¹⁶⁶ BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos Objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

¹⁶⁷ Para Santos, a “renovação” do móvel no Brasil deveu-se a alguns fatores, como: “o patrimônio artesanal da madeira; a interrupção das importações motivada pelas duas guerras; a modernização cultural e econômica que abriu definitivamente o Brasil para o século XX, particularmente a modernização da arquitetura; e, finalmente, as relações do design brasileiro com o concretismo”. A concepção do mobiliário moderno brasileiro, que, em um primeiro momento, aproximou-se do Art Nouveau e do Art Déco, passou a ser um “projeto” incentivado por intelectuais, como Mário de Andrade, amante e estudioso de várias áreas das artes e cultura nacional, que promoveu concursos, encontros e exposições para divulgar o modernismo, além de projetar móveis modernos para a sua própria casa. Também recebeu contribuições de artistas radicados no Brasil, ligados à fase inicial do movimento modernista, como: Lasar Segal, John Graz, Cássio M’Boi, Gregori Warchavchik, Mario e Lina Bo Bardi, como mais adiante mostrarei com exemplos. Santos, Maria Cecília Loschiavo dos. **Móvel Moderno no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: Editora da Universidade de São Paulo, 1995, p.15 a 19.

incentivar o abandono de hábitos “atrasados”, inculcando novos costumes e, assim, motivar consumidores a participar da “modernização”¹⁶⁸.

Cenários estes, por vezes até estereotipados, foram ilustrados no exemplo da foto da figura 11. Nesta, além dos móveis artesanais, aparece pendurado no teto um aviãozinho, também feito em vime. Nos estúdios fotográficos havia painéis com desenhos de aviões, dirigíveis e automóveis, com aberturas em forma de janelas, nas quais as pessoas colocavam o rosto para simular estar dentro destes. O mesmo ocorria com os cenários de móveis que, em estúdios, inseriam estes ícones, mesmo que descontextualizados.

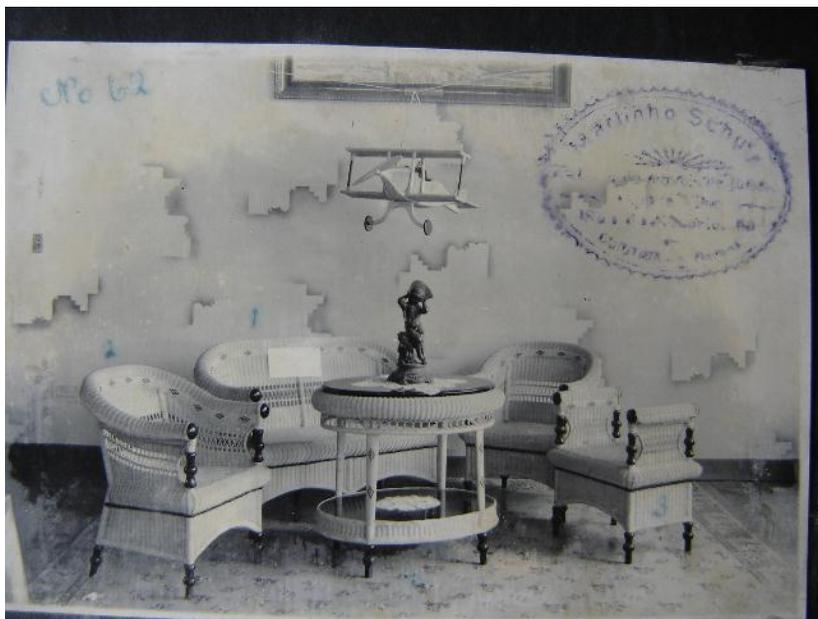


Figura 11: Sala de estar produzida por Móveis Schulz.

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Vime e madeira laqueada.

Época: Década de 1930/40.

Fonte: Digitalizado a partir do original cedido por Móveis Túlio, 2005.

¹⁶⁸ Um exemplo foi a cama Patente, feita em ferro que, para ter aceitação de mercado, acionou estratégias, para “convencer” as pessoas que era atrasado o hábito de dormir em redes, comum no Brasil até início do século XX.

O conjunto retratado, apesar de ser contemporâneo ao apresentado na figura 10, possui formas mais arredondadas e grafismos que escapam dos padrões do Art Déco. Estas mesclas sempre foram muito marcantes no fazer artesanal de móveis, portanto, tentar argumentar e definir o que é o móvel brasileiro, com base em periodizações históricas e filiação a estilos, de forma evolutiva, não encontra um bom termo. Basta uma breve análise para perceber que estes não possuem um estilo definido, mas, definem-se por mesclas de características de vários estilos, afinados a alguns “modismos”. Ou seja, há a predominância de um ecletismo¹⁶⁹.

Na época em que as fábricas brasileiras produziram os “móveis modernos” (décadas de 1930 a 70), quando se falava em modernização, esta se apresentava muito mais como tentativa de geometrizar e simplificar formas do que em processos de produção mecanizados ou incorporação de novas tecnologias. Relativizo, novamente, estes conceitos de modernidade e inovação apontados nas entrevistas e nos anúncios apresentados, pois a modernidade não pode ser apontada como estratégia hegemônica, mas como reestruturação econômica e simbólica de cidadãos, trabalhadores e consumidores, para reformular suas culturas frente a novas tecnologias de produção, sem abandonar algumas tradições e crenças antigas. Esta visão vai ao encontro do que Canclini aponta em suas análises: que o desenvolvimento moderno não suprime as culturas populares tradicionais, havendo inovação *na* e a partir *da* tradição¹⁷⁰.

Compreendo que relações de poder e tensões, que caracterizam a relação do artesanato com a produção discursiva do mercado capitalista, articuladas na esfera da circulação, abrem espaço para resistências e transformações. Corrêa, ao discutir formas de produção artesanal e experiências produtivas, discursivas, práticas e simbólicas nas transformações do artesanal, aponta que há, contemporaneamente, uma tensão vivenciada pelos artesãos sobre a escolha de “ser tradicionalmente moderno ou modernamente tradicional”¹⁷¹.

¹⁶⁹ Apesar dessa tendência modernista, no Brasil o ‘ecletismo’ prevaleceu refletindo um padrão de vida sofisticado das classes dominantes, misturando estilos de objetos de várias origens: “do clássico ao contemporâneo, passando pelo medieval, o renascentista, o neoclássico, o barroco, o orientalizante, o impressionista, o decadentista e o moderno, nesse caldo heterogêneo em que um pouco de tudo neutraliza qualquer contexto e anula qualquer significação precisa, define-se o padrão eclético [...]” (SEVCENKO, Nicolau. (org.). **História da Vida Privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, pp.536 e 537).

¹⁷⁰ CANCLINI, Néstor G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

¹⁷¹ CORRÊA, R. 2008, op.cit., p. 60.

Com relação a esta afirmação, uma das interlocutoras¹⁷², Anna Sidona, responsável pelo setor de comunicação da indústria Gervasoni (em Udine, Itália), relata que, como a “moda muda” seria necessário mudar a produção dos móveis para “tornar o produto moderno”, atualizando: a matéria-prima, os modelos, buscando novos mercados e formas de circulação. No entanto, alguns padrões permanecem como referência, resistindo ao passar do tempo.

Até hoje (início do século XXI), pude comprovar que algumas empresas servem-se de modelos de meados do século XX para produzirem seus artefatos, a exemplo da indústria Raffinato¹⁷³, na qual encontrei algumas fotos de Móveis Schulz que, segundo o proprietário Aparecido Noronha, são “fonte de inspiração”, modelos “sempre atuais” e que “nunca saem de moda”¹⁷⁴.

Um dos modelos que persiste na produção contemporânea, mudando o material e alguns aspectos formais, é mostrado na figura 12.



Figura 12: Móveis de estar do catálogo de Móveis Schulz

Local: Curitiba, Paraná.

Material: papel craft.

Época de produção: Década de 1950.

Fonte: Digitalizado a partir do original cedido por Móveis Túlio, 2008.

No exemplo, a forma reta e as superfícies planas predominam. O padrão da trama dos móveis acompanha o desenho das janelas, em

¹⁷² SINDONA, Anna. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Milão, Itália, fev. 2010.

¹⁷³ Sobre a empresa *Raffinato* e demais citadas, consultar apêndice.

¹⁷⁴ NORONHA, Aparecido. Entrevista concedida a Mariuze Mendes em Curitiba, abr. 2005.

uma repetição simétrica de elementos retangulares. O trançado, regular e repetitivo, sem ornamentos, a partir da década de 1960, vai abrindo e tornando-se mais fluído, dando maior visibilidade à estrutura. Além deste detalhe formal, certa artificialidade para aproximar o artesanal do moderno é mostrada na composição do ambiente, pela inserção de um dos ícones da modernidade - o rádio.

Alguns “lapsos” formais, refletidos na imagem dos móveis, os mantiveram com um pé na modernidade e outro na tradição. Quais seriam? Apesar da fibra natural desaparecer do trançado, pode-se reparar como este artifício, mesmo assim, permite entrever o vime vergado usado na estrutura dos braços. As formas repetitivas e retas do encosto e assento chamam o olhar e evidenciam, pelo contraste, o detalhe dos pés, mais escuros e torneados, quebrando a aparente rigidez modernista do conjunto.

Esta tensão pulsante exacerbou-se em um momento paradigmático na produção de artefatos. Nos anos 1970/80 houve certa ruptura, alavancada por movimentos sociais contestatórios, que inverteram e subverteram lógicas, desconstruindo práticas e acionando novas narrativas. Houve relativa “saída de cena” do móvel artesanal, que pode ser explicada por vários motivos, apresentados a seguir:

Primeiro: uma mudança estética valorizada pelo movimento *Pop*, relacionada à adoção de materiais plásticos, coloridos e que, como forma de contestação, acionou narrativas do efêmero e transitório¹⁷⁵. Algumas indústrias artesanais buscaram atualizar tecnologias e materiais, inserindo a fibra sintética e os plásticos no trançado, mas a demanda e o uso do móvel artesanal diminuiu até afirmar-se afinado com a nova linguagem.

Segundo: depoimentos de alguns artesãos¹⁷⁶ relacionaram esta lacuna e crise na produção à adoção de prática de venda mediada por “atravessadores”, que compravam o móvel artesanal no “osso”¹⁷⁷, por um preço bem inferior, e revendiam na beira de estrada, fazendo acabamentos sem qualidade. Este procedimento diminuiu o tempo de vida do móvel, o que o associou a algo inferior, “popular” e descartável.

¹⁷⁵ Para maiores detalhes sobre este movimento, seus ideais e a relação com interiores domésticos, consultar: SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **O Design Pop no Brasil dos anos 1970: domesticidades e relações de gênero** na Revista Casa & Jardim. Tese de doutorado, Florianópolis: UFSC, 2010.

¹⁷⁶ FERRO, Adarcísio; Meisser, Erico; Túlio, Armando; Stival, Eromir. Entrevistas concedidas à autora de 2005 a 2008.

¹⁷⁷ Móvel no “osso” é aquele móvel apenas montado, sem nenhum acabamento superficial como: lixamento, pintura ou envernizamento.

Terceiro: O excesso de tributação nos anos 1970 levou pequenas indústrias familiares a terem uma carga de impostos muito alta e multas pesadas eram imputadas por não conseguirem adaptar-se à legislação que vinha sendo aplicada a grandes empresas, até então. Estas, como já estavam preparadas, aproveitaram a ocasião e traçaram estratégias de mercado para explorar e eliminar concorrentes menores, expropriando saberes e as tornando prestadoras de serviço.

Na Itália, como cita Dal Lago¹⁷⁸, o primeiro motivo citado (novas estéticas e técnicas) foi determinante para gerar mudanças de postura produtiva das indústrias. Foi preciso criar móveis que inovassem, não só em tipologias, mas incorporando novos materiais, como: aço, plástico e vidro. “Para o homem dos anos 80 é preciso reinventar-se, remanipular os objetos da sua casa que [...], devem representar, de quando em quando, uma evasão pessoal, um *relax* e uma invenção”¹⁷⁹. A reinvenção do existente quer seja pela estética, materialidade e/ou por formas de divulgação, foi crucial para o móvel artesanal permanecer no mercado nesta época. Nos anos 1990, amenizada esta crise de sentidos do *ser ou não ser* artesanal e sendo reposicionado o setor no mercado, a introdução do design no processo de criação, produção e circulação dos artefatos foi outro importante marcador de nova temporalidade.

Feitas estas breves considerações preliminares e mais gerais sobre a trajetória dos móveis artesanais em fibras, inseridos em contextos locais e globais, a seguir detenho-me aos casos mais específicos da Movime - Curitiba/Brasil, e da Gervasoni – Udine/Itália. No entanto, recorro a contextualizações em relação a outras empresas que, por trocas e mesclas de conhecimentos e tecnologias, compuseram o mosaico intercultural do artesanato.

2.1.1 A trajetória das indústrias de móveis artesanais com fibras em Curitiba – Brasil: o caso Movime

No item anterior, tracei uma breve cartografia de circulação de sentidos e trajetórias de materialização do móvel artesanal em fibras, em contextos do Brasil e Itália, enfatizando o momento de “modernização” estética e produtiva. Apontei nuances e fases que caracterizaram práticas e estratégias, fazendo com que artefatos se mantivessem no mercado, transformando-se e adaptando processos sem, contudo, abandonar

¹⁷⁸ DAL LAGO, G. **Un materiale nei secoli**. Udine: Stampa Tonutti Techniche Grafiche, 1982.

¹⁷⁹ *Ibidem*, p. 99.

tradições de longos anos. A seguir, foco na trajetória da indústria Movime, a inserindo neste contexto mais amplo.

A trajetória do móvel no Sul do Brasil encontra-se relacionada à chegada de famílias de imigrantes europeus, principalmente italianas da região do Vêneto (norte da Itália), atraídas pelas políticas governamentais desenvolvidas no século XIX¹⁸⁰. Segundo relatou Nadalin¹⁸¹, no período da revolução industrial européia, os camponeses foram deslocados dos campos para as cidades, com promessas de melhoria de vida no trabalho assalariado nas fábricas. Os artesãos urbanos, que trabalhavam no sistema de manufaturas artesanais, ou pré-industriais, empobreceram por não poderem concorrer com as indústrias, que massificavam o processo produtivo e fragmentavam o trabalho para se apropriar de conhecimentos tecnológicos, o que desagregou as corporações de ofício. Encontrando condições de trabalho desfavoráveis nas grandes cidades da Europa, o proletariado foi pauperizado. Estas condições causaram descontentamento e a busca por uma melhor oportunidade, que foi vislumbrada além-mar, por uma promessa de “terra nova”, sonho acalentado na oferta de uma vida melhor aos imigrantes.

Os primeiros imigrantes italianos chegaram em Paranaguá/Paraná em janeiro de 1876. Encontraram várias dificuldades até a consolidação das colônias no Estado. Inicialmente, as famílias foram instaladas por funcionários do governo em Porto de Cima e São João da Graciosa, no litoral do Paraná e, passados poucos meses, os primeiros problemas de adaptação começaram a surgir: o calor, a água lamacenta, a terra que não se adequava às atividades agrícolas desejadas, aterrorizavam os colonos.

A “luz”, para uma provável mudança, veio com os tropeiros que cruzavam o litoral em direção a São Paulo. Por meio deles, os colonos descobriram a existência da cidade de Curitiba, onde clima e terra eram mais parecidos com os da Europa. Valendo-se do direito contratual de mudar de endereço pelo menos duas vezes, diversas famílias organizaram-se e solicitaram ao governo a mudança. Assim, os

¹⁸⁰ Sobre as políticas e processos de imigração, consultar: Ianni, Octavio. **Raças e Classes Sociais no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966; NADALIN, Sérgio Odilon. **Paraná: ocupação do território, população e imigrações**. Curitiba: SEED, 2001; Mendes, Mariuze D. **A Fragmentária História da Fábrica de Móveis Martinho Schulz: tradição e modernidade na produção artesanal com fibras de Curitiba**. Dissertação de Mestrado defendida no PPGTE. Curitiba: UTFPR, 2005.

¹⁸¹ NADALIN, Sérgio Odilon. **Paraná: ocupação do território, população e imigrações**. Curitiba: SEED, 2001, p. 62.

primeiros fluxos de imigrantes vindos para a região de Curitiba, na verdade, são reemigrantes que não se adaptaram às condições climáticas das regiões de Joinville e do litoral paranaense. Adquiriram um grande pedaço de terra para o cultivo, à margem da cidade, região conhecida por Taquaral (rodeada de taquaras - bambus) pertencente aos irmãos Arlindo, Antonio e Felicidade Borges¹⁸² (a região foi batizada de Santa Felicidade em alusão ao nome da antiga proprietária).

Ianni¹⁸³ argumentou que a nova configuração da cidade de Curitiba causou uma saturação do mercado de trabalho, fazendo com que os postos fossem ocupados, preferencialmente, por membros da mesma etnia. Alemães e italianos, por serem a maioria e terem sido os primeiros a chegar, dominaram as áreas de indústria e comércio. O autor cita que no ramo das “artes e ofícios”, a participação dos nativos, negros, mulatos¹⁸⁴, por volta de 1900, era insignificante. Trabalhadores locais perderam terreno para os estrangeiros que, por meio de associações e confrarias, organizaram-se e ajudaram seus pares a prosperar.

Muitos imigrantes italianos tinham como atividade de subsistência a agricultura familiar. Cultivavam, entre outros gêneros alimentícios, a uva para a fabricação do vinho, tradição trazida da Itália que deu origem aos vimais. As fibras do vime serviam para fazer as amarrações das parreiras. Por volta do ano de 1890, iniciou-se a produção da cestaria em vime, por colonos italianos da região de Santa Felicidade. As famílias faziam cestas para colher e armazenar a produção da lavoura e outros usos domésticos. Sobre este início da produção, o artesão Adarcísio Ferro relembrou das histórias que sua *nona* contava.

Eles faziam as cestas italianas. Eram cestas de lavar roupa, porque na época não existia água encanada, então, a roupa era lavada na fonte, onde tinha uma nascente, um rio. Ali se fazia um tanque e lavava a roupa. Para sair de casa até o tanque, que era longe, carregava roupa aonde? Na cesta! Ela era leve, tinha um cabo e era mais fácil de carregar. Além da cesta faziam roupeiro para por a roupa,

¹⁸² BALHANA, Altiva Pilatti. **História do Paraná**. Curitiba: Grafipar, 1969.

¹⁸³ IANNI, Octavio. **Raças e Classes Sociais no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

¹⁸⁴ Para aprofundamentos sobre as questões raciais e a exclusão e inclusão do negro na economia paranaense, assim como sobre a história da imigração dos poloneses, também minoria dominada e discriminada, indico a leitura de IANNI, Octavio. **Raças e Classes Sociais no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

faziam alguns berços para crianças e balaios para pão.
Vendia-se muito balaio na época!¹⁸⁵

Na figura 13 estão fotografadas cestas italianas, que eram feitas em vime inteiro, roliço e em variados tamanhos¹⁸⁶, para atender a diversas funções: referência de quantidade de alimentos vendidos (cestas de quilo); para transportar lenha; armazenar pão nas mercearias.



Figura 13: Cestas produzidas por Ângelo Stival e sua família

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Vime roliço.

Época: Década de 1940/50.

Fonte: Digitalizado a partir do original cedido por Movime, 2005.

Das cestas para alimentos, passou-se à criação de outros produtos feitos a partir do trançado, inaugurando a tradição do trabalho com artesanato, que caracteriza e identifica as famílias da Colônia de Santa Felicidade até os dias de hoje. Primeiramente, foram cestas para arranjo de flores, revendidas nas floriculturas da Capital (Curitiba). Depois, vieram outras peças de utilidade doméstica, como baús, cestos para roupa, carrinhos e *moisés*¹⁸⁷ para crianças.

Nas décadas de 1930 a 40, iniciou-se uma larga produção de carrinhos de boneca, de variados tamanhos e estilos. Como contou Adarcísio Ferro¹⁸⁸, este foi um modismo na época e todas as empresas

¹⁸⁵ FERRO, Adarcísio, entrevista concedida à autora em Curitiba, fev. 2005.

¹⁸⁶ No capítulo 3, *Materialidades*, descrevo as técnicas do trançado destas cestas.

¹⁸⁷ Moisés é um tipo de cesto no qual se pode transportar os bebês.

¹⁸⁸ FERRO, Adarcísio. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Curitiba, mar. 2008.

faziam dezenas de modelos e formatos, imitando os carrinhos para bebê, como ilustra a fotografia do catálogo de Móveis Stival, na figura 14.



Figura 14: Carrinhos de bebês e de bonecas produzidos pela família Stival.

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Vime roliço.

Época: Década de 1940/50.

Fonte: Digitalizado a partir do original cedido por Movime, 2005.

Um breve comentário: a inculcação e o aprendizado do papel de mãe para as meninas era considerado como algo natural e cotidiano, um *habitus* a ser aprendido e reproduzido para manter os costumes de uma sociedade baseada na dominação masculina, como evocado por Bourdieu¹⁸⁹. A foto mostra que esta imitação da vida real era naturalizada até pelo aspecto similar dos dois artefatos. O carrinho para bebê e o de boneca eram feitos com o mesmo material – vime – e com os mesmos formatos e desenhos. O brincar com o carrinho refletia como corpos e mentes de meninas eram “adestrados”, mediados por usos de artefatos: “tal mãe, tal filha!”.

Com a consolidação da produção e o crescimento das famílias, aproximadamente na década de 1960, alguns dos descendentes abriram empresas próprias, desvinculando-se dos patriarcas. Começaram por produzir cestos, baús e pequenos objetos. A imagem, a seguir, é de um

¹⁸⁹ BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand, Brasil, 2003. p. 64.

catálogo da Indústria de Móveis Stival. Esta foto, da década de 1960, mostra cestos de roupa, trançados em vime rachado¹⁹⁰.



Figura 15: Cestos de roupas feitos pela família Stival.

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Vime laminado.

Época: Década de 1940/50.

Fonte: Digitalizado a partir do original cedido por Movime, 2005.

A estrutura podia ser em vime ou madeira - o pinho - na época, abundantemente extraídos na região de Curitiba. O artefato era apresentado em duas versões: quadrado e arredondado – para ser encaixado em cantos e ocupar menos espaço. A cor utilizada era do vime natural, com detalhes opcionais de desenhos e bordas feitos com vime tingido. O trançado era simples para ser produzido mais rapidamente e baratear custos.

¹⁹⁰ Técnicas de preparo, laminação, tingimento e acabamento, apresento no capítulo 3.

Ainda na década de 1960, começaram a ser produzidas as primeiras peças de mobiliário. Sobre esta mudança, Ferro¹⁹¹ relata:

Depois das cestas, o pessoal achou que a fabriquinha caseira não ia mais resolver a situação. Não ia mais resolver porque veja bem, a família era grande. Vamos pegar, por exemplo, a família Túlio. Tinha o Natalino, que tinha os filhos homens, Silvano, Algacir, Armando e Romeu e a Mercedes e Edwiges, mulheres. Uma delas já trabalhava. E o bom da família Túlio, que eles foram, vamos dizer, os pioneiros na área de móveis. É porque o Armando casou com a Irene Bartapelli, e a família Bartapelli também trabalhava com vime. Então os dois sabiam trabalhar. É! (admiração), porque ela **também** sabia trabalhar com vime !!!

Na narrativa, foi destacado o papel das mulheres na produção artesanal. Faço um parêntesis para ressaltar um fato revelado sobre as relações de gênero¹⁹² no artesanato. A história “oficial” das fábricas artesanais sempre me foi narrada por homens, considerados protagonistas, autores e atores da mesma. Entretanto, pude perceber, nas conversas com mulheres na hora do cafezinho na cozinha, o quanto tiveram um papel fundamental no processo da produção e circulação dos artefatos. Segundo Estela Túlio¹⁹³, as primeiras cestas foram produzidas por mulheres, em casa. Estas também participaram na esfera de circulação. Eram responsáveis por conduzir as “carrocinhas” ao centro da cidade de Curitiba para vender os produtos agrícolas e as cestas, enquanto os homens trabalhavam na lavoura. As carroças eram as vitrinas dos produtos àquele tempo.

A partir do momento em que houve um aumento na demanda por estes artefatos, tornando-se esta a principal fonte de renda da família, houve uma resignificação do cotidiano e do trabalho da comunidade. Sendo o artesanato mais valorizado do que o trabalho na lavoura, tornou-se uma forma de distinção social. Neste momento, no contexto das indústrias de Santa Felicidade, desapareceu a figura da

¹⁹¹ FERRO, Adarcísio. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Curitiba, fev. 2005.

¹⁹² Faz-se pertinente esclarecer que defino gênero a partir de Judith Butler, o considerando como conjunto de práticas e discursos que regulam e naturalizam limites impostos para os sexos. BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

¹⁹³ TÚLIO, Estela. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Curitiba, abr. 2005.

mulher da esfera de circulação, pois cabia ao provedor - o homem - assumir a fonte de renda principal.

A introdução de novos artefatos, como os móveis, e a modernização da produção artesanal, pela introdução do sistema de fábricas, “masculinizou” este setor. No entanto, apesar desta aparente exclusão das mulheres, mesmo que de forma periférica e “invisíveis” aos olhos públicos, elas tiveram um papel importante no processo¹⁹⁴. Como narrou Estela Túlio, as mulheres não participaram mais da confecção na fábrica, entretanto, continuaram tecendo as fibras em casa, fazendo a decoração e criando novos modelos, contribuindo, assim, para a inovação dos artefatos¹⁹⁵. O que ocorreu, neste caso e neste momento histórico (hoje já diferente, com a participação mais efetiva das mulheres, o que relatarei mais à frente na tese) foi tornar-se, a partir daí, mais visível uma definição de papéis - do mundo privado como sendo feminino e da esfera pública como domínio masculino.

Na época, houve a inserção de algumas peças de mobiliário dentro das técnicas artesanais, como: cadeiras, mesas e móveis para áreas de estar em geral. Neste primeiro momento, as matérias-primas empregadas eram: o vime para o trançado em estrutura. Esta podia ser: varão de vime mais grosso, cabos de vassoura ou armações de madeira. A estrutura de ferro começou a ser introduzida na década de 1950, por influência direta de Móveis Schulz, que já possuía um funcionário especialista nestas estruturas, como relata Silvano Túlio:

Ele tinha um empregado que se chamava Nickford Chichordini. Ele era de origem Russa e fazia essas cadeiras no Schulz, e nós ficamos amando! Vi na vitrine e mandei comprar. Aquela história: “*Espionagem industrial*”. Aí quando nós compramos uma cadeira, nós conseguimos “copiar” e lançar aquela cadeira. Aí começou a abrir o leque. Aí, ele criou cadeira de copa, de piscina, cadeira de sala, e veio uma infinidade de ideias para a gente¹⁹⁶.

Estas mesclas, apropriações criativas e hibridações, citadas pelo empresário e artesão Silvano Túlio, fizeram diluir até mesmo a autoria de artefatos, que, ao longo dos anos, circularam incorporando-se ao

¹⁹⁴ Não pude aprofundar a pesquisa sobre gênero neste momento, por não ser a intenção central de tese, no entanto pretendo retomá-la futuramente.

¹⁹⁵ TÚLIO, Estela. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Curitiba, abr. 2005.

¹⁹⁶ TÚLIO, Silvano. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Curitiba, abr. 2005.

cotidiano das fábricas. Fotos idênticas foram encontradas em várias empresas que visitei, de forma que não foi possível identificar precisamente a origem de alguns modelos de artefatos. As imagens, que apresento a seguir, foram atribuídas à Fábrica Schulz, mas, também, a Móveis Stival. De quem são realmente? A origem esvai-se no tempo.

Móveis com características mais modernas, tomando partido das estruturas de ferro e novos materiais que facilitavam a produção começaram a ser produzidos localmente. Exemplo desta tendência é a *Cadeira Concha* ou *Sol* (figura 16) que, segundo depoimentos de artesãos, foi fabricada primeiramente pela fábrica Móveis Schulz, aproximadamente a partir da década de 1950 e, depois, pela fábrica Móveis Stival. Esta cadeira remete à “Poltrona Bowl” desenhada por Lina Bo Bardi, no final da década de 1940.



Figura 16: Poltrona Sol ou Concha.

Local de produção: Móveis Stival, Curitiba, Paraná.

Material: Vime roliço.

Época: Década de 1950/60.

Fonte: Digitalizado a partir da foto original cedida por Movime, 2005.

A cadeira era trançada em vime inteiro roliço, a partir de uma estrutura de metal curvado e soldado. Os pés eram em ferro e ficavam aparentes para valorizar este novo material. A cadeira, representada na figura 16, aparece em um cenário de fundo infinito, que representa ter sido improvisado com um cobertor. Interessante reparar que há algumas

cestas, ao fundo, que parecem dizer: Olha,... nós ainda estamos por aqui! Ou, quem sabe: nós somos a origem do que está aí.

A tecnologia desta peça ocasionou mudanças produtivas que foram difundidas entre os artesãos locais. Entrando na produção de várias fábricas da região, ampliou a variedade de modelos, originou uma série de novos móveis com estrutura de ferro. As mesmas características formais são visíveis nos móveis que aparecem na figura 17, produzidos na década de 1960. O conjunto foi configurado para atender a estilos de vida que começavam a circular e serem comunicados pelos meios de massa emergentes, principalmente o cinema e a televisão.



Figura 17: Cadeira produzida na fabrica de Geraldo e Eromir Stival

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Aparentemente casquinha de vime (ou sintética) e estrutura em ferro.

Época: Década de 1960/70.

Fonte: Digitalizado a partir da foto original cedida por Movime, 2005.

Falando em cinema, estas peças fizeram-me lembrar do filme de Jacques Tati – *Mon Oncle*¹⁹⁷, pelo período em que foram produzidas (mesmo retratado no filme) e pela semelhança estética com algumas peças usadas pelos personagens. O filme apresentou uma crítica e satirizou a monotonia e ritmos repetitivos da modernidade – representada na mecanização da casa ultramoderna da irmã de Monsieur

¹⁹⁷ Mon Oncle. Filme de Jacques Tati: França, 1958.

Hulot. Este mundo contrastava e celebrava as coisas simples e cotidianas que ainda poderiam existir nas grandes cidades, mostradas quando o personagem caminhava com o sobrinho pelas ruas do “outro lado do muro”. Uma das cenas mostrava Hulot, que, em passeio à casa da irmã, sentou-se em uma poltrona, semelhante à Poltrona Sol e afundou-se nela, ficando entalado, sem conseguir levantar-se. Outros móveis da casa também pareciam ter sido feitos mais para ver do que usar. Hulot, para acomodar-se, inverteu-os de posição, virou-os de ponta cabeça, “bagunçando” a ordem moderna do ambiente.

A indústria cinematográfica *Hollywoodiana* difundiu (e ainda difunde) novas estéticas e performances corporais. Atitudes modernas e liberais foram relacionadas a novas formas de consumo. Cigarros e *drinks* eram mostrados em cenas glamourosas, que induziam a incorporá-los ao cotidiano. Afinando-se a este comportamento social, o conjunto da figura 17 é composto por uma poltrona - cuja forma plana dos braços permitia apoiar copos - e um suporte para revistas (que também passaram a ser circuladas mais maciçamente neste período) com um cinzeiro acoplado. O arranjo sugere, aparentemente, ter a finalidade de relaxar, contudo, a configuração indica um prazer individualizado, diferentemente dos modelos anteriores, ambientados com mais assentos, que previam a socialização em momentos de lazer.

Não foi possível precisar se o material predominante era o vime laminado (parece ser a casquinha) ou algum material plástico (indicado pelo brilho e uniformidade), que começou a ser usado, timidamente, em algumas peças da década de 1970.

Nesta época, houve uma modernização no processo produtivo. Novos materiais foram agregados às fibras, como exemplificado na figura 18, de estantes que misturam materiais, como: estrutura em metal, prateleiras de aglomerado laminado e tramas em vime. O trabalho artesanal com fibras, nestas estantes, tornou-se quase que um ornamento do móvel, diluindo-se.



Figura 18: Estantes produzidas na fabrica de Eromir Stival

Local: Curitiba, Paraná.

Material: vime roliço e laminado de madeira.

Época: Década de 1970.

Fonte: Digitalizado a partir da foto original cedida por Movime, 2005.

A concorrência no mercado trouxe a preocupação em melhorar os produtos em vários aspectos. Passou-se a pensar numa maior durabilidade e ergonomia. A produção nos anos 1980 apresentou novas formas na utilização do vime e a mistura de outros materiais, a exemplo do vidro, plásticos, almofadas soltas e metais cromados na composição dos móveis, tentando conversar com a linguagem *Pop*. Os móveis dialogavam com universos mais afetivos do que racionais, com ares de brincadeira e irreverência¹⁹⁸. Propunham a interferência das pessoas, alterando arranjos, e, por este motivo, tinham que ser mais leves, visualmente e fisicamente.

¹⁹⁸ SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **O Design Pop no Brasil dos anos 1970: domesticidades e relações de gênero** na Revista Casa & Jardim [Tese de doutorado]. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2010.

Na figura 19, algumas dessas características, ainda que não tão marcadamente, podem ser percebidas nos móveis feitos pela indústria Stival. Os móveis eram mais leves, o trançado mais aberto, as almofadas soltas e com estampas fortes, e o vidro era utilizado nos tampo das mesas de canto e centro.



Figura 19: Conjunto de móveis para a Área de Estar.

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Vime, estrutura em ferro e vidro.

Época: Década de 1980.

Fonte: Digitalizado a partir da foto original cedida por Movime, 2005.

Com uma visão empresarial, mas com forte interesse na preservação da tradição do trabalho artesanal, a Movime acompanhou tendências de mercado. O processo de criação de produtos guiou-se pelas principais fabricantes do ramo no Brasil: a Saccaro (do Rio Grande do Sul) e a Cerello (de São Paulo), que incorporaram o design aproximadamente na década de 1990, tanto no projeto dos produtos, quanto na produção do material gráfico para divulgação em revistas e catálogos. A introdução do trabalho de designers na Movime ocorreu com a contratação da consultoria da empresa *Inove Store*, sucedida pela *Nomad Design*. Após alguns “insucessos”, esta empresa conseguiu diagnosticar problemas, realizou análise aprofundada dos processos e percebeu que só a introdução de novos projetos não conseguiria o êxito esperado, pois seria necessário conjugar ações de criação e produção dos artefatos, coordenando estratégias de mercado para divulgá-los e encontrar os canais para vendê-los.

A linha *Sedutti* (figura 20) foi resultado deste trabalho, coordenando o processo produtivo e estratégias de circulação.



Figura 20: Linha *Sedutti* ambientada.

Local: Curitiba, Paraná.

Material: Junco, estrutura e detalhes em aço, madeira e vidro.

Época: 2003.

Fonte: Catálogo da Movime, 2009.

A identificação com o design refletiu-se pela retomada de valores e estéticas modernistas adaptadas ao ideário contemporâneo. Esta expressão é denotada na predominância de linhas geométricas e o quase desaparecimento do trabalho com as fibras, que passou a ter aparência de revestimento mais do que função de estruturar e corporificar os móveis. O vime foi substituído pelo junco¹⁹⁹, matéria prima vinda da Região Norte do Brasil, para “inovar esteticamente”, o que, na opinião dos empresários e alguns especialistas (como

¹⁹⁹ O junco usado para trançar mobiliários é um tipo de cipó, que cresce como parasita em árvores, encontrado principalmente na região norte do Brasil. Também é chamado de cipó titica. Em outras regiões, é conhecida como junco uma gramínea que cresce em beira de rios. Ressalto que o primeiro é usado para os móveis e o segundo para trançado de pequenos objetos, por ser menos resistente.

decoradores e arquitetos), poderia mudar o mercado que já estava saturado para o vime²⁰⁰. Este desvio na trajetória dos artefatos, mediado por novas materialidades encontrou, em um primeiro momento, repercussão positiva. No entanto, ao longo dos anos, mostrou-se inconsistente e representou um novo problema, ao invés de solução, como relatarei no capítulo sobre materialidades.

A interação de designers ocasionou algumas mudanças, como: atualização formal das peças; inserção em um “nicho” específico de mercado - para classes A e B²⁰¹; abandono da fabricação de peças pequenas; criação de linhas que podem ser componíveis, com unidade estética; modernização de processos e inserção de novos materiais. No entanto, a simples mudança de material não mudou mentalidades e nem sempre encontrou aderência a projetos de longos anos, relacionados a identidades e trajetórias de vida.

Objetivando atenuar estes problemas identitários, ambientais e gerar mais satisfação na esfera da produção, outra ação de design foi feita em conjunto com a profissional Bernadete Brandão²⁰², no final dos anos 1990. Princípios históricos, éticos, sociais, culturais e ambientais, refletidos na produção da poltrona *Scoppo*, criada por Bernadete neste período, resultaram em um prêmio que beneficiou a Movime com o selo de “produto ecológico”. A premiação a qualificou para um novo “nicho” de mercado - do design de produtos sustentáveis, o que passou a ser comunicado na esfera da circulação.

Atualmente, a empresa atende o mercado varejista de mobiliário multimarcas, residenciais, hoteleiros, restaurantes e bares, apenas no âmbito nacional. Faz parte de um programa nacional, o Promóvel, subsidiado pelo governo e pela Abimóvel, estruturando-se nos quesitos: qualidade, certificações, design, *marketing* e produção.

A Movime pode ser considerada uma formadora de mão-de-obra, visto que, mais de vinte por cento dos artesãos da região de Santa Felicidade foram formados por esta empresa, e muitos concorrentes acabaram surgindo desta formação, conforme relatos de Eromir Stival, proprietário da indústria²⁰³. Graças ao perfil pioneiro, que caracteriza a

²⁰⁰ KARAN, Rodrigo. Entrevista concedida a Ana Staben, em Curitiba, ago. 2004.

²⁰¹ Esta classificação de classes sociais por letras é recorrentemente acionada nas indústrias, sendo que a classe “A” corresponderia a pessoas com alto poder aquisitivo, e “B” às classes médias altas, ou seja, classes mais abastadas da população.

²⁰² Esta interação será apresentada mais detalhadamente no capítulo 3, aonde discutirei a questão das materialidades, retomando o caso da indústria Movime e a busca pela identidade na produção.

²⁰³ STIVAL, Eromir. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Curitiba, jun. 2009.

empresa dentro da comunidade de artesãos de Santa Felicidade, hoje a Movime conseguiu atingir um patamar de produção e qualidade que não sofre concorrência com os numerosos artesãos “fundo-de-quintal”²⁰⁴. Ao invés disto, estes acabaram sendo prestadores de serviços, em parcerias constituídas com a fábrica.

Como a Movime, outra indústria que descreveu uma trajetória ligada à tradição familiar e incorporou o trabalho do design, como forma de comunicar valores do artesanal, competir e se colocar no mercado, foi a Gervasoni, localizada na Itália, com pontos de revenda em todo o mundo, inclusive no Brasil.

2.1.2. A trajetória das indústrias de móveis artesanais com fibras na Itália: o caso Gervasoni

Segundo relatos colhidos por Parmegiani²⁰⁵ e apresentados em um livro sobre a indústria Gervasoni, com matriz em Udine, norte da Itália, esta foi fundada por Giovanni Gervasoni, no final do século XIX. Um marco no processo de afirmação no mercado da empresa deu-se no período pós-primeira guerra mundial, que provocou danos muito sérios na economia da região, mas, também, ímpetus de reconstrução e superação, o que, pela ação de alguns empreendedores mais ousados, consolidou a produção local. Com inovações produtivas, busca de novos mercados e a partir de novos preceitos sociais, em 1928 foi fundada a “Società Friuliana Industria Vimini G. Gervasoni e C.”, uma das primeiras grandes corporações européias deste setor.

Nas fotos a seguir, pode-se perceber a configuração do processo fabril e a divisão do trabalho mediada por relações de gênero, como foi apontado em relatos anteriores, sobre o papel das mulheres no fazer artesanal. Apesar das mulheres estarem dentro da fábrica, executavam trabalhos “mais leves e delicados, que precisam de muita sensibilidade, capacidade de criação e habilidades”²⁰⁶, como o trançado e algumas fases do acabamento. As tarefas mais “pesadas”, como a confecção de estruturas, eram feitas, usualmente, pelos homens.

²⁰⁴ “Fundo de quintal” é uma nomenclatura corrente no setor para designar os artesãos que trabalham sem o amparo legal, em espaços improvisados, desrespeitando leis trabalhistas e, não recolhendo impostos. Como não têm os ônus destes encargos, conseguem vender mais barato, no entanto, para um mercado paralelo, não raro, baseado em políticas de exploração.

²⁰⁵ PARMEGIANI, C. *Spirito Mobili*: Piero Gervasoni, Udine: Lito Immagine, 2009.

²⁰⁶ STIVAL, Emilene. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Curitiba, jun. 2009.

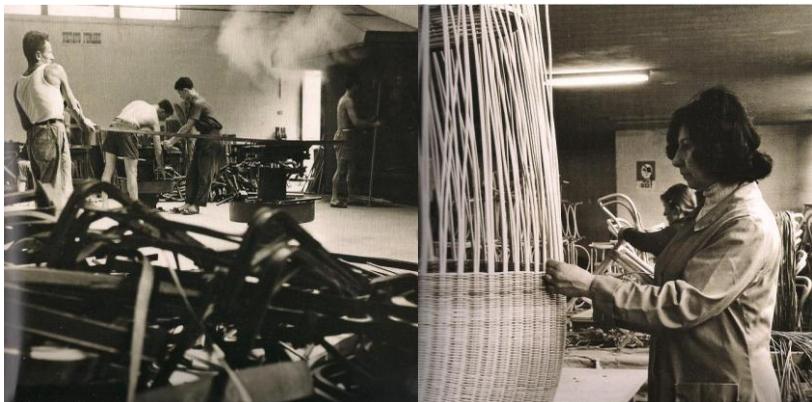


Figura 21: Interior da fábrica Gervasoni.

Local: Udine, Itália.

Época das imagens: Década de 1940/50.

Fonte: Parmegiani, C. **Spirito Mobili**: Piero Gervasoni, 2009, p.17 e 25.

Grandes desafios foram enfrentados pela empresa, como a segunda guerra mundial e um incêndio em 1954, dois eventos que destruíram quase completamente a fábrica. A indústria investiu, sistematicamente, em estratégias de divulgação, como a publicidade em revistas, catálogos e participação em feiras e mostras. Desde 1961 (data da primeira edição), a Gervasoni vem participando do Salão de Móveis de Milão, importante evento difusor de modelos e tendências, que até hoje movimenta o mundo do mobiliário em torno do que é mostrado. Até este período, o material predominantemente usado era o vime e o mercado era apenas a região do Friuli (norte da Itália).

Com as crises enfrentadas, foi preciso renovar a técnica de produção, buscando outros materiais, novas tecnologias (máquinas a vapor para curvatura das estruturas, fornos para secar a matéria-prima) e produção de peças mais simples para baratear os custos. Nos anos 1960, acompanhando a crescente industrialização da Itália, Giovanni Gervasoni e seu filho, Pietro, iniciaram um processo de renovação produtiva. A entrada de Pietro não foi um processo natural e tampouco tranquilo. Divergências conceituais sobre processos de “renovação” levaram a uma cisão. Uma facção da indústria “rompeu” com a tradição e introduziu novas tecnologias e inovações na concepção dos produtos, por meio de projetos de design.

Com a revolução que estas estratégias causaram, a empresa foi dividida em duas: uma mais tradicional - Gervasoni - continuando a produzir móveis de vime, junco, bambu e midolino, segundo as técnicas

e desenhos mais conservadores; e outra - Germa - mais arrojada, que teve como marca a inserção do design, com inovações conceituais e produtivas, antecipando “tendências”.

A figura 22, do livro que narra a história da família Gervasoni, mesclada à da indústria, apresenta essas duas realidades.



Figura 22: Página de livro sobre a Gervasoni.

Local: Udine, Itália.

Época das imagens: Década de 1970.

Fonte: Parmegiani, 2009, p. 26.

Intencional ou não, apesar das duas empresas se situarem em uma mesma temporalidade cronológica, a impressão é de que as fotos representam tempos deslocados. À esquerda, um móvel feito pela Gervasoni, com formas mais arredondadas, trançado aberto e trabalhado (tranças no acabamento, que inclusive combinam com as tranças da moça que aparece na foto), típicas da tradição de longos anos. A postura da operária, saindo de cena, na foto à esquerda, parece querer dar lugar à revolução *Germa*, mostrada à direita, na imagem de um conjunto com linhas mais retas, trançado fechado e com aplicação do material natural apenas como revestimento superficial.

A Germa foi separada fisicamente da Gervasoni para poder afirmar seu caráter e espírito inovador. Como se referiu Parmegiani²⁰⁷, a “revolução Germa, evolução design”, movimentou as indústrias do setor, provocando uma nova forma de criação - por meio do design; de produção - hibridando as técnicas artesanais a novas técnicas produtivas e novos materiais; e de circulação - investimento em estratégias de divulgação e inserção dos produtos em novos mercados (todo norte da Itália, principalmente a região da Lombardia, balneários italianos e interiores de navios).

Para ilustrar esta temporalidade materializada e atualizada, apresento dois momentos, separados por 80 anos e localizadas em séculos diferentes, representados nas imagens da figura 23, ambas de interiores de navios europeus.



Figura 23: Esquerda: interior de navio da década de 1930. Direita: interior de navio da década de 2010.

Local: Udine, Itália.

Época das imagens: Décadas de 1930 e 2010.

Fonte: Imagem da esquerda: Dal Prá, 1982, p. 56. Imagem da direita: Disponível em: http://www.msccruzeiros.com.br/multimedia_ship/infoshipnewclass.asp?ship. Acesso em 10 dez. 2010.

Os planos, posicionamento de câmera, o destaque às luzes, colunas, um arranjo com plantas e arranjo dos móveis são muito semelhantes nas duas fotos. O que muda? A imagem antiga mostra as formas arredondadas da mesa e das poltronas em formato de cesta. A imagem contemporânea exhibe formas mais retas e, novamente, o uso do trançado como um plano que reveste superfícies. A fibra natural - ratan de cor clara, na composição antiga, foi substituída no novo modelo pela fibra sintética, de cor escura. Luxo e sofisticação traduzidos de formas

²⁰⁷ PARMEGIANI, Carlo-Tomazo. **Spirito Mobili**: Piero Gervasoni. Udine: Litto imagine, 2009.

diversas, acompanhando trajetórias sociais e gostos de épocas, mas guardando muitas semelhanças estéticas que caracterizam uma tradição no trançar.

Após um terremoto que destruiu a fábrica, em 1976, mais uma vez foi necessário um impulso de renovação para a empresa reerguer-se. As estratégias adotadas foram: o fortalecimento da imagem e nome Gervasoni, unindo novamente as duas empresas – Germa e Gervasoni; a abertura do capital para novos investidores; compra de pequenas indústrias que trabalhavam com outros materiais, como a madeira e metais, possibilitando ampliar possibilidades produtivas, acompanhando a onda modernizante do Friuli, que, na época, afirmava-se como pólo industrial moveleiro italiano. Nesta mesma época, anos 1980, a empresa inaugurou um *show room* em Milão, na Via Durini, reconhecido endereço das lojas voltadas ao consumidor de camadas mais altas e de empresas que investem em design como um importante diferencial na criação de novos produtos.

A partir do final da década de 1990, entram na empresa os herdeiros de Pietro Gervasoni - a terceira geração de empresários - provocando, novamente, uma mudança de mentalidade e busca por novos rumos. A empresa profissionaliza os diversos setores, contratando funcionários especializados para gerenciar áreas específicas – produção, vendas, comunicação, *marketing*. Com os acordos e incorporações de outras indústrias, tornou-se uma grande corporação.

Na área do design, ao invés de contar com um setor específico, investiram na consultoria de designers externos para pensar a identidade corporativa global, e projetar linhas e produtos coerentes com este projeto maior de identidade. Desde 1996, a designer Paola Navone²⁰⁸ tem sido responsável pelo projeto de novos artefatos e pela direção de arte dos catálogos (figura 24) e mostras que divulgam a Gervasoni por todo o mundo.

O desafio da designer foi “descobrir nichos de mercado” e “antecipar o mercado: não seguir a tendência, mas criá-la”, com todos os riscos desta antecipação²⁰⁹. A esfera da circulação passou a ser, então, fundamental nas práticas de comunicação e venda de novos artefatos aos consumidores.

²⁰⁸ Ao tentar conversar com Paola Navone, quando estive na Itália, tive a informação de sua equipe que ela estaria indisponível por 4 meses, até abril, quando as coleções criadas seriam lançadas no Salão de Móveis de Milão. Neste contexto o novo catálogo começa a ser distribuído e as peças entram para o *site* que as divulga.

²⁰⁹ PARMEGIANI, Carlo - Tomaso. **Gervasoni**. Udine: Lito Immagine, 2009, p. 47.



Figura 24: Cadeiras projetadas por Paola Navone para a Gervasoni
Local: Udine, Itália.
Material: Fibra sintética.
Fonte: Fotos do livro Gervasoni, 2009, p.46.

Com relação à questão da circulação dos artefatos artesanais da Gervasoni, em entrevista a relações públicas da Gervasoni, Anna Sidona²¹⁰, assinalou:

A entrada da consultoria de Paola Navone e o fortalecimento do *marketing* foram fundamentais para estabelecer as estratégias de mercado da indústria, agora uma corporação. Para afirmar a imagem da Gervasoni, foi preciso coordenar ações, focadas, principalmente, na divulgação dos produtos que fazemos²¹¹.

De forma muito semelhante ao que aconteceu na Movime, a consultoria de designers para produzir móveis mais “contemporâneos” resultou em séries de aparência “cubista”, plana e com o trançado como mais uma das superfícies ou, no caso da figura 24, como único revestimento de superfície. Uma homogeneidade, uniformidade e ausência de cores que descaracterizaram a técnica de trançado, passando este a ser uma “tecelagem” de revestimento.

Sobre o reflexo da parceria com Paola Navone, Anna Sidona relatou que “a designer conseguiu captar o espírito da Gervasoni e aliou a tradição de longos anos com a inovação para manter os produtos no mercado”. Há uma busca por singularização, na questão da identidade, mantendo a aura da tradição, mas sendo esta atualizada, “para não perder o foco do mercado, que é global”, como citou²¹².

Mas, que *singularização global* seria esta? Com relação a esta questão pude perceber, pelas entrevistas, visitas a indústrias e etnografias, que os móveis artesanais em fibras, na Itália, mantêm a “aura” do artesanal, do “feito à mão”, mesmo que “a tradição de fazer móveis artesanais com fibras praticamente tenha desaparecido, devido à globalização e abertura de mercado, que descentralizou a produção”²¹³, especialmente na região Norte, onde está localizada a Gervasoni. A produção, atualmente realocada, é feita quase totalmente no Oriente, especialmente na Tailândia e China. O motivo desta conduta, como afirma Alessandro Deserti, pode ser:

²¹⁰ SIDONA, Anna. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, na Itália, fev. de 2010.

²¹¹ Ibid.

²¹² Ibid.

²¹³ DESERTI, Alessandro. Designer italiano. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Milão, jan. 2010.

Além do custo da mão de obra ser mais baixo há a questão da habilidade e interesse no fazer manual, que perdeu a importância no sistema produtivo italiano. Ainda existem empresas grandes, de origem familiar, mas agora com administração e processos altamente complexos. Continuam a fazer projetos dos móveis, tendo alguns prototipistas²¹⁴, que, depois de solucionada a questão formal, ergonômica, produtiva e estética, encaminham o protótipo para fora do país para ser produzido em série²¹⁵.

Neste ponto, introduzo uma breve discussão sobre a afirmação da perda de importância do fazer artesanal (trançado) no sistema produtivo italiano, a partir do ponto de vista da esfera da produção. Algumas entrevistas com artesãos da região de Vicentino e Bassano Dal Grappa revelam profundo sentimento de perda. Perda esta da tradição, de postos de trabalho, de fonte de renda e, até, de valores. Na região de Schiavon, que visitei por ter sido apontada como o berço da produção artesanal em fibras e de onde vieram os imigrantes para o Brasil, me veio um sentimento profundo de estar em uma cidade “fantasma”.

Acompanhada de Antonio Bianchi, ex-prefeito da região, fiz um giro por cidades próximas e batemos de porta em porta de antigas fábricas de móveis trançados. As respostas que recebemos, a cada nova incursão, a cada visita, foram, em certa medida, desalentadoras. Bianchi, um tanto perplexo e desapontado, dizia: “Mas, não pode... aqui tinha uma fábrica...”. Antigos artesãos imputaram o fechamento de fábricas à falta de incentivo governamental para continuar produzindo e à “desleal” concorrência dos móveis importados da China.

Poucas fábricas persistem a produzir, entre estas a JollyGiunco²¹⁶. Seu proprietário, Domenico Dal Prá, relatou que se sentiu coagido a importar algumas peças da Tailândia e Indochina para manter clientes que procuravam por móveis mais baratos. Assim, pode “continuar a fazer alguma coisa sob encomenda, para clientes que querem móveis exclusivos e com mais qualidade, e não se importam em pagar mais por isto”²¹⁷. Reduziu bastante o número de funcionários e

²¹⁴ Prototipistas são mestres artesãos que fazem uma peça do artefato, resolvendo: a tradução do desenho em forma, efetuando ajustes formais, ergonômicos e acabamentos. Estas peças são feitas na fábrica e enviadas para os artesãos as reproduzirem em série.

²¹⁵ Deserti, Alessandro. Designer italiano. Entrevista concedida à autora em Milão, jan. 2010.

²¹⁶ JOLLYGIUNCO. Fábrica do Mason Vicentino, norte da Itália. Disponível em: www.jollygiunco.it. Acesso em: 12 out. 2010.

²¹⁷ DAL PRÁ, Domenico. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Mason Vicentino, Itália, jan. 2010.

passou a produzir móveis com processos mais simples, usando o trançado apenas em alguns detalhes. “Não acho mais bons artesãos aqui... este conhecimento está sendo perdido... uma pena! Acho que foi todo mundo para o Brasil”, comentou entre risos.

Na fábrica, percebi que as técnicas utilizadas passaram a exigir mais habilidades de um montador de móveis do que de um artesão. As estruturas são feitas em madeira e sobre estas são aplicados painéis de bambu colado ou trançados, feitos em teares mecanizados. A figura 25 mostra uma cômoda de bambu sendo montada, depois de feito o acabamento.



Figura 25: Móveis da Jollygiunco com aplicação de painéis de varas.

Local: Mason Vicentino, Itália.

Material: Varas de bambu aplicadas na madeira.

Fonte: Disponível em: <http://www.jollygiunco.it>. Acesso em: 12 out. 2010.

Os móveis montados são expostos na loja da fábrica, mas, preferencialmente, vendidos por meio do *site* e de catálogos - “Dal produttore al consumatore” (do produtor ao consumidor).

A figura 26 mostra uma foto apresentada no catálogo virtual²¹⁸ da fábrica, de um conjunto de balcão e estante, com estrutura feita em

²¹⁸ Disponível em: http://www.jollygiunco.it/public/rattan_mobilivari.php. Acesso em: 12 out. 2010.

cana da índia²¹⁹ e trançado, apenas como aplicação²²⁰ dentro de molduras, na frente de gavetas, laterais e portas.



Figura 26: Móveis da Jollygiunco com aplicação de painéis de trançado.

Local: Mason Vicentino, Itália.

Material: Vime, cana da Índia e aplicação de telas de málaca.

Fonte: Disponível em: http://www.jollygiunco.it/public/rattan_mobilivari.php. Acesso em: 12 out. 2010.

O trançado artesanal aparece mais nos adornos que compõem a ambientação, feitos (nostalgicamente) pelo proprietário da indústria. Vasos, pequenas cestas e um cornucópio (objeto em forma de chifre)²²¹, exibido como um troféu.

Aparentemente, não há uma preocupação em produzir a ambientação de forma profissional, contratando um “especialista”. O

²¹⁹ A cana da índia é uma espécie de bambu, no entanto, maciço, o que permite vergá-lo para fazer formas arredondadas.

²²⁰ O trançado é feito por máquinas que tecem as fibras, normalmente de málaca (espécie de bambu filetado), em grandes dimensões, produzindo tecidos em rolos, que depois são cortados na dimensão desejada e apenas aplicados nos móveis.

²²¹ Cornucópio é um artefato feito para simbolizar a fortuna. Também encontrei alguns exemplares com os artesãos de Santa Felicidade – Curitiba – que comentaram que os “nonos” o trouxeram da Itália e é uma espécie de amuleto, que mantêm em suas casas.

proprietário orgulha-se dele mesmo e a esposa planejam os arranjos, fazerem as fotos e elaborarem catálogos e *site*. As peças que estão expostas: móveis, bibelôs em gesso, quadros na parede, fazem parte do repertório de “gostos” e “estéticas” deste artesão, sendo estas significativas do universo no qual se insere e que, em certa medida, é compartilhado com o público consumidor que atende.

No entanto este movimento não é predominante e nem homogêneo na Itália. Ao sul, o artesanato como trabalho é muito valorizado e ainda persistem formas de produção aos moldes das corporações de ofício, que reúnem artesãos em territórios característicos de certas formas produtivas. Cerâmica na região de Nápolis e o trançado na região da Sardenha, por exemplo.

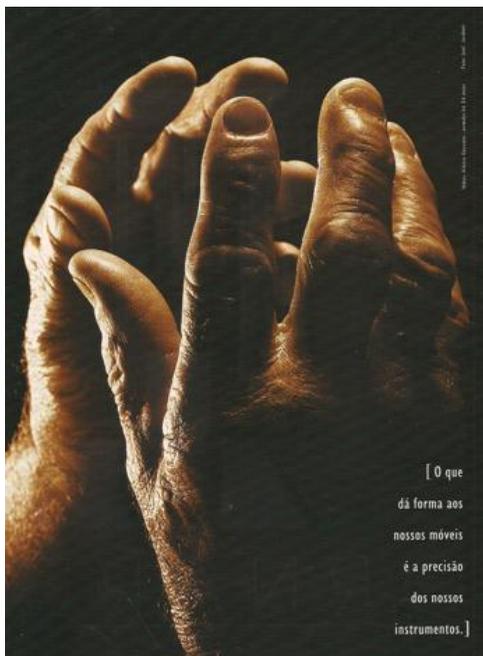
Fecho este parêntesis sobre a suposta perda de importância do trançado artesanal no sistema produtivo italiano, relativizando-a. Na verdade, percebi muito mais a evidência de mais uma das artimanhas de grandes corporações capitalistas de desvalorizar o trabalho, para então realocá-lo por um custo menor. Mas, até quando? Deixo no ar esta discussão, não a esgotando por completo. A retomarei posteriormente, nos capítulos finais, para refletir sobre possibilidades e limitações de políticas de (re)significação e (re)valorização local e global.

No capítulo seguinte, apresento como materialidades podem ser mediadoras de narrativas representativas de contextos, práticas e políticas de valorização. Lugares, tempos e materiais articulam-se para revelar sentidos e promover valores de móveis artesanais, em diferentes trajetórias.

CAPÍTULO 3

MATERIALIDADES MEDIANDO PROCESSOS DE OBJETIFICAÇÃO E (RE)SIGNIFICAÇÃO DE MÓVEIS ARTESANAIS

Na verdade, são poucos os que sabem da existência de um pequeno cérebro em cada um dos dedos da mão, algures entre a falange, falanginha e falangeta. [...] Note-se que, ao nascermos, os dedos ainda não têm cérebro, vão-nos formando pouco a pouco com o passar do tempo e o auxílio do que os olhos vêem. O auxílio dos olhos é importante, tanto quanto o auxílio daquilo que por eles é visto. Por isso o que os dedos sempre souberam fazer de melhor foi precisamente revelar o oculto. O que no cérebro possa ser percebido como conhecimento infuso, mágico, ou sobrenatural, seja o que for que signifiquem sobrenatural, mágico, e infuso, foram os dedos e os seus pequenos cérebros que lho ensinaram²²².



²²² SARAMAGO, José. **A Caverna**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p.82.
Imagem: Publicidade da indústria de móveis Saccaro.Revista Casa Claudia, 1999.

MATERIALIDADES MEDIANDO PROCESSOS DE OBJETIFICAÇÃO E (RE)SIGNIFICAÇÃO DE MÓVEIS ARTESANAIS

3.1 Trajetórias e metamorfoses de móveis artesanais trançados em fibras em contextos materiais

As coisas deixam marcas e impressões sensíveis no mundo e, pelo trabalho humano em processos de objetificação, a materialidade ganha vida e imprime sentido a trajetórias sociais, em contextos culturais. Para tentar entreabrir o véu que oculta processos de materialização e relacioná-los a narrativas objetuais e biografias sociais, apresento neste capítulo algumas trajetórias de trabalho, de vida e técnicas, envolvidas no trançado de móveis artesanais em fibras. Narrativas de processos foram mediadas por depoimentos de artesãos, protagonistas da ação de objetificação, em cujas mãos “estão os cérebros” que trançam as tramas, que tornam-se móveis.

Ao enunciar: “o que dá forma aos nossos móveis é a precisão de nossos instrumentos”, a publicidade de móveis Saccaro (figura de abertura do capítulo) valorizou o ato humano de dar vida à matéria. As mãos revelam o que está no plano da imaginação e, por este ato, propiciam que outros olhos vejam e outros corpos sintam o que era apenas matéria e ideia. O aparentemente mais prosaico atributo das coisas - a materialidade - pode transmitir sensações e revelar subjetividades e valores: monetários, sociais e culturais, dando consistência a trajetórias. Neste viés, minha intenção neste capítulo, ao relatar processos e materiais por meio dos quais são corporificados móveis artesanais, não foi descrever matérias-primas e processos em detalhes, mas, principalmente, dar relevo ao *fazer* e ao caminho que artefatos percorrem na esfera da produção.

Contextualizando a narrativa do artesanal como um sinal inscrito em tempos e espaços, pelas mãos dos homens e mulheres, Octávio Paz o descreve como uma “cicatriz” (real ou metafórica) quase apagada de quem o fez. “Feito pelas mãos, o objeto artesanal está feito para as mãos, não só podemos vê-lo como podemos apalpá-lo”²²³. É corpo e sinal compartilhado entre quem faz e quem usa, embora, muito recorrentemente, a visibilidade da esfera da produção tem sido

²²³ PAZ, Octavio. **O Uso e a Contemplação**. São Paulo: Editora Cultura e Ação, Revista Raiz n. 3, 2006, p. 82-89.

embaçada por relações capitalistas, que perpetuam abismos de conhecimento entre produção e consumo.

Para falar sobre a produção moveleira artesanal em fibras de Curitiba, além dos conceitos da formação das identidades e das contradições inerentes, como local e global, tradição e modernidade, faz-se importante ao menos mencionar o papel do artesanato e tecnologias envolvidas no mundo capitalista. A tecnologia assume um papel fundamental na sociedade moderna e, como um processo de produção fundamentado no trabalho, apresenta potencial transformador pelas e para as relações sociais. Como linguagem, provoca ações sociais sendo, também, ação política que envolve interesses no controle de instrumentos que garantem ou rompem ciclos de manutenção de hierarquias sociais, práticas reducionistas, mitos e ideologias que podem sustentar o sistema capitalista, legitimando certas desigualdades.

Para além do conceito de tecnologia como mero uso de técnicas para a produção de artefatos, há uma construção social e histórica na qual, conhecimento científico aliado à técnica (o saber fazer), interage com a cultura, podendo construir novos cenários.

Elementos definidores da tecnologia apresentam uma possível visualização para as análises da produção artesanal, entendendo-a como *labor*, ofício a partir do qual o homem idealiza e projeta produtos a serem materializados através do trabalho. Para este fim, utiliza-se de meios, que são instrumentos, ferramentas e máquinas para transformar a matéria-prima (como as fibras, por exemplo) em produto. A transformação de ideias e materiais em formas só pode acontecer a partir da mediação de conhecimentos tecnológicos que são aplicados pelo trabalhador no processo, a partir das práticas, em dinâmicas sociais.

Dentre os fatores de análise da tecnologia não se pode esquecer de fatores simbólicos, culturais, sociais, políticos e econômicos que envolvem o processo, que estão permeados desde a concepção do produto até a esfera do consumo, havendo no percurso uma atribuição de valores aos artefatos. A tecnologia é antes de tudo uma construção de saberes a partir de conhecimentos dos trabalhadores e demais envolvidos no processo produtivo. Esta aproximação do artesanato e da tecnologia, quando pouco definida, pode gerar confusões e imprecisões conceituais e, assim, hierarquizar saberes e papéis sociais.

Por vezes o conhecimento tecnológico do artesanato é estratificado de acordo com papéis definidos para serem performatizados socialmente, passando por questões de gênero, raça e classes. A classe dominante desenvolve repertórios que pretendem manter funções estabelecidas para cada segmento social. Esta hierarquia

discrimina, mesmo que de forma mascarada, pois, conforme postula DaMatta²²⁴, não existe discriminação desde que cada grupo saiba e fique no seu lugar, obedecendo a uma hierarquia velada. Ao analisar a produção moveleira artesanal, à luz destas relações, percebe-se múltiplas dimensões presentes no ofício artesanal e como estas se articulam para preservar e transformar sistemas simbólicos e relações de poder de comunidades envolvidas.

Tensões presentes no ofício artesanal podem representar construções legitimadoras de *status* no campo, que só serão emancipadoras e inclusivas se analisadas nas fronteiras, considerando-se a fluidez, as hibridações e as interações que transformam e mantêm o artesanato e entendermos este como *vida ativa*, em uma profunda relação entre trabalho, obra e vida cotidiana.

Este conceito, fundamental para discutir a condição humana na modernidade, ganha especial relevo na obra de Hannah Arendt²²⁵. A principal dimensão discutida é a atividade humana no empenho de fazer algo - *vita activa* - analisada em três esferas: o labor, o trabalho e a ação. O labor está ligado à vida biológica e à materialidade de nossas relações cosmológicas com o mundo, sendo "a condição humana do labor a própria vida".

O trabalho encontrar-se ligado ao "artificialismo da vida humana", na relação com os objetos e coisas, artificialmente produzidos. "A condição humana do trabalho é a mundanidade". As coisas criadas pelo homem tanto são condicionadas pela sua vida, como condicionam a própria existência humana. Os artefatos dão sentido às ações humanas, assim como seriam um amontoado de "artigos incoerentes, um não-mundo" se "não fossem condicionantes da existência humana"²²⁶.

A ação corresponde à condição humana da pluralidade, da relação entre os homens, dependendo da vida em comum. Esta esfera é a mais intimamente ligada com a política, sendo que é a ação que cria condições para a lembrança e a história. É na ação que o homem revela a ele mesmo. A pluralidade é o grande tema colocado, pois para ser e estar no mundo, ou seja, compartilhar a atividade e excelência humana no espaço público, temos que enxergá-lo sob varias perspectivas, com bondade e caridade²²⁷.

²²⁴ DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1984, p. 46.

²²⁵ ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

²²⁶ *Ibid.*, pp. 15 a 17.

²²⁷ Arendt fala destes temas referindo-se a Santo Agostinho, para quem o princípio político cristão é fundamentado na experiência humana do amor.

Apesar de evidente haver uma trajetória relacional de coisas, sujeitos, que circulam em tempos e espaços performatizando *ações*, persiste uma lacuna do quase “sobrenatural” em relação ao trabalho envolvido na produção. Parece que móveis e artefatos simplesmente aparecem em espaços de comercialização e, uma placa, etiqueta ou rótulo, indica que foi feito em “tal lugar”, com “material x” e custa “tanto”. No entanto, que mãos puderam revelar o oculto? Onde e de que forma os móveis são materializados? Por quais processos a matéria “x” passou até tornar-se algo sensível às nossas percepções, à visão, ao tato, olfato? Como a fibra transformou-se nesta ou naquela cadeira, poltrona, móvel, no qual podemos sentar-nos?

Com estas indagações, ao abordar o processo de materialização, englobei também processos que relacionam fluxos e circulações, locais e globais, que podem (re)configurar estilos de vida, gostos e práticas, articulando artefatos a contextos sociais, culturais e trajetórias biográficas. Como cita Corrêa, “o sistema de objetos artesanais acessa a outras (novas) políticas de valores que incorporam à sua objetualidade outros (novos) sentidos (narrativas) que questionam, ao mesmo tempo em que atualizam os sentidos (narrativas) já estabelecidos”²²⁸.

Relacionando o móvel artesanal a novas narrativas, temporalidades, tecnologias e estilos de vida, mas mantendo a característica principal do “feito a mão”, Armando Túlio explica que é possível manter rotas e adequar desvios, que mantenham o artefato no mercado.

[A fibra natural] é um material que, numa decoração, você pode misturar, você pode por junto, você pode usar com aço escovado, com latão, com mármore, com granito, com jacarandá. Então, ele [se] associa facilmente, [e] você está sempre na moda. Eu tenho visto, com o passar dos anos, que móveis que eu fiz há trinta, quarenta anos, retornam. O arquiteto manda aqui, ele sugere um processo de atualização para o cliente. É feita uma laca, trocadas as almofadas por umas mais modernas, e aquilo (o móvel) volta a decorar o ambiente, o mesmo ambiente [em] que ele estava, quer dizer, ele não foi descartado, ele está sendo reaproveitado, só mudando o acabamento, mudando a aparência. Na verdade, então, isso tem acontecido. Eu tenho aqui em andamento mais de vinte pedidos de hotéis. Por exemplo, tenho ali do Paládio, lá de Ponta Grossa, [para o qual] eu estou agora fazendo

²²⁸ CORRÊA, op. cit., 2008. p. 44.

uma nova adaptação, trocando a almofada, [...]. São coisas que, com o passar dos anos, você vai pegando e fazendo. [...] Eu transformo o próprio móvel que eu fabriquei há vinte, trinta, quarenta anos, deixando ele mais atualizado, com a tendência da moda²²⁹.

Para ilustrar o que relatou, mostrou cadeiras que foram feitas, na década de 1950 e que retornaram, em 2008, para serem restauradas.

Estas cadeiras têm uns cinquenta anos, foram umas das primeiras que papai fez, quando a gente começou a usar as estruturas de ferro. Agora, elas voltaram para trocar a parte do trançado. O dono queria que a gente refizesse em material sintético²³⁰.



Figura 27: Cadeiras fabricadas por Móveis Túlio.

Material: Estrutura em ferro, trançado em fibra sintética.

Local: Curitiba – PR.

Época da produção: década de 1950, restauradas em 2008

Autoria da peça: Móveis Túlio

Fonte: Foto de autoria própria, out. 2008.

Como se refere Armando Túlio aos móveis da figura 27: “São cadeiras com ‘design atual’ e, apesar do tempo, sempre são

²²⁹ TÚLIO, Armando. Entrevista concedida à autora, em Curitiba, out. 2005.

²³⁰ Id., out. 2008.

modernas”²³¹. Em narrativa, apontou para o fato de que materialidades, relacionadas ao aspecto temporal na vida das coisas, podem estabelecer novas políticas de valorização de artefatos. Embora sofram interferências, sua origem, ou certas referências permanecem, neste caso, a estética e a técnica de trançado originais. O que mudou? Basicamente a materialidade que as caracterizava. Desgastada e desvalorizada pelo usuário, a fibra natural -vime foi substituída pela fibra sintética para, quem sabe, tendo a materialidade “atualizada”, perdurar mais alguns anos.

Transformando-se, objetos acompanham um tempo vivido, que se torna memória e história. Ao insistirem em perdurar perdem seus valores de mercadoria e passam a ter outros valores acionados (como os emocionais) e, desmercantilizados, caracterizam-se como peças singularizadas de coleção (doméstica ou de museu). Práticas que prolongam a vida de produtos inserem-nos em uma longa temporalidade, perdendo o caráter efêmero que os condena ao descarte, a exemplo dos desvios relacionados aos circuitos da moda. Isto não significa que em algum momento não possam voltar a ter valores monetários acionados e retornar aos circuitos de circulação.

Como discuti no capítulo 1, configuram-se rotas a partir de processos de objetificação e subjetificação de coisas. A materialidade, apesar de aparentemente negada, torna latente o significado das coisas para as pessoas e, como o próprio Stallybrass²³² argumenta: “apesar de toda nossa crítica sobre o materialismo da vida moderna, a atenção ao material é precisamente aquilo que está ausente. Rodeados como estamos por uma extraordinária abundância de materiais, seu valor deve ser incessantemente desvalorizado e substituído”.

O percurso dos objetos, suas trajetórias, seus usos e significações permitem interpretar transações, normas e diferentes regimes de valor em que estes circulam, associados a processos dinâmicos de produção e reprodução social. A história cultural de artefatos corporifica performances pessoais e coletivas, culturalmente afirmadas, articuladas com conhecimentos de componentes técnicos, mitológicos e valorativos, suscetíveis à “interação mútua e dialética”, como sugere Appadurai²³³.

²³¹ TÚLIO, Armando. Entrevista concedida à autora, em Curitiba, out. 2005.

²³² STALLYBRASS, Peter. **O Casaco de Marx**: roupas, memória, dor. Belo Horizonte: Autêntica, 2004, 19 e 20.

²³³ APPADURAI, A. **A Vida Social das Coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EdUFF, 2008, p. 61.

Mas, e como artesãos e indústrias de móveis artesanais em fibras lidam com estas questões no seu cotidiano, (re)configurando práticas de produção e circulação, criativamente, a partir de mudanças sociais traduzindo-as *na e para a* materialidade das coisas? Como transformações materiais podem provocar aderência a projetos e estilos de vida? Refletindo sobre estas questões, dialoguei com artesãos para poder mostrar quais são as principais matérias-primas que corporificam, mantêm ou atualizam trajetórias de móveis artesanais, seja em esferas locais ou globais.

3.2 Matérias-primas

3.2.1 O vime: cultivo e preparo da fibra

Início apresentando o vime²³⁴, matéria-prima característica e tradicionalmente empregada desde o surgimento da produção, tanto na comunidade de artesãos de Santa Felicidade - em Curitiba, como na Europa, de onde foi trazida pelos primeiros imigrantes que vieram ao Brasil. Armando Túlio, que herdou e administra hoje a fábrica Móveis Túlio, conta que foi seu avô quem trouxe da Itália a primeira muda de vime da espécie *Salix spp.* à Colônia de Santa Felicidade. Tal planta pertence à família das salicáceas, parente próximo do salgueiro, ou chorão. É passível de manejo sustentável e cresce na margem dos rios, compondo a importante mata ciliar.

Existem diversas espécies de vime, cada uma com características que conferem propriedades físicas e químicas específicas para os tipos de trabalho aos quais podem destinar-se²³⁵.

²³⁴ Planta da família das salicáceas (chorão). As espécies mais utilizadas no Brasil, para o artesanato, são: *salix viminalis*; *salix rubens*; *salix purpurea*; *salix spp* (sem denominação).

²³⁵ Para maiores detalhes ler: NASCIMENTO, Marilzete B. **Aspectos Técnicos e Sociais Para a Sustentabilidade da Produção e Artesanato do Vime**. Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Engenharia Florestal da Universidade Federal do Paraná, 2009; LUPION, Marina. **Vime: da lavoura ao produto final**. Curitiba: SENAR PR, 2005.



Figura 28: Fotos de um vimal e detalhes da planta em setembro (época de colheita, sem as folhas) e fevereiro (vime verde, com as folhas).

Local: Santa Catarina.

Fonte: Fotos cedidas por Marilzete Nascimento, Lages, 2009.

Sobre a produção do vime no Paraná, além da região próxima à Santa Felicidade, Lamenha Pequena e Campo Magro (às margens do Rio Passaúna), nas décadas de 1950 e 1960, também havia plantações em área próxima a São José dos Pinhais, de propriedade da empresa Schulz. A área era cuidada por funcionários, que colhiam o vime no inverno, tratavam o material, estocando-o em barracões no local. A tecnologia de produção foi descrita por Erico Meissner:

Nós mesmos produzíamos a nossa matéria prima, tanto é que nós tínhamos a plantação, em Afonso Pena, entre os rios: Marcial e rio Pequeno. Limpamos o terreno, fizemos uma barragem grande às margens do rio Pequeno, que subia nas vésperas de chuvas. [...] Pegávamos a água do rio e canalizamos por baixo. O tubo saía para dentro de um poço que nós tínhamos dentro do nosso terreno, que ficava perto do rio, e tinha uma bomba possante, de onde se tirava água e irrigava toda a plantação²³⁶.

O vimeiro necessita de bastante umidade, por isto, é típico de alagadiços e margens de rios. É uma planta de clima temperado, no entanto, devido à rusticidade pode ser cultivado em regiões de clima mais quente, com a condição de não ser excessivamente seco. Por volta da década de 1980, o Paraná praticamente deixou de ser produtor e,

²³⁶ MEISSNER, Erico, entrevista concedida à autora em Itapoá, jun. 2005.

atualmente, os vimicultores de Santa Catarina controlam 90% da produção sul brasileira, dominando o mercado pela qualidade e preço.

O vime pode ser encontrado em várias espessuras, desde aproximadamente um milímetro - para confecção de peças mais delicadas, até três a quatro centímetros - usado para estruturas. Pode ser utilizado na forma bruta ou descascado, o que lhe confere aspecto mais acabado e maior resistência a fungos e pragas.

O descasque do vime é realizado manualmente ou por meio de um maquinário especialmente desenvolvido para este fim. O descascador automático (figura 29) é um equipamento no qual se introduz o vime em um orifício com regulagem de espessura, e o mesmo sai descascado, para então ser lavado.



Figura 29: Máquina de passar vime da fábrica Schulz.
Local: Hoje na fábrica de Móveis Túlio, Curitiba, PR.
Fonte: Foto de autoria própria, 2005.

Sobre este processo Meissner relatou:

Nós tínhamos máquinas, nós só colocávamos dentro e saía descascada do outro lado. [...] Agora essas pequenininhas, esse fininho, não dava para descascar na máquina, era só a mão, tudo a mão. Tudo manual, era um trabalho danado[...]. Atrás [da máquina] tinha um tanque grande com água. Importamos máquinas da Alemanha, com motor a óleo cru [...]. Tinha uma boa estufa lá também, quer dizer que podia chover que, com tempo bom ou tempo ruim, a nossa produção ia bem. Tinha um barracão grande lá também, de dois andares, onde a gente trabalhava. Então, o negócio era uma beleza!²³⁷

Para o descasque manual é necessário, antes, cozinhar as hastes, procedimento que facilita a remoção da casca. Este processo é feito em uma tacha de ferro, grande, com uma espessura de parede de mais ou menos um centímetro e meio, aquecida por meio de fogo, como ilustrado na figura 30.

Depois da fervura da água, as hastes são deixadas em cozimento por aproximadamente duas a três horas. Além de facilitar o descasque, esta fervura ajuda a impermeabilizar o material, pois, o mesmo libera o “tanino” e “amônia” na água. A liberação destas substâncias mata larvas do cupim e protege o vime contra ataques de fungos. O beneficiamento, também, torna o material mais leve depois de seco²³⁸.

²³⁷ MEISSNER, Erico, entrevista concedida à autora em Itapoá, jun. 2005.

²³⁸ A água do cozimento pode ser descartada nos rios, pois não é poluente. As substâncias liberadas inclusive ajudam no processo de despoluição das águas. Túlio, Armando, entrevista concedida à autora em Curitiba, mar. 2005.



Figura 30: Tacha para cozimento de fibras naturais.

Material: Ferro.

Local: Móveis Túlio Santa Felicidade, Curitiba, PR.

Fonte: Foto de autoria própria, 2005.

Na sequência, o vime é lavado e vai para a estufa. Seco, é selecionado por bitolas, tamanhos e organizados em feixes, que podem ser armazenados e estocados por anos, desde que não peguem umidade²³⁹.

²³⁹ Atualmente, as hastes já vêm descascadas, laminadas e prontas para o uso, de beneficiadores, localizados principalmente em Santa Catarina, como já citei.



Figura 31: Estoque de fibras naturais. Material: vime.
Local: Fábrica Movime, Curitiba, PR.
Fonte: Foto de autoria própria, ago.2006.

O vime pode ser utilizado inteiro, roliço ou em lâminas. Se o trabalho for com lâminas, a primeira etapa consiste em utilizar-se o rachador, instrumento que divide a haste em 3 ou 4 partes. Esta etapa é manual, como mostra a figura 32.



Figura 32: Utilização do rachador para abrir as hastes de vime.
Local: Fábrica Movime, Curitiba, PR.
Fonte: Foto de autoria própria, ago. 2006.

Balhana²⁴⁰ descreve esta etapa:

Esta rachadura pode ser obtida com as mãos, ou com o auxílio de pequeno instrumento de madeira dura, em forma de pêra, cuja extremidade menor termina em asas [rachador de vime]. Com a ponta de uma tesoura cada haste de vime (stropa) é fendida em três ou quatro partes até a altura de uns 15cm, depois do que, o cesteiro, segurando a haste com a mão esquerda, introduz com a mão direita o rachador de vime no centro daquelas divisões, empurrando para a ponta da haste que se abre em tantas secções (stropa racha), conforme o tipo de rachador utilizado. Para um trabalho de melhor apresentação, é necessário reduzir o vime a laminas bem finas, o que se consegue mecanicamente com máquinas apropriadas.

O processo de laminação consiste em passar o vime já rachado entre dois cilindros, com uma lâmina no meio, e,

²⁴⁰ BALHANA, Altiva. **Santa Felicidade**: um processo de assimilação. Curitiba: João Haupt, 1958.

da laminadora, o vime sai dividido em capa e miolo. A capa é a parte externa, mais resistente, “pega lustro” e mais brilho quando se usa o verniz, sendo, portanto, mais utilizada nos móveis. Também é conhecida como “alheassa”, nome de origem portuguesa. O miolo, menos resistente, é utilizado, de preferência, nas cestas e detalhes que exigem menos resistência da fibra²⁴¹.

Depois de laminadas, as tiras podem ser passadas por um refilador (figura 33), que as deixa uniformes. A uniformidade permite que o trançado seja regular e os desenhos da peça mantenham o mesmo padrão.



Figura 33: Utilização do refilador para uniformizar tiras de fibras.

Local: Movime, Curitiba, PR.

Fonte: Foto de autoria própria, ago. 2006.

3.2.2 Técnicas de Trançado

Processos, técnicas e classificações de formas de trançado foram apresentadas, de forma bastante aprofundada e detalhada, em pesquisas da antropóloga Altiva Balhana²⁴². Até mesmo como um

²⁴¹ TÚLIO, Armando. Entrevista concedida à autora, em Curitiba, mar. 2005.

²⁴² Os relatos da autora, de 1958, apresentam não só as técnicas, mas um conjunto de relações envolvidas na produção desta comunidade: sociais, culturais e econômicas. Além de valorizar tradições e documentar técnicas, muitos artesãos entrevistados atribuíram a ela, pelos seus

tributo, empresto dela algumas descrições e imagens da cestaria de Santa Felicidade:

[...] São numerosas as classificações sobre a cestaria, quer baseadas nas técnicas do trançado, como fundadas nas formas dos recipientes. Segundo a técnica do trançado, a cestaria de Santa Felicidade enquadra-se na classificação genérica do tipo entrelaçado. E ali somente ocorrem duas formas fundamentais do entrelaçado: o trancado cheio, que é mais comum, e o trancado aberto, utilizado quando se deseja obter uma peça de maior efeito. Distingue-se ainda por pertencer ao gênero do trançado que a terminologia francesa designa por “clayonne”, a inglesa por “wickerwork” e a italiana por “graticcia”. Aliás, é a técnica de trançado característica da cestaria européia que tem, como peculiaridade, a posição fixa dos elementos que constituem o urdume, em relação aos elementos móveis da trama. [...] qualquer que seja o tamanho de cesto, o seu trabalho é iniciado pelo sistema da disposição das primeiras hastes do vime em forma de cruz (crose) e muito raramente pelo sistema de molde (stampe)²⁴³.

Segue ilustração de algumas etapas do trançado da cesta.

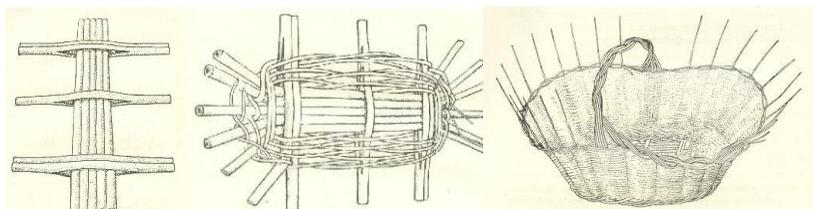


Figura 34: Algumas etapas do trançado da cesta italiana.

Fonte: Balhana, 1958.

O artesão Darci Ferro ainda mantém a tradição e ensina novas gerações a trançar a cesta italiana. “Faço questão de levar adiante esta tradição que veio com meu nono e sempre que me pedem para dar aulas da técnica, eu vou”, comenta. O tamanho e formato da cesta, como me

estudos, o reconhecimento do potencial e a ascensão econômica de Santa Felicidade. BALHANA, Altiva Pilatti. **Un Mazzolino dei Fiori**. Curitiba: Imprensa Oficial, 2003; _____. **Santa Felicidade**: um processo de assimilação. Curitiba: Tipografia João Haupt, 1958.

²⁴³ BALHANA, Altiva. **Santa Felicidade**: um processo de assimilação. Curitiba: Ed. João Haupt, 1958, pp.96 a 98.

ensinou, dependem de como é feita a base²⁴⁴. Depois de feita a cruz com hastes mais grossas, trança-se a volta, abrindo a cruz logitudinalmente. Nesta base, são entremeadas varas laterais que estruturarão o corpo da cesta. Para o acabamento da borda é feita uma trança, que já forma a alça. Na foto a seguir, do artesão Darci em sua oficina, é possível visualizar a parte inferior tecida e, ao lado, uma cesta já pronta.



Figura 35: Trançado de cesta em vime pelo artesão Darci Ferro.
Local: Atelier do artesão em Santa Felicidade.
Fonte: Foto de autoria própria, 2008.

²⁴⁴ Para mais detalhes e conhecimento de todas as etapas do processo de produção e trançado do vime, consultar: LUPION, Marina Ribas. **Vime**: da lavoura ao produto final. Curitiba: SENAR – PR, 2005.

Sobre esta prática tradicional da comunidade italiana de Santa Felicidade, Armando Túlio, conta que:

Então, ele [avô de Armando Túlio] trouxe o vime com a intenção de: Primeiro, amarrar as parreiras. Os brotos eram tirados e se amarrava a parreira. É um processo ecologicamente perfeito, porque, depois, decompõe e cai, não estrangulando a haste. [...] Segundo, fabricar cestos para a época de verão, época das colheitas, para a colheita das coisas. Porém, aqui [em Santa Felicidade] tinha muitas carrocinhas que iam à cidade para vender os produtos, e nessa ida à cidade [Curitiba] com as cestas, os curitibanos viam as cestas, então eles perguntavam de onde vinha, quem fabricava, e assim começou [a tradição do trançado com fibras]²⁴⁵.

Além dos italianos, os poloneses produziam estas cestas com formato distinto e com o vime branco, assim chamado porque era colhido em época diferente e trabalhado ainda verde. Armando Túlio relata que a diferença está na época da colheita. Para esta técnica, o vime é colhido em janeiro, enquanto a haste está cheia de folhas (na florada), como ilustrou a figura 28. Como a casca ainda não aderiu à haste, esta se desprende mais facilmente e pode ser tirada com as mãos, dispensando o cozimento prévio. As cestas polonesas eram comercializadas nos estabelecimentos de Santa Felicidade, conforme relata Silvano Túlio:

[...] alguns trabalhavam com cestaria, cestas polonesas, que eu tenho na frente dos meus olhos até hoje. Comprava muito, e vendia bem. Era uma cesta redonda, de um tamanho só. Já os italianos faziam cestas com três (ou mais) tamanhos, uma encaixando na outra [...]²⁴⁶.

Para a cestaria, a diferenciação da técnica de colheita, caracteriza a tipologia do artefato. Cestas redondas e menos duráveis dos poloneses e cestas ovais e mais duráveis dos italianos. Esta caracterização dos artefatos também os insere em esferas distintas de valorização, que por sua vez, refletem políticas de demarcação de

²⁴⁵ TÚLIO, Armando. Entrevista concedida à autora, em Curitiba, mar. 2005.

²⁴⁶ Ibid.

comunidades, identidades e espaços de poder, conforme foi narrado a partir de Ortiz²⁴⁷ no capítulo 1.

A colheita feita no outono é a mais tradicional e recomendada para o uso no mobiliário. Quando as folhas já caíram, a haste está mais seca, e, apesar da casca ser mais difícil de retirar, as propriedades do material são melhores, aumentando a resistência química e física. As técnicas de trançado de móveis são muito similares às do trançado de cestas. Também é feita uma estrutura de base e, a partir desta, a fibra é tramada. No caso dos móveis, em fábricas maiores, o trabalho é fragmentado por especialidades.

Há funcionários especializados em fazer as estruturas, marceneiros para trabalhar a madeira, artesãos para curvar e tramar varas (bambu, vime, apuí) e serralheiros para o metal (ferro, aço, alumínio). Cada material tem um setor com maquinários diferentes, adaptados ao trabalho, a exemplo da figura 36²⁴⁸ de um setor para produção de estruturas metálicas, com serras, tornos, dobradeiras de chapas, vergadores de tubos, calandra, furadeiras, máquinas de solda, politrizes, entre outros.



²⁴⁷ ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994

²⁴⁸ As fotografias apresentadas neste capítulo foram feitas nas fábricas e oficinas dos artesãos de Santa Felicidade, entre os anos de 2005 a 2009. Muitas foram durante visitas técnicas com alunos do curso de Design e, portanto, possuíam um caráter didático do artesão ensinando seu trabalho, como retrata, por exemplo, a figura 36, na qual aparecem os alunos fotografando o que é mostrado. Desta forma, não cabe na tese a análise etnográfica das performances nas imagens. Também, os nomes dos artesãos, em alguns casos, serão omitidos e os rostos desfocados, apesar de ter havido o consentimento de veiculação de imagens.

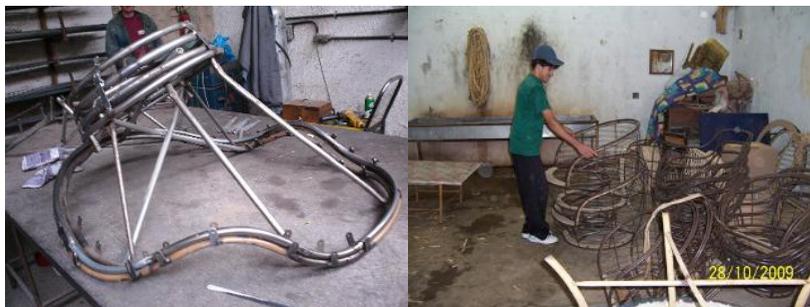


Figura 36: Fotos do setor de confecção de estruturas metálicas.

Local: Movime, Curitiba, PR.

Fonte: Foto de autoria própria, ago. 2006.

Se a estrutura for em madeira, esta é executada na marcenaria, aonde são feitos gabaritos de todas as partes que compõem o móvel, com os planos de corte²⁴⁹. A vantagem de fazer móveis com estrutura e detalhes em madeira aparente, segundo Eromir Stival, é que, assim, dificulta a cópia pelos pequenos, pois, nem todos possuem um marceneiro habilidoso e equipamentos necessários: serra circular, serra fita, plainas, lixadeira, furadeiras, entre outros.



Figura 37: Marcenaria (esquerda) para confecção de estruturas em madeira e planos de corte das peças (direita).

Local: Movime.

Fonte: Foto de autoria própria, Curitiba, ago. 2006.

Se a estrutura for de apuí (espécie de fibra mais grossa), este é cozido por várias horas para amolecer e é colocado, ainda quente, em formas para curvá-lo. Trabalho pesado e difícil de executar, exige muita habilidade de quem o faz. Enquanto conversava com o artesão retratado,

²⁴⁹ Planejamento de como utilizar melhor as chapas para evitar desperdício de material.

na figura 38, percebi que, depois de muito esforço e apesar de cuidado extremo, perdeu peças que racharam por não estarem amolecidas o suficiente. Depois de curvadas, as peças são deixadas na estufa ou ao ar livre, secando. A fibra completamente seca mantém o formato moldado.



Figura 38: Curvatura de estruturas em apuí a partir de moldes.

Local: Raffinato, Curitiba, PR.

Fonte: Foto de autoria própria, ago. 2009.

A execução do trançado é feita conforme modelos, que podem ser a partir de: projetos computadorizados, desenhos, fotografias, croquis que o próprio artesão faz e anota em folhas de caderno, ou a partir de protótipos executados por prototipistas - artesãos mais experientes que fazem as primeiras peças, que, ajustados problemas ergonômicos e formais, vão para a produção “em série”.

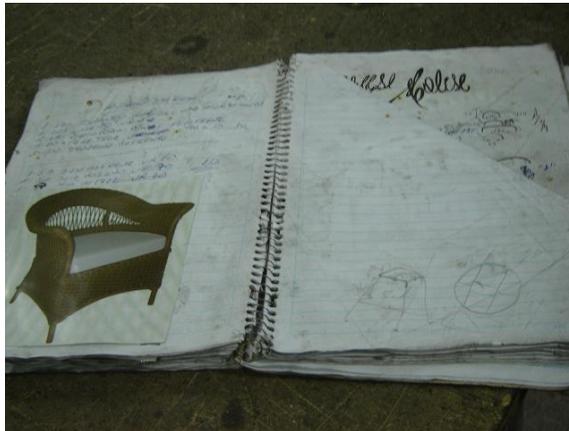


Figura 39: Página de caderno com anotações sobre a produção.

Local: Raffinato, Curitiba, PR.

Fonte: Foto de autoria própria, em Curitiba, out. 2008.

A foto, da figura 39, foi obtida do caderno de um artesão da Raffinato. Contém a imagem de uma poltrona, anotações sobre quais materiais serão usados, quantidades, desenhos das tramas e alguns esquemas, que, geralmente, só eles entendem, mas que facilitam a confecção das peças. É um conhecimento tecnológico repassado de mestres artesãos a aprendizes, ao longo de gerações.

A origem destes cadernos, provavelmente, remete aos blocos de anotações para remuneração que, inicialmente (década de 1950), era calculada por tarefas executadas, de acordo com a quantidade qualidade da produção. A supervisão e o controle, elementos fundamentais na prática capitalista, colonizaram mentes e corpos, sendo que, até os dias de hoje há uma preocupação em anotar detalhes da execução de cada peça. Neste ponto, Thompson demonstra que em 1700, na Inglaterra, já há a entrada na “paisagem do capitalismo industrial disciplinado, com a folha de controle de tempo, o controlador de tempo, os delatores e as multas”. Na fábrica de Móveis Schulz havia um “caderninho de tarefas” e o proprietário comenta que:

quase não tivemos empregados que trabalhavam por mês ou por hora. Tinha o encarregado da oficina também que ele tinha um bloquinho, que nem nota fiscal, sabe coisa assim..., então tinha o nome dele, o dia o número do talão tudo direitinho e depois a discriminação da peça que foi feita, começo, término, quantas horas levou e com isso aqui o empregado recebia, entregava a peça e recebia, começava a fazer assim, no fim do mês juntava tudo, eu vinha para o escritório e cada peça tinha o seu valor tudo direitinho, todo mundo estava sabendo do preço das peças, eu tinha a lista lá embaixo (Meissner, entrevista, junho de 2005).

Com relação a esta prática, comum no sistema capitalista, o tempo, que no artesanato costumeiramente era orientado pelas tarefas, passa a ser medido e dosado pelo tempo do patrão, que o reduz a dinheiro. Nas indústrias artesanais, o trabalho apresenta uma sequência e nem sempre o artesão domina todas as fases. O trançado é a única tarefa que não pode ser fragmentada.

Depois de preparada a estrutura, esta é encaminhada para o setor do trançado, onde é recoberta com a trama, seguindo técnicas de cruzar as fibras para obter diferentes texturas e desenhos. O trançado pode ser simples, duplo, em forma de trança, exigindo muita habilidade e capacidade de visão espacial. Estruturas, fibras e imaginação tornam-

se objetos, pelas mãos dos artesãos. A figura 40 ilustra a execução de uma poltrona em trançado simples com casca de vime.



Figura 40: Trançado para confecção das peças da Movime.
Material: Casquinha laminada de vime em estrutura metálica.
Local: Movime, Curitiba, PR.
Fonte: Foto de autoria própria, ago. 2006.

3.2.3 Local de Trabalho

Artesãos trabalham em estações, que são compostas, basicamente, por: banco, mesa de apoio e algumas ferramentas de trabalho, como: tesoura (especial para corte de fibras), estilete, martelo, grampeadeira (para grampear as pontas das fibras na estrutura) e ponteão (para esconder as pontas no acabamento).

Cada um organiza seu espaço como acha mais adequado, de acordo com suas necessidades e seu entendimento de conforto. Alguns acomodam todas as ferramentas sobre uma mesa de apoio, ao alcance das mãos. Outros preferem deixar alguns instrumentos pendurados na parede. Os mais organizados têm uma prancheta com anotações sobre as peças feitas: desenhos e projetos; quantidade de material usado; horas trabalhadas para cada etapa; planilhas com o custo e quanto devem receber pelo trabalho.

No chão, ficam as fibras já molhadas previamente, para amolecer e facilitar o trançado. São selecionadas por tipos e tamanhos e

limpas (retirados os nós e imperfeições), como mostra o artesão na foto que segue.



Figura 41: Preparo das fibras – vime e junco.

Local: fábrica Raffinato, Curitiba.

Fonte: Foto de autoria própria, out. 2008.

Fazendo um parêntesis, falo um pouco sobre o que percebi sobre a aproximação entre o trabalho e a vida de artesãos, que se reflete na forma como organizam seu local de trabalho e relacionam-se entre si. Muitos falaram que consideram o local de trabalho a sua segunda casa. Cido²⁵⁰ contou que, por inúmeras vezes, teve que deixar funcionários dormirem na fábrica porque tinham problemas em casa, não tendo onde ficar, ou, sobre um caso pior, de um jovem que trabalhava para sustentar o vício das drogas. “Um dia ele me pediu pra prender ele de noite e levar a chave pra que não pudesse sair na rua e procurar drogas”. Este relato que escancara conflitos existentes em muitos ambientes de trabalho, mas que, pela relação de proximidade entre “patrão” e “empregado”, ambos trabalhando juntos e com uma origem comum (pessoas simples, pertencentes à comunidade de Santa Felicidade e arredores e, muitas vezes, parentes) são extravasados no ambiente destas fábricas artesanais.

²⁵⁰ NORONHA, Aparecido. Entrevista concedida à autora em Curitiba, out. 2008.

Alguns artesãos buscam identificar suas estações de trabalho, imprimindo marcas pessoais, como retratado na imagem a seguir. O artesão, além de organizar as ferramentas e material para o trançado no seu espaço, fez uma ambientação para personalizá-lo e sentir-se inserido em um mundo não tão impessoal de trabalho. Banco forrado, o rádio tocando as músicas preferidas ao lado, celular e, na parede ao fundo, imagens religiosas - um crucifixo rodeado de fitas do “Senhor do Bonfim”, e um rosário, além de vários desenhos e grafismos que expressam seus sentimentos e personificam o espaço.



Figura 42: Execução do trançado de peças em fibras.
Local: fábrica Raffinato, Curitiba.
Fonte: Foto de autoria própria, out. 2008.

A irreverência e o bom humor de suas atitudes encontram-se expressos em cada detalhe, a exemplo da plaquinha com os dizeres: “silêncio, chefe meditando”. Indaguei-o sobre as imagens referentes à Itália, como, uma bandeira, um recorte com a palavra “Roma” e fotos de tonéis de vinho com o nome “Zanotto”. Disse ser parte de sua memória: “Minha família é Zanotto e veio da Itália. Se Deus quiser um dia vou pra

lá conhecer”. Alegre, disse gostar do seu trabalho, que já é tradição de família desde a geração do avô ²⁵¹.

Retomando a questão da técnica de trançado, artesãos relataram que, antes de ser usado para o trançado, o vime deve ser deixado de molho na água para ser amolecido, pois, quando seco, torna-se muito rígido. Sobre esta fase de trabalho, Izair Zannoti ²⁵² relata sua experiência em uma das primeiras fábricas de Curitiba:

[...] nós trabalhávamos em, nós chamávamos de banca, [...] a gente tinha uma mesinha onde tinha uns pregos separados, a sua tesoura, o seu martelo, cada um organizava como podia, uma lata de água para molhar o vime. Você molhava no tanque o vime depois você ia para trabalhar e tinha que continuar molhando. No inverno era muito difícil porque o vime resseca muito e você gela as mãos, espirra água também da cintura para baixo e você molha os joelhos, trabalha assim molhado. Trabalhar com o vime no inverno é ingrato, você está sempre com a mão molhada.

Mãos molhadas, calejadas, queimadas e com anos de dedicação! A maioria dos funcionários é “pessoal antigo, os jovens não têm paciência e acabam desistindo logo”, pontuou Cido ²⁵³.

3.2.4 Acabamento

Nesta etapa, apareceu mais recorrentemente a figura feminina na produção. Quase a maioria, ocupa funções administrativas ou trabalha na costura de estofamentos e acabamento de peças. A indústria Movime, que é administrada por uma mulher – Emilene, filha de Eromir Stival – foi o local em que vi mais mulheres trabalhando no chão de fábrica. Algumas (poucas) no trançado, outras no setor de expedição, na embalagem e, a maioria, no acabamento, fazendo a correção de pequenos defeitos (maquiagem) e eliminação das rebarbas da fibra. Para o acabamento de peças em fibras, depois destas serem lavadas e secas, são lixadas e utiliza-se o fogo para queimar algum fio que fique solto. A artesã que trabalha nesta etapa comentou que não é muito fácil, pois “o maçarico, tem que saber controlar para não se queimar” ²⁵⁴.

²⁵¹ Artesão não identificado. Entrevista concedida à autora em Curitiba, out. 2008.

²⁵² ZANNOTI, Izair. Entrevista concedida à autora em Curitiba, 2005.

²⁵³ NORONHA, Aparecido (Cido). Entrevista concedida à autora em Curitiba, out. 2008.

²⁵⁴ Artesã não identificada. Entrevista concedida à autora em Curitiba, out. 2008.



Figura 43: Execução de acabamento de peças em junco, com maçarico.

Local: fábrica Movime, Curitiba.

Fonte: Foto de autoria própria, out. 2008.

Quando usadas fibras como do apuí, os poros têm que ser fechados com massa para eliminar imperfeições e rachaduras aparentes para, só então, aplicar selador. Após esta fase, pode-se passar verniz ou fazer pintura com tinta. Na indústria Raffinato, como aparece na imagem seguinte, esta fase tem um número grande de funcionários, que normalmente trabalham mal acomodados, improvisando banquinhos. Dificilmente usam equipamento especial, como luvas, óculos de proteção e máscaras. Aspiram o pó, resíduos de lixa e tintas que, como declararam, sabem fazer mal à saúde, mas não se importam com isto, conformando-se: “são os ossos do ofício”.



Figura 44: Setor de pintura e acabamento de peças em fibras.

Local: fábrica Raffinato, Curitiba.

Fonte: Foto de autoria própria, out. 2008.

No caso do verniz, normalmente há uma câmara especial onde a pintura é feita por pistola, incorporada a um dispositivo que retira a umidade do ar, evitando que se deposite água na superfície pintada, o que melhora a qualidade do acabamento, além do sistema evitar a contaminação do ar e inalação de substâncias tóxicas por quem trabalha. Relembrando as origens desta técnica, na década de 1960, Erico Meissner, comentou: “eu inventei um filtro que esfriava a água. O ar, quando entrava no filtro, ele era esfriado e separava a água do ar e só passava o ar frio daí, sabe? Ficava isento de umidade e partículas [...] porque do compressor o ar sai quente”²⁵⁵. Esta fala revelou que inovações tecnológicas são desenvolvidas localmente, a partir de conhecimentos cotidianos, e que estes reestruturam práticas de produção para aprimorar técnicas.

Na fábrica Raffinato, há uma câmara especial para aplicação do verniz. É um local de aproximadamente dez metros quadrados, com as

²⁵⁵ MEISSNER, Erico. Entrevista concedida à autora em Itapoá, SC, jun. 2005.

paredes sem acabamento, uma espécie de filtro na janela ao fundo, exaustor e o compressor com a pistola de pintura (figura 45).



Figura 45: Foto da cabine de envernizamento.

Pistola e compressor, à direita.

Local: Raffinato, Curitiba.

Fonte: Foto de autoria própria, ago. 2009.

No caso da indústria pioneira - Móveis Schulz, houve muita investigação e pesquisa sobre os vernizes utilizados. Foram feitos contatos com uma empresa do Rio Grande do Sul que, na década de 1950, desenvolveu um verniz chamado *Militec*, que tinha que ser feito a partir de uma mistura, utilizando um endurecedor, e que, portanto, não podia ser estocado pronto. Este segredo da fórmula era guardado a sete chaves.

Era um verniz todo especial, como é que eles chamavam..., com endurecedor. Não era um verniz comum. Era um verniz especial que a gente tinha que fazer a composição, juntar.[...] Nós isolávamos a madeira com seladora, à base de nitro-celulose. Aplicava primeiro, bem lixado, bem lixado mesmo. Depois aplicava a seladora, lixava de novo, fazia outra aplicação, depois lixava de novo. Quer dizer, ficava

polido que só vendo. Então, isso era tudo que dava a diferença, virava um espelho![...] ²⁵⁶.

A excelência na qualidade do envernizamento das peças deve-se a cuidados especiais no processo, que envolve várias etapas. Depois de passado o selador, o móvel é lixado várias vezes, para, só depois, aplicar a última camada de verniz (figura 46).



Figura 46: Foto de acabamento e pintura - lixamento.

Local: Raffinato, Curitiba.

Fonte: Foto de autoria própria, ago. 2009.

A fase final da produção dos móveis consiste na colocação de estofamentos e revestimento com tecidos, quando for o caso. O móvel é embalado e enviado para o destino de comercialização ou direto ao consumidor, pois, normalmente, não há estoque. Quase tudo é feito sob encomenda.

²⁵⁶ MEISSNER, Erico. Entrevista concedida à autora em Itapoá, jun. 2005.

3.3 Materiais e inovações estéticas: o despertar para o design no processo

Embora o vime seja uma matéria-prima considerada ecologicamente correta (nasce na beira de rios, compondo a mata ciliar; a colheita é feita por podas, não ocorrendo extrativismo depredatório; o beneficiamento não é poluente, se feito adequadamente; não produz resíduos, podendo ser compostado se não receber acabamento superficial com substâncias tóxicas; entre outros fatores discutidos ao longo da tese), mais barata que as outras fibras aplicadas em móveis contemporâneos e arraigada à tradição artesanal de Santa Felicidade, nos dias de hoje, este material tem encontrado alguma resistência no mercado consumidor.

Outros materiais utilizados no trançado de móveis e artefatos, como o junco e o apuí, provêm do Norte do Brasil, sendo obtidos, na maioria dos casos, por meio de extrativismo depredatório na Floresta Amazônica. Além da forma de extração ser prejudicial ao meio ambiente, o deslocamento do Norte para o Sul, acarreta em um custo maior da matéria-prima, que percorre longas distâncias, encarecendo o produto e causando poluição pela emissão de gás carbônico (CO₂) no transporte. Hoje, a relação de preços que se tem no mercado é a de que uma quantidade de junco custa três vezes mais que o equivalente em vime, no entanto, o junco continua a ser usado devido a uma imagem negativa construída em relação ao vime.

Segundo relatou Eromir Stival, isto se deu pelo mau uso ocasionado pela produção “caótica” ocorrida em Curitiba por volta dos anos 1970 e 80. O crescimento desordenado de pequenas indústrias artesanais, devido à onda de desemprego iniciada naquela época, levou muitos artesãos à informalidade, à falta de estrutura de trabalho e à produção sem os devidos conhecimentos técnicos, problemas estes que se prolongam até os dias de hoje.

O que acontece, é que hoje tem muito desemprego. Aqui e em Campo Magro, foi feito um cálculo, existem três mil artesãos trabalhando com vime. E...cada um tentando fazer mais barato... [o] que quer dizer que a qualidade cada vez vai diminuindo. Então, por isso que o vime desvalorizou. A pessoa vai tentando fazer cada vez mais barato, mais barato... Então, tem vime em toda esquina²⁵⁷.

²⁵⁷ STIVAL, Eromir. Entrevista concedida à autora, em Curitiba, jun. 2004.

Relativizando esta afirmação, saliento que esta é a visão do artesão-empresário Eromir, defendendo seu campo. Estes “trabalhadores”, que não são considerados artesãos, ou seja, não pertencem ao círculo de relações cosmológicas relacionadas à tradição que as famílias pioneiras reivindicam para si, possuem um papel discriminatório no sistema. Na maioria dos casos são trabalhadores informais que prestam serviços às empresas em momentos de excesso de demanda, quando as fábricas não conseguem atender pedidos com seus funcionários legalmente contratados.

A perversidade do sistema capitalista em si, sem querer imputar culpa a ninguém especificamente, consiste em explorar esta mão-de-obra que é descartada assim que a demanda cessa. Estes trabalhadores, no entanto, como tiveram algum treinamento e dominam a técnica do trançado, continuam a executar móveis para serem vendidos em outros circuitos, que não os atendidos pelas fábricas e lojas maiores (que atendem a camadas mais abastadas economicamente da população). Os móveis produzidos por estes artesãos, anonimamente, são vendidos em lojas menores e na “beira da estrada”, atendendo a outras demandas (camadas populares). Esta segmentação gera tensões, mas são formas de resistência e luta de artesãos informais que querem se manter no mercado²⁵⁸.

Os produtos podem perder qualidade e durabilidade, pela falta de tratamento dos materiais e por não empregarem técnicas adequadas. Com baixo valor e descaracterizados de seu mérito cultural, os artefatos em vime, por algum tempo, foram associados a algo sem qualidade e de pouca durabilidade. Passou a ser um móvel mais utilizado em casas de praia e campo devido ao aspecto mais natural e leve das fibras, ao frescor que proporcionam pelo fato do trançado aberto permitir a ventilação e, por ser leve, permite ser movimentado do interior para o exterior. Outro fator importante foi a introdução do trançado em fibras sintéticas, o que adaptou este mobiliário às condições litorâneas.

Os artesãos/empresários paranaenses tinham passado por crises de auto-estima, começando nos anos 1980, quando algumas grandes

²⁵⁸ Na tese optei por uma análise não econômica do processo e, desta forma, apesar da relevância da discussão sobre a fragmentação e processos de exploração do trabalho no sistema de produção artesanal de móveis em fibras, dentro da lógica capitalista, não estarei aprofundando a questão. Ao fazer esta opção, assumo certos riscos e fragilidades diante da aparente “omissão”, ao deixar de problematizar a questão. No entanto, ressalto ser contra o processo e assumo postura de buscar alternativas práticas para reverter o quadro, a exemplo de algumas ações que desenvolvi em parceria com a Secretaria de Estado da Agricultura (Emater), de 2005 a 2007, objetivando a formalização e promoção do setor por vias do associativismo e cooperativismo.

indústrias, a maioria de São Paulo, dominaram o mercado, ditando normas e preços. Representantes destas vinham para a região de Curitiba e “rifavam” o preço dos móveis, comprando de quem fizesse mais barato. Esta expropriação de meios e políticas de desvalorização do trabalho do artesão começou por volta da década de 1970, como relatou Armando Túlio²⁵⁹. Funcionários de fábricas de São Paulo vieram para Curitiba buscar móveis que tinham encomendado e ficavam um tempo na fábrica, fazendo uma espécie de “espionagem industrial”. Inclusive, “levaram uns funcionários nossos para São Paulo. Os melhores!”²⁶⁰.

A partir desta época, algumas indústrias paulistas conseguiram se afirmar no mercado, pois, estando mais próximas dos maiores centros consumidores - São Paulo e Rio de Janeiro, conseguiam formalizar um maior número de encomendas. A publicidade foi uma das principais estratégias usadas para difundir o móvel e ampliar mercados. Os anúncios ligavam a materialidade e técnica a estilos de vida e ideias de bem estar. Nas análises que fiz em periódicos, em um primeiro momento, percebi a intenção de deslocar o móvel da matéria prima que originalmente o caracterizava - o vime. Esta fase deu-se em meados de 1990, sendo que, mais precisamente tive algumas referências de 1996, quando a empresa Cerello lançou uma linha para jardim feita em fibra sintética trançada.

O anúncio da figura 47 exemplifica este deslocamento discursivo, que associa a imagem do móvel artesanal a estilos de vida. Os móveis, feitos em alumínio (leveza) e fibras sintéticas (resistência às intempéries), foram mostrados ambientados em jardins. O trançado possui a trama fechada, que valorizava a forma dos móveis e sua materialidade muito mais do que o trabalho do trançado. Detalhes revelavam a presença do material que foi introduzido nesta época: o alumínio. O revelar deste material, entre as fibras, conferiu-lhe um status de protagonista na corporeidade do móvel. A transparência do vidro, na mesa, e as cores neutras do material sintético distanciaram-no dos tons marrons que poderiam remeter às fibras naturais.

²⁵⁹ TÚLIO, Armando. Entrevista concedida à autora em Curitiba, ago. 2009.

²⁶⁰ Na época, a Móveis Túlio contava com mais de cem funcionários e uma estrutura muito bem montada, que a tornava a maior e referência em tecnologia em todo Brasil.



O prazer com estilo



Você não precisa pagar muito mais para ter seus momentos de lazer com conforto e estilo. A Armando Cerello está lançando a sua nova linha Tinay, uma coleção de móveis em alumínio e fibra sintética para jardins e varandas. Produtos leves, resistentes e com design moderno. Compare preço e benefícios. Você não vai resistir.



RICARDO RIBEIRO

PRODUÇÃO: INEL ANTONIETTO

 Núcleo Paulista
de Decoração

TINAY
COLLEÇÃO

ARMANDO
CERELLO

São Paulo - SP - Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 1264 - Fone: (011) 853-3400 - Shopping D&D - Av. das Nações Unidas 12.555 - Loja 315A - Tel: (011) 893.9880
Lar Center - Av. Otto Baumgart, 580 - Lga 314A • Belo Horizonte - MG - BR 356 - nº 2.200 - Lojas 145 e 146 - Fone: (031) 286-4028/286-4029

P55

Figura 47: Imagem de anúncio do lançamento de móveis.

Local: indústria Cerello

Material: fibras sintéticas.

Época: Setembro 1996.

Fonte: Revista Casa Claudia, p.55.

O anúncio enfatizava o “prazer com estilo” que os móveis poderiam proporcionar. Situava espacialmente o lugar destes móveis: jardins e varandas e, também, ressaltava as propriedades do material de que era feito - a fibra sintética. As características físicas apontadas como benefícios deste novo material foram: resistência (para contrapor à ideia do descartável que tinha sido associada ao vime) e leveza (ideal para locais externos, possibilitando o deslocamento). Esteticamente é destacado o caráter de ser um móvel com design moderno. A palavra *design* começa a entrar como um atestado ou certificação de qualidade física e estética de produtos e, assim como a palavra *estilo*, remete para uma hierarquia de gosto²⁶¹.

Outro marcador do anúncio é o preço, mas que se disfarça sob a proteção de outras duas categorias que não remetem diretamente ao dinheiro e, sim, ao que ele pode mediar: conforto (evoca necessidade prática) e estilo (evoca distinção – simbólica, de classes). “Você não precisa pagar muito para ter seus momentos de lazer com conforto e estilo”. “Compare preço e benefícios”. Este fator, em especial, afetou os artesãos/empresários de Santa Felicidade, Curitiba. Percebendo que era impossível continuar a produzir para cobrir custos, muitos deixaram de fornecer para este mercado que, de certa forma, não valorizava devidamente a mão-de-obra, tradição local e o trabalho de quem produzia os artefatos.

Segundo pesquisas recentes de consumo, a exemplo de Goidanich²⁶², os consumidores brasileiros ainda não se sensibilizam muito pelas condições de produção dos artefatos - aspectos referentes à materialidade, culturais ou valorização do trabalho - tendo este item peso praticamente insignificante nas escolhas e atos de compra. Alguns movimentos pontuais, que pude perceber em pesquisas, especialmente na Europa, como o *fair trade*, *slow food* e design territorial²⁶³, propõem mudanças de comportamento por conscientização de consumidores em relação à esfera da produção.

Bernadete Brandão²⁶⁴ aponta que, no caso dos produtores de Santa Felicidade, esse processo de conscientização do setor é lento e, em

²⁶¹ BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: EDUSP, 2007.

²⁶² GOIDANICH, M. E. **Preocupação ambiental no supermercado**: como se comportam e o que pensam mulheres de camadas médias de Florianópolis. V ENNPPAS, Florianópolis, 2010.

²⁶³ Os movimentos de fair trade (comércio justo), slow food (mudança de hábitos de consumo e relacionamento com os alimentos) e design territorial (ligar produção e consumo valorizando territórios, formas de produção e identidades), serão abordados com mais profundidade no capítulo 6.

²⁶⁴ BRANDÃO, Bernadete. Entrevista concedida à autora em Curitiba, 2009.

parte, fruto de uma aproximação do design com o artesanato. Segundo relata, pode-se perceber que “entrou alguma coisa do nosso trabalho [designers] que, de certa forma, fez um reconhecimento daquilo que tinham de bom [empresas], repercutiu na forma deles agirem, fez com que crescessem, que acreditassem no valor que tinham”. No início, a aproximação foi difícil, mas, o tempo mostrou que ações de design poderiam mudar algo e foi aberta uma “brecha” para possíveis metamorfoses de produtos e processos.

Uma das primeiras indústrias paranaenses que teve a iniciativa de aproximar-se do design para tentar “inovar” em processos produtivos e artefatos foi a Movime. A empresa de design *Inove Store*, no final da década de 1980, recebeu a tarefa de projetar novos produtos, inovar esteticamente e materialmente o existente. Foi sugerido o uso da fibra sintética polimérica (PSR), importada pela Movime com exclusividade para o Brasil para a criação de linhas completas de produtos para áreas exteriores, contudo, apenas dois produtos foram lançados no mercado.

Apesar do caráter inovador e pioneiro que abriu um novo “nicho” de mercado, visto que as fibras naturais - como o vime - não apresentavam boa durabilidade sob intempéries, esta primeira experiência com o design não obteve o êxito esperado pelo proprietário da indústria. Mostrou que só o desenvolvimento de novos produtos e uso de novos materiais não seria suficiente no caso desta indústria. Seria necessário muito mais, como a adaptação do processo de fabricação, da estrutura e planta fabril, previsão de investimentos para a publicidade e o lançamento destes produtos no mercado, o que não foi efetivado. Devido à falta de visão estratégica, naquele momento, não houve continuidade na produção e quase 20 anos depois, em 2010, o material sintético PSR ainda estava “encalhado” na fábrica. Mas, houve um benefício real deste trabalho de design: o lançamento de móveis para áreas externas que abriu novas oportunidades e mercado.

3.4 Móveis contemporâneos e o caminho para a sustentabilidade

Para buscar o reconhecimento que alavancasse a produção, a Movime desenvolveu produtos com outra empresa, a *Nomad Design*. A intenção era satisfazer a questão funcional e estética, mas, novamente, após alguns meses de lançamento dos produtos percebeu-se que estes não foram vendidos de acordo com o esperado. Diante deste fato, os designers Rodrigo Karan e Rodrigo Kneib, iniciaram um processo de análise mais aprofundada dos processos, começando pelo ciclo de vida

do produto (ACV)²⁶⁵, que percorria um caminho muito mais extenso do que comumente o desenho de novos produtos.

A partir de análises, pesquisas de mercado e mapeamento de processos, foram detectadas lacunas em áreas como *marketing*, administração e produção. Constatou-se que, além da criação de artefatos, faltava suporte para implementação de processos (gestão da produção) e efetivar mecanismos de comunicação que divulgassem os produtos no mercado. Sem o encadeamento das esferas de criação, produção, divulgação e consumo, ações de design acabavam sendo insuficientes para ampliar vendas, objetivo principal da Movime naquele momento. Desta forma, em paralelo aos serviços de design de produto, houve a contratação de consultoria em identidade visual, que contemplou a criação de nova marca, imagem dos catálogos e *website* que refletissem mudanças esperadas na postura de divulgação perante o mercado.

Houve trabalho de reposicionamento da marca Movime, buscando identificá-la a produtos com design. A linha Cambuci (figura 48) foi um dos resultados deste trabalho, conjugando ações na criação, produção e circulação dos artefatos. O vime foi substituído pelo junco, matéria-prima vinda da Região Norte do Brasil. Eromir Stival declarou que pensou até em mudar o nome da empresa, pois, “Movime tem o vime no nome e, como este é um material que não é bem visto no mercado, parece que *atrasa* a vida da empresa”²⁶⁶.

Apesar do junco ser um material muito mais fácil de trabalhar (comparativamente ao vime) pela sua maior maleabilidade e comprimento longo das fibras, depois de alguns anos de uso a mudança de material acabou sendo mais um motivo para frustração e preocupação com problemas ambientais do que uma solução no processo. A faceta do junco como sustentável deve-se ao fato de ser uma fibra que cresce como parasita em árvores e, se colhida manualmente e da forma correta, respeitando os ciclos naturais, não afeta a planta mãe.

No entanto, pensando-se no processo como um todo, esta certeza da sustentabilidade esvai-se. O junco é muitas vezes resultante de extrativismo predatório. Pessoas, não tão engajadas a princípios

²⁶⁵ A análise do ciclo de vida (ACV) de um produto ou sistema é formatada por uma lista de critérios e instrumentos para avaliar etapas de produção e elencar possíveis gargalos e falhas no processo. Entre estes cito: System Design Oriented (SDO toolkit); ICC toolkit, ambos elaborados pelo Laboratório de Design e Inovação para a Sustentabilidade (DIS) do Polimi (Politécnico de Milão –Itália). O acesso para consulta e utilização dos instrumentos está disponível em: <http://www.lens.polimi.it> - tools.

²⁶⁶ STIVAL, Eromir. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Curitiba, set. 2009.

ecológicos, derrubam árvores para tirar a fibra, pois estas crescem em alturas muito elevadas. Como é oriundo da região amazônica (principalmente do Pará) percorre longas distâncias para chegar ao Sul e Sudeste, poluindo o ambiente na etapa do transporte – mais uma desvantagem em termos ecológicos.



Figura 48: Poltrona Camburi.

Autoria: designers Karam e Kneib

Época: 2003.

Local: Curitiba - catálogo da Movime.

Material: Estrutura de metal, tramas em junco, pés e acabamentos em madeira.

Fonte: Foto cedida por Eromir Stival.

Conhecedoras do valor ecológico das fibras naturais e, principalmente, do que estas representam no histórico de sua tradição com artesanato, várias empresas que produzem móveis trançados em fibras moveram esforços para revitalizar o uso de matérias primas locais em seus produtos²⁶⁷. Há cerca de dez anos têm sido desenhadas ações

²⁶⁷ Algumas pesquisas vêm sendo feitas para comprovar a viabilidade da utilização das fibras naturais, ressaltar suas propriedades físicas, químicas, durabilidade e formas de uso. Vale ressaltar a tese da designer Marilzete Nascimento, sobre as características que valorizam o vime como matéria-prima sustentável. NASCIMENTO, Marilzete B. **Aspectos Técnicos e**

tentando reverter e reabilitar a imagem do vime e do móvel artesanal, relacionando-os a produtos de alta qualidade, durabilidade, à tradição local e processos sustentáveis.

Se, até os anos 1970, inovações nos móveis foram relacionadas a técnicas e materiais; nos anos 1980 foram de reestruturação e busca de novas linguagens estéticas; a partir da década de 1990, passou a haver a inserção de estratégias produtivas, como as relativas a processos eco-compatíveis, sendo estes mais do que uma demanda, uma necessidade. O recrudescimento de leis ambientais que obrigam as empresas a fornecerem certificado de procedência dos materiais, levou empresas a investirem na pesquisa de alternativas locais, mais baratas e sustentáveis em toda a cadeia produtiva.

3.5 Processos de singularização de móveis artesanais mediados por identidades e materialidades

Desde que entrei pela primeira vez na Movime, em meados de 2004, reparei na posição de destaque que a poltrona *Scoppo*, de autoria da designer Bernadete Brandão, ocupava no *show-room*, entre tantos outros artefatos. O relevo dado ao móvel também era evidente no imaginário e discursos de artesãos, funcionários e do proprietário da indústria - Eromir Stival. A poltrona *Scoppo* pode representar um exemplo de mobiliário contemporâneo que respeita o fazer tradicional, relaciona questões materiais, sociais e culturais convergentes com o tema da sustentabilidade.

A poltrona recebeu, em 2002, o prêmio CNI²⁶⁸ - Gestão do Design e Ecologia. Esse prêmio foi consequência da qualificação do processo de produção ocorrido na empresa, com bases no processo produtivo sustentável planejado pela designer para o produto e desenvolvido pela Movime. Foi exposta na mostra Criação Paraná (edição 2002), o que deu visibilidade tanto à empresa quanto aos conceitos e processos sustentáveis que o trabalho com fibras naturais poderia representar.

Sociais Para a Sustentabilidade da Produção e Artesanato do Vime. Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Engenharia Florestal do Setor de Ciências Agrárias da Universidade Federal do Paraná, 2009. Disponível em: http://www.floresta.ufpr.br/pos-graduacao/defesas/pdf_dr/2009/t266_0335-D.pdf. Acesso em: ago.2010.

²⁶⁸ CNI – Confederação Nacional da Indústria. “O Prêmio CNI é o reconhecimento da Confederação Nacional da Indústria às empresas que adotam boas práticas nas áreas de Inovação e Produtividade, Design e Desenvolvimento Sustentável”. Fonte: <http://www.cni.org.br/portal/data/pages/FF80808121C7C7500121D3230ED127D0.htm>. Acesso em: 23 set. 2010.

Esta ação abriu brechas para novos projetos, também de outras empresas, e para fortalecer o papel fundamental do designer como um dos mediadores capazes de estabelecer elos entre produção e consumo. E quais vínculos estabelecidos mereceram reconhecimento, na Movime? O principal apontado foi a retomada de elos entre tradição, identidade e produção. O empresário Eromir encontrou ecos de seus anseios e crenças nos produtos que a designer projetou.

Além do Prêmio CNI, o trabalho de Bernadete com a Movime obteve a premiação do órgão FIESP, versão 2002/2003, na categoria *ecodesign*. Esse prêmio beneficiou a empresa com o selo de produto ecológico, abrindo novos horizontes e delineando possibilidades para inserir-se em um novo “nicho” - do design sustentável. Este “desvio” não invalidou a “rota” delineada pela tradição artesanal de longos anos. Apenas houve um reposicionamento para manter a Movime no mercado, buscando outras narrativas que (re)significassem a produção ligada à tradição do trançado em fibras. No sentido posto por Appadurai,

Ao observar a vida social das mercadorias em qualquer sociedade ou período dado, parte do desafio antropológico é definir a trajetórias relevantes e habituais, de modo que a lógica dos desvios possa ser entendida de um modo apropriado e relacional. A vinculação entre rotas e desvios é, em si mesma, histórica e dialética [...]. Desvios que se tornam previsíveis, estão a caminho de se tornarem novas rotas, que, por sua vez, irão inspirar novos desvios ou retorno às rotas antigas. [...]. o desvio é com frequência uma função de desejos irregulares e demandas novas²⁶⁹.

Desejos e demandas são as motivações principais dos projetos de produtos e sistemas que o design materializa. Nesta perspectiva, o trabalho da designer Bernadete, foi de (re)posicionar o artefato - poltrona - no contexto da trajetória cultural e histórica da empresa, ao mesmo tempo em que buscou atender a uma demanda por produtos sustentáveis e ecológicos que vêm sendo socialmente apreciados. A designer realizou um trabalho de resgate cultural local, salientando a trajetória histórica de Santa Felicidade e os valores de tradições, identidades e matérias primas locais (especialmente o vime). Fez uma

²⁶⁹ APPADURAI, A. *A Vida Social das Coisas*: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EdUFF, 2008, p.1991. p. 45 e 46.

profunda pesquisa sobre as trajetórias das pessoas²⁷⁰ e produtos, mediada por encontros, palestras e debates com artesãos da região, que forneceram dados sobre matérias-primas, técnicas tradicionais e identidades.

Quanto ao processo de criação, que resultou na poltrona (figura 49), Bernadete narrou que a concepção partiu desse “resgate da cultura local”, uma região de imigrantes italianos, bem como a “revalorização do vime, que é uma matéria-prima sensacional – [que] pode ser produzida localmente e é totalmente sustentável”²⁷¹. A inspiração para o produto veio de um dos elementos mais marcantes da identidade dos ancestrais - a cesta de “quilo” ou “cesta italiana”. O formato da cesta inspirou a forma do assento da poltrona.

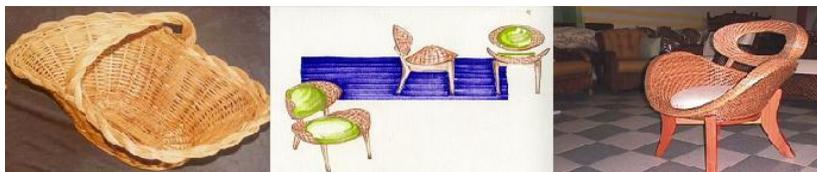


Figura 49: Fases da criação da Poltrona Scoppo – da ideia ao produto.

Autoria: designer Bernadete Brandão.

Material: vime

Local: Empresa Movime, Curitiba.

Época: 2002.

Fonte: Arquivo da Movime, fotos cedidas por Eromir Stival, jun. 2008.

Técnicas foram retomadas para serem utilizadas na confecção, bem como reabilitar o uso do vime no trançado. Metamorfoses do artefato - cesta - não a obscureceram como elemento tradicional. A poltrona materializou este significado e, ao circular valores culturais, deu visibilidade a processos e sujeitos. Novas transformações sucederam-se, atualizando a poltrona em relação a trajetórias sociais ligadas à sustentabilidade, uma das “bandeiras” de Bernadete.

Algumas ações apontadas por Bernadete Brandão²⁷², que resultaram na certificação ecológica da cadeira, foram: valorização da tradição local; retomada do uso do vime; compra deste material de

²⁷⁰ Além de designer, Bernadete tem formação na área de psicologia, o que a habilita a lidar com propriedade com processos de identidades e conflitos.

²⁷¹ BRANDÃO, Bernadete. Entrevista concedida a Mariuze Mendes, em Curitiba, jul. 2009.

²⁷² Id., out. 2009.

plantações sustentáveis²⁷³; uso de eucalipto certificado na estrutura; custo competitivo monetariamente com o material em uso na indústria (junco); uso de novos modelos de trançado do vime, proporcionando maior conforto; promoção da imagem da vantagem da resistência das fibras naturais ser superior a de outras fibras, a exemplo de algumas sintéticas; uso de matérias primas biodegradáveis em todas as etapas da produção (processo limpo); reaproveitamento de aparas e descarte para peças menores ou, a queima como geradora de energia térmica necessária em etapas da fabricação; melhoria das condições de trabalho e renda dos artesãos.

Houve, também, um processo de fomento de práticas administrativas inovadoras, avaliação de oportunidades e estratégias de mercado, bem como o estabelecimento de objetivos e metas a serem atingidos para ligar produtores e consumidores. Ações e projetos de novos produtos, com base no pensamento sustentável, também foram incentivados, ocorrendo transformações nos produtos tradicionais, dentro da capacidade produtiva, de investimento e crescimento da empresa Movime. Esta parceria foi facilitada pelo Núcleo Paranaense de Design²⁷⁴, que subsidiou 70% do custo de contratação da profissional. A ação objetivou alavancar a economia local, bem como resgatar e valorizar técnicas e materiais (fibras naturais) tradicionais de Santa Felicidade.

Estas características podem ser valorizadas por grupos que partilham projetos e estilos de vida ligados à natureza, ecologia e sustentabilidade. Como nestes pequenos grupos, ligados por redes sociais, podem desenvolver-se processos de singularização²⁷⁵ de objetos, colocou-se um problema especial: Como esta forma de singularização experimentada com a poltrona Scoppo e outros móveis em fibras podem apresentar um “selo” de aprovação conjunta que valorize e/ou referencie objetos os ligando a estilos de vida? Nos anos 1990, foram criados organismos institucionais, a exemplo do Núcleo de Design,

²⁷³ Plantações sustentáveis são aquelas que respeitam os ciclos da natureza e as práticas de preservação ambiental, e, também, relações de trabalho justas, práticas sociais e culturais de localidades que as mantêm.

²⁷⁴ O Núcleo Paranaense é um órgão que tem como propósito principal aproximar designers e empresários, para resolver questões de projeto e implementação da produção. Em conjunto com o Sebrae, possibilita um financiamento para empresas que desejam investir em design nos seus produtos.

²⁷⁵ Aqui me reporto ao que foi posto, no capítulo 1 e início do capítulo 2, sobre processos de singularização, com base nas teorias de Appadurai e Kopytoff. KOPYTOFF, I. **A Biografia Cultural das Coisas**: a mercantilização como processo. In: Appadurai, A. *A Vida Social das Coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: EdUFF, 2008.

especializados no controle, apresentação e circulação de significados, ligados a artefatos, à sociedade, que poderiam ser um caminho, mas não o único. Estratégias maiores teriam que ser delineadas.

Algumas fábricas, como a Movime, têm investido em formas de produção ecologicamente corretas, que incluem o emprego de materiais e práticas produtivas de baixo impacto ambiental, em todas as fases do ciclo de vida de produtos. Estas ações permitem receber certificação necessária para a inserção em esferas do “ecologicamente correto”. A empresa, por exemplo, fez parcerias com instituições de ensino para pesquisar produtos e sistemas que traduzam nova postura - a de ser *sustentável*²⁷⁶.

Entre as fibras introduzidas, que possibilitam comunicar relações de artefatos com a sustentabilidade, cito: bananeira, bambu e taboa, todas facilmente encontradas nas imediações das fábricas de Curitiba, o que reduz impactos ambientais com transporte, minimizando processos poluentes na extração, tratamento, produção e descarte.

A partir destas práticas, indústrias artesanais reestruturaram sua forma de produção, circulação e comunicação com o consumo, adotando processos sustentáveis na forma eco-compatível de produzir. Como relatou Eromir Stival, “hoje eu prefiro trabalhar tranquilo, sem a pressão do IBAMA²⁷⁷, do governo, dos clientes, por não fazer a coisa certa. Eu mesmo coordeno os artesãos, para verificar se o material tem sido bem aproveitado, se não tem desperdício, se o móvel é feito com qualidade”²⁷⁸. Também mostrou as mudanças que fez no local de trabalho, o adequando às demandas dos conselhos ambientais. “Aqui faço tudo direitinho, as fibras são tratadas com produtos que não poluem os rios, tenho usado acabamento com verniz à base de água e os resíduos são todos tratados”²⁷⁹.

O empresário reconhece o valor da criação de Bernadete e a importância para promover seus artefatos, no entanto, buscou traduzir a imagem original da *Scoppo* em outro produto – a poltrona *Armony* - que, segundo seu ponto de vista, seria mais viável comercialmente. Afastou-se da proposta conceitual inicial, do 100% ecológico (o aço cromado, usado nos pés da *Armony*, e seus processos de transformação não podem ser considerados sustentáveis). Este seria um “móvel para vender”,

²⁷⁶ Entre estas, a parceria com a UTFPR, que visou incentivar o projeto de produtos artesanais com fibras naturais segundo princípios de sustentabilidade. Esta interação será explicitada no capítulo 6 da tese.

²⁷⁷ Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis.

²⁷⁸ STIVAL, Eromir. Entrevista concedida à autora em Curitiba, set. 2009.

²⁷⁹ Ibid.

segundo sua percepção, uma vez que o cromado “está na moda”²⁸⁰. Novamente, a materialidade aparece como elemento que aciona e medeia mecanismos e discursos de atualização da trajetória do artefato *para* o mercado.

Segundo Eromir Stival, a *Armony* seria uma alternativa produtiva, pois “como a original é muito trabalhosa para ser feita - o furo do encosto é difícil de trançar - e vendia menos - pelo preço que tinha que cobrar, resolvi fazer um modelo mais simples e com os pés, ... sabe, estes que giram. Vendeu mais porque é mais barata [...]”²⁸¹.



Figura 50: banner com a poltrona Scoppo e versão à frente – poltrona Armony. Material da poltrona: vime. Local: Movime, Curitiba. Fonte: Foto de autoria própria, out. 2008.

Esta atitude de relativa desconstrução ou (re)elaboração criativa do trabalho realizado ao longo de dois anos pela designer Bernadete Brandão demonstra que há uma agência dos mestres-artesãos que relutam em entregar completamente a criação a profissionais, característica marcante deste setor a ser respeitada. Fica, assim, uma

²⁸⁰ STIVAL, Eromir. Entrevista concedida à autora em Curitiba, set. 2009.

²⁸¹ Ibid.

pergunta: haveria um ponto de equilíbrio entre o mercado, produção, as relações inerentes ao sistema capitalista e as utopias desenhadas pelos designers? Esta postura do artesão/empresário Eromir, ao tentar (re)mercantilizar a poltrona, barateando custos não seria um sinal de descompasso entre demandas, desejos e possibilidades? São questionamentos importantes para designers que interagem com o artesanato que podem servir como parâmetro de reflexão para ações futuras.

Sobre as variações da poltrona, que foram sendo feitas ao longo dos anos, percebe-se que objetivaram atualizá-la para que se mantivesse no mercado. Algumas, sem a participação e à revelia da intenção da designer que a projetou e, em outras, com a sua interação. A postura sobre a pouca venda da poltrona, relatada em entrevista feita em 2008, também já se transformou e, em 2009, a Movime havia mudado de posicionamento em relação à produção de artefatos. “Hoje, prefiro produzir menos, ter uma produção enxuta, fazer peças com maior ‘valor agregado’, para ter menos dor de cabeça. Quando se é grande, o tombo é grande, quando se é pequeno, o tombo é pequeno”²⁸².

Em 2009, passados sete anos de sua premiação e certificação segundo os conceitos de *ecodesign*, a poltrona, mantendo a mesma forma e os mesmos princípios - de só usar recursos locais, madeira certificada, fibras naturais e valorizar tradições e trabalho de comunidades locais - teve novamente a materialidade atualizada. O trançado passou do vime à fibra de bananeira e foi utilizado tecido de algodão orgânico para a almofada do assento.

O por quê desta reconfiguração vem de pesquisas feitas por Universidades²⁸³ que apontaram para a possibilidade de aproveitamento de fibras naturais resultantes do descarte de outros processos produtivos, utilizando-as na confecção de artefatos. O objetivo inicial foi oportunizar aos pequenos produtores rurais outras fontes de renda além do plantio, transformação e venda do fruto – banana. Relatando um pouco sobre a fibra da bananeira, esta é oriunda do pseudocaule da planta, que antes era descartado. A partir de pesquisas descobriu-se nova aplicação, e passou-se a valorizá-la como matéria-prima sustentável.

Na figura 51, são retratadas algumas etapas do processo de preparo da fibra para o trançado. O pseudocaule (foto superior direita) é cortado; as camadas internas são separadas com auxílio de uma faca (foto inferior esquerda) e cortadas em fatias de aproximadamente 3

²⁸² STIVAL, Eromir. Entrevista concedida à autora, em Curitiba, set. 2009.

²⁸³ Esalq – São Paulo; UTFPR e UFPR – Paraná.

centímetros no sentido longitudinal. Cada tira é fatiada na sua espessura, separando a renda (parte do meio, mais frágil), das capas (mais resistentes). Estas tiras são colocadas para secar, preferencialmente em estufa, para retirar toda a umidade. Em alguns casos, a fibra é submetida a um banho com cloro ou algum amaciante, para torná-la mais fácil de trabalhar e evitar a ação de fungos.



Figura 51: Etapas do processo de transformação da fibra da bananeira.

Local: Cooperativa de artesãos de Corupá, SC.

Fonte: Fotos de Mendes e Medeiros, abr. 2007.

A renda é normalmente utilizada para a confecção de peças pequenas, como bolsas, cintos, porta retratos, luminárias e outros objetos de decoração. As capas são destinadas ao trançado de peças maiores e móveis, pela resistência física que apresentam. As imagens da figura 52 mostram as fibras na fábrica, já preparadas, as capas secando (esquerda) e miolos em forma de trança (direita), para serem usados no trançado dos móveis.



Figura 52: Processo de secagem e preparo de fibras da bananeira.

Local: Fábrica Movime, Curitiba.

Fonte: Foto de autoria própria, out. 2009.

A criação de uma cadeia produtiva, incluindo outros produtos além do fruto banana, a exemplo das fibras e objetos artesanais feitos com estas, repercutiu positivamente em comunidades. Esta iniciativa constituiu-se em alternativa que insere produtos em redes de valor vinculadas a territórios. O grande desafio está em comunicar estes valores para que consumidores visualizem quem, como e onde os faz. Desenhar redes de valor ligando os artefatos aos territórios e identidades de quem produz a matéria-prima e os artefatos poderia ser uma das fases de projetos de design para o setor²⁸⁴.

No caso da fibra da bananeira aplicada ao setor produtivo de móveis artesanais trançados em fibras, o percurso liga territórios, comunidades e realidades distintas. Quem produz a fibra usada nas fábricas de Curitiba são artesãos do Vale do Ribeira, entre São Paulo e Paraná, ou de Jacarezinho, no norte do Paraná. As fibras são preparadas lá e, na forma bruta, trazidas para Curitiba para serem trançadas e transformadas em móveis. Para fazer os móveis, a fibra da bananeira pode ser usada em tiras ou transformada em tranças (figura 52), que são novamente tramadas em estruturas (figura 53).

²⁸⁴ A este respeito farei algumas considerações, partindo do desenho da rede de valor dos móveis trançados em fibras de Santa Felicidade, a ser apresentada e discutida no capítulo 6.



Figura 53: Trançado de poltrona.

Material: fibra de bananeira em estrutura de madeira e junco.

Local: Fábrica Movime, Curitiba.

Fonte: Foto de autoria própria, out. 2009.

Associando a fibra da bananeira às transformações da Poltrona *Scoppo*, percebe-se que as representações sobre as características sustentáveis impressas na materialidade da fibra em questão foram “coladas” ao produto. Assim, ao ressaltar esta ligação, a poltrona foi aceita para ser exposta como um *caso sustentável* de sucesso na Bienal Brasileira de Design de 2010.

Vale informar que o tema da Bienal 2010, Design, Inovação e Sustentabilidade, visou fomentar a reflexão “sobre como projetar, produzir e consumir bens, satisfazendo as demandas do mundo atual, sem comprometer o futuro do planeta”²⁸⁵. Para participar desta mostra, o memorial descritivo do artefato ressaltou características da nova materialidade, processos produtivos limpos, éticos e princípios de cadeia de valor sustentável.

²⁸⁵ Fonte: http://www.bienalbrasileiradedesign.com.br/bienal2010/?page_id=90. Acesso em: 20, set. de 2010.



Figura 54: Poltrona *Scoppo* na Bienal de Design em 2010.

Material: fibra de bananeira e madeira.

Autoria: Bernadete Brandão.

Local: Exposição na Bienal de Design, em Curitiba.

Época: 2010

Fonte: Foto de autoria própria, set. 2010.

Além dos aspectos dos materiais que comunicam o valor “sustentável” da poltrona na mostra, reporto-me à questão da espacialidade, a ser discutida no capítulo 4. Estando no espaço de uma “mostra”, em que a linha conceitual é “Design, Inovação e Sustentabilidade”, o valor “colado” ao artefato legitima um projeto ligado ao “ser sustentável”, comunicado por materiais, processos e ações. A trajetória biográfica do móvel corresponde à trajetória de pessoas que com ele interagem e pretende atender a novos estilos de vida e demandas de consumo: por produtos sustentáveis em várias dimensões – ambiental, social, ética, econômica e cultural²⁸⁶.

E se, supostamente, as demandas de consumo passarem a não ser mais pautadas na sustentabilidade e processos ecológicos, a poltrona e seu processo desaparecerão? Considerando a trajetória da mesma ao longo de cerca de 10 anos de sua criação, ousar dizer que não. Como a

²⁸⁶ Esta ligação do móvel artesanal a circuitos sustentáveis está mais explicada no capítulo 5.

poltrona mudou a materialidade - do vime, ao junco, à fibra da bananeira; mudou a forma - unindo assento e encosto - para facilitar a confecção; mudou a estrutura - da madeira certificada ao aço - para “vender mais” e baratear custos, creio que outras metamorfoses são possíveis dentro da cadeia produtiva, mantendo como elemento central a técnica do trançado com fibras (sejam naturais ou sintéticas) e o fazer artesanal, tradição de mais de 100 anos na comunidade.

Novamente estabelecendo um contraste com a cultura italiana de projeto de móveis, atualmente a questão da sustentabilidade não é a tônica apontada nos projetos de design para a área de móveis em fibras. A tradição é materializada em processos e formas, mas, usando, na maioria dos casos, as fibras sintéticas no lugar das naturais. No exemplo da criação das linhas de 2008 e 2009 da B&B (Itália), a designer Patrícia Urquiola²⁸⁷ nega a nostalgia, apesar de buscar inspiração nesta.

Sobre esta linha, lançamento de 2009 na Semana de Design de Milão, no *site* a empresa explica que a designer revisitou a tradição sem cair em uma “tentação nostálgica”, conferindo um “ar contemporâneo” à sua criação. A inspiração para o conjunto branco da figura 55 foi a trama das “palhinhas austríacas com seu geometrismo” e o formato das cestas, em espanhol chamadas “canastas”. As peças são executadas com material sintético de cores sóbrias e neutras, trançado com plástico na estrutura de aço.

Neste móvel e em toda a linha na qual se insere, a fibra natural foi substituída pela sintética, o que confere mais durabilidade aos móveis de exterior (foco e mercado principal da empresa) e “atualiza” o material, pois, as fibras naturais fizeram parte do repertório de lançamentos de anos anteriores²⁸⁸.

²⁸⁷ URQUIOLA, Patrícia. Designer espanhola radicada na Itália. Apresentada no apêndice.

²⁸⁸ Depoimentos a partir de entrevistas realizadas entre janeiro e fevereiro de 2010, na loja B&B, localizada na Via Durando, Milão, Itália, conforme apresentei no capítulo de introdução.



Figura 55: Poltrona Canasta.

Material: fibra sintética.

Autoria: Patrícia Urquiola.

Local: Milão, Itália.

Época: 2010

Fonte: Foto de autoria própria, Milão, 2010.

A figura 56 mostra um detalhe de um dos lançamentos da coleção 2008 do catálogo da B&B, a poltrona *Crinoline*, que serve para interiores e exteriores. As poltronas estão ambientadas em um *deck* de piscina, à frente de uma parede envidraçada que permite entrever o interior. A que está mais à frente, é feita com trançado mais simples, sem muitos desenhos e em fibras sintéticas de tons escuros. Ao mesmo tempo em que a forma remete à nobreza, pelo espaldar alto, que lembra um trono, os desenhos florais, as formas orgânicas do móvel e a mistura de tons das fibras – claras e escuras – quebram a sobriedade, dando um ar mais informal, próprio para ambientes externos e áreas de transição.

No *show-room* da matriz da B&B, em Milão, a cadeira é apresentada ambientada com outros móveis, mais contemporâneos, de linhas retas e cores sóbrias. Como as vendedoras narraram²⁸⁹, são

²⁸⁹ Entrevistas realizadas com vendedoras (sem identificação das entrevistadas), pela autora, em Milão, dez. 2009.

móveis que “combinam com qualquer estilo” e dão um “toque de calor”, quebrando a aridez dos móveis modernos. A cadeira espelhada, posicionada no espaço de transição entre o interior e exterior, tem tons mais claros e é feita em fibra sintética que imita a cor da fibra natural, com a inserção de desenhos mais elaborados no trançado com fibras naturais, como se o encosto fosse rasgado e mostrasse um detalhe florido em leque.



Figura 56: Poltronas Crinoline da B&B.

Material: fibra sintética.

Autoria: Patricia Urquiola.

Local: Milão, Itália

Fonte: Catálogo b&b: Itália, 2010.

Neste exemplo, a mistura de materiais naturais e sintéticos, em uma mesma peça, parece querer dizer algo. Indicariam um possível diálogo e tensão entre natural e artificial, materializados em produtos? O que um material esconde e revela a partir do outro, é um jogo que explicita tensões, mas propõe negociações.

Difícil apresentar toda a complexa rede que envolve a materialização de artefatos em fibras. A trajetória que os móveis percorrem: de ideias, que são traduzidas em produtos - pelo material, trabalho, técnicas, processos - e encontram ressonâncias em consumidores que compram, usam e (re)significam as coisas, possui tantas bifurcações, encontros, desencontros, tensões e acordos, quanto os nós das tramas que os corporificam.

Para contextualizar, de forma mais abrangente, possibilidades de afirmação de trajetórias sociais e culturais, ligadas ou não a territórios, identidades, significações e valores “colados” aos artefatos artesanais, traduzidos e socializados na esfera da circulação, no capítulo 4 apresento alguns exemplos de visualização do móvel artesanal em espaços de exposição e venda. Mídias, vitrinas, feiras e mostras são circuitos de circulação de significados e importantes sistemas de mediação entre produção e consumo, o que tento explicitar no capítulo a seguir. Neste, articulo algumas percepções sobre espacialidades, percebidas como contextos valorativos de móveis artesanais.

CAPÍTULO 4 ESPACIALIDADES: LUGARES DE VER, VIVER E PERFORMATIZAR

*Qual é o lugar mais importante da sua casa?
Eu acho que esta é uma boa pergunta para início de
uma sessão de psicanálise. Porque quando a gente
revela qual é o lugar mais importante da casa, a gente
revela também o lugar preferido da alma. Nas Minas
Gerais, onde nasci o lugar mais importante era a
cozinha. Não era o mais chique e nem o mais
arrumado. Lugar chique e arrumado era a sala de
visitas, com bibelôs, retratos ovais nas paredes,
espelhos e tapetes no chão. Na sala de visita as
crianças se comportavam bem, era só sorrisos e todos
usavam máscaras [...] ²⁹⁰*

A CASA É SUA.

SINTELA-SE EM CASA. Em 1940, surge Armando Cerello, já com a experiência da Anselmo Cerello & Cia., fundada em 1902. Há quase 60 anos, os clientes encontram em nossa loja a tradição de quase um século. A missão de fazer mais do que móveis: fazer clientes satisfeitos.



Acima de tudo, nosso objetivo é ver os nossos clientes satisfeitos, desde o momento em que eles entram na loja. Para isso, não medimos esforços. Afinal, a Armando Cerello não é apenas uma empresa. É a nossa família, a nossa casa. É assim que nós recebemos nossos clientes. Como amigos que vêm nos visitar.

NATURALMENTE VOCÊ.

Galvão, M. de Silva
Belo Horizonte
Luziânia
Luziânia
Belo Horizonte
Piedade, Luziânia

ARMANDO CERELLO

Galvão (011) 853.3409
D&D (011) 3043.0880
Luziânia (011) 0722.9408
Belo Horizonte (031) 274.9668
Belo Horizonte (031) 286.4028
www.armandocerello.com

²⁹⁰ ALVES, Rubem. **A casa de Rubem Alves**. Cozinha. Disponível em: <http://www.rubemalves.com.br/cozinha.htm>. Acesso em: 02 dez.2010.
Imagem: Publicidade móveis Cerello. Revista Casa Claudia, 1999.

ESPACIALIDADES: LUGARES DE VER, VIVER E PERFORMATIZAR

Para início de uma sessão sobre *espacialidades*, pensá-las como lugares de performatização me parece bem apropriado. “A casa é sua”, como enfatiza o anúncio publicitário que ilustra a abertura do capítulo. Espaços, quer sejam de catálogos, residências, ruas, lojas, vitrinas ou mostras, são formas de produção de sentidos *para* e *entre* sujeitos, mediados por arranjos de móveis e outros artefatos.

Neste capítulo, percorro espaços e analiso algumas narrativas, formas de visualização e circulação de imaginários e significados sobre o móvel artesanal trançado em fibras, em diferentes contextos. Espacialidades configuram-se tanto pelo local em que os móveis são exibidos, bem como por arranjos e composições com outros artefatos em ambiências²⁹¹ e cenários. Nestes coabitam imaginários de quem os expõe e de quem os observa, o que possibilita performatizar, materialmente e simbolicamente, estruturas sociais e valores.

Ao caminhar por ambientes de casas, lojas, ruas, feiras e mostras, pretendi refletir como, nestes lugares, são comunicadas, compartilhadas e/ou afirmadas trajetórias significativas, incorporando atributos materiais e simbólicos, que classificam, ativam/desativam os móveis artesanais como mercadorias, objetos de desejo e/ou de memória.

4.1 Contextualização de móveis artesanais em espaços domésticos e comerciais

Ao falar sobre estruturas de ambiências, reporto-me à configuração do mobiliário e de ambientes como imaginários de estruturas e organizações pessoais, familiares e sociais de uma época, ou seja, representando contextos significativos. A residência constitui-se em uma configuração, em cujos limites performatiza-se hábitos, memórias, representações e transgressões, mediados pela presença (ou ausência) de móveis, objetos e seus arranjos.

²⁹¹ A ambiência é colocada por Baudrillard como um imperativo cultural, em oposição ao arranjo, imperativo técnico de tratamento calculado do espaço. Empristo o conceito de ambiência e o alio ao de arranjo, fazendo algumas ressalvas, principalmente no que se refere a considerá-la apenas como “sistema cultural de signos”. Existem contingências às escolhas, que passam por possibilidades materiais, ofertas e acesso, além de práticas cotidianas, que possibilitam os móveis entrarem, ou não, no jogo de arranjos. Há coerções que estruturam práticas e unem-se em discursos de profissionais do setor (designers, arquitetos, além de revistas de decoração e publicidade) que, de certa maneira, norteiam formas de ambientação. BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos Objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

Materializações e arranjos de móveis podem traduzir e sugerir sociabilidades e reforçar (ou contextar) distinções. Ambientes de interiores e exteriores configuram e refletem estratégias de personificar e/ou socializar trajetórias em uma produção de sentidos relacionados a grupos de identificação ou processos de individualização.

A ambiência, ou seja, a escolha e arranjo de móveis e demais objetos decorativos que organizam ambientes, reflete e refrata significados individuais e coletivos, dialogando com sistemas culturais presentes na vida social. Os espaços da casa são lugares de viver, de mostrar, de performatizar papéis que revelam ou ocultam nosso íntimo. Encontrei mais portas abertas para as salas e varandas – espaços, estes, nos quais foi revelada a presença dos móveis em fibras. Não que nos outros não haja estes móveis, mas dadas características de intimidade, talvez seja menos comum revelá-los aos olhos da publicidade.

As mais antigas (e raras)²⁹² imagens com cenas que indicavam relações sociais e usos de móveis artesanais em fibras, às quais tive acesso, foram as de um hotel em Gênova, Itália, em um anúncio do início do século XX (figura 57). Neste período, havia uma tendência a adotar a vida no campo como forma elitizada de lazer, por uma burguesia em ascensão. Famílias passavam finais de semana em casas, hotéis de campo ou balneários. A preferência de mobiliário para estes contextos era por peças mais leves, menos rebuscadas e claras, em oposição às pesadas mobílias de madeira escura de estilos aristocráticos, usados nos meios urbanos. As cores eram do vime claro, branco e variações de tonalidades pastéis²⁹³ do verde, rosa e bege. As pinturas, preferencialmente envelhecidas e desgastadas, davam aspecto de rusticidade, antiguidade e ares de pátina²⁹⁴.

²⁹² Das imagens antigas às contemporâneas, em que aparecem os móveis com fibras (de publicidade e catálogos), a imensa maioria é composta de arranjos montados cenograficamente, em estúdios, e sem a presença de pessoas ou cenas de uso. A intenção pode ser de controlar certos parâmetros e passar uma mensagem, a exemplo da adaptabilidade a estilos de vida, sem ser, necessariamente pessoal e prescritiva, tal como mostra Barthes na Retórica da imagem. BARTHES, Roland. **Rhétorique de l'image**. Communications, n. 4, novembre, 1964.

²⁹³ Tonalidade pastel é a cor com predominância do branco, ou seja, clareada.

²⁹⁴ A pátina é uma técnica de pintura que imprime e simula desgaste ao móvel. A princípio era usada em móveis clássicos, que burgueses emergentes mandavam fazer para ostentar uma tradição que, na verdade, não tinham. A pátina dava a impressão do móvel estar em uso há várias décadas e não ser um artefato recentemente introduzido no convívio familiar, o que desmerecia a família perante a alta sociedade.

EDEN PALACE HÔTEL
 CI-DEVANT PARC GENOIA

MOST QUIET SITUATION
 SPLENDID GROUNDS
 ALL MODERN COMFORT

ONLY HOTEL AT GENOIA
 NEXT TO THE P.B. STATION TO ROME

Figura 57: Publicidade Hotel Genoa.

Local: Gênova, Itália.

Material: não identificável.

Época de produção: início século XX.

Fonte: Dal Lago, 1982, p.45.

Estes atributos podem ser percebidos no anúncio da figura 57, um pôster publicitário. O texto²⁹⁵ ressalta a tranquilidade (retratada na cena) e todo o “conforto moderno” que o hotel oferecia, inclusive a facilidade do acesso por trem. No cartaz, aparece em destaque uma mulher, sentada em uma poltrona de vime. Sua postura indica certo relaxamento (na medida em que os padrões aristocráticos e burgueses permitiam).

A composição do anúncio é quase pictórica, sendo emoldurado por formas sinuosas, em motivos *Art Nouveau*, que contrastam com a perspectiva linear, de ponto central, da cena. O edifício do hotel, acomodado e estável, repousa em uma linha horizontal na parte superior da composição. Caminhos sinuosos conduzem o olhar e ligam esta imagem até a cena frontal, que dá relevo à figura feminina, sentada em uma poltrona. O desenho da poltrona e a posição da modelo assentam-se em uma linha diagonal.

A poltrona parece ser trançada em vime ou junco²⁹⁶, em forma de cesto, com trançado simples e aberto. Os desenhos da trama e a inclinação do encosto seguem a linha da perspectiva do cenário. Possui uma almofada para apoio da cabeça, com babados, que conferem ar supostamente feminino e aconchegante ao artefato, harmonizando-o com os babados da roupa da mulher sentada.

Flores na lapela do vestido, plumas de aves no chapéu e um arranjo de flores e frutos no colo a camuflam com a palmeira ao fundo e os jardins, como se estivesse imersa na natureza. A natureza, ordenada e planejada, aos moldes dos aristocráticos jardins de palácios europeus, contrasta com as linhas cruzadas e sinuosas da poltrona e da moldura. A diagonal tensional, que passa pelo móvel, conduz o olhar para fora da cena, transparecendo uma vontade latente de transição, de estar nesta moldura, mas quase saindo dela. Movimento este que é prenunciado neste período - paradigmático para a sociedade - da aristocracia para a burguesia, dos ritmos orgânicos da vida e natureza para os ritmos marcados e repetitivos da modernidade e industrialização.

Chama a atenção que, para significar o conforto “moderno”, o material escolhido para o móvel tenha sido o vime/junco, portanto, associando-se o *moderno* ao material - fibras. Assim como, se associa a uma ação moderna (à época) das mulheres: a leitura solitária.

²⁹⁵ O texto do anúncio mistura línguas como o inglês e italiano. Não foi possível precisar o motivo, mas creio que deve ser por tratar-se de um anúncio a circular localmente e no exterior.

²⁹⁶ Difícil de precisar por tratar-se de uma ilustração em preto e branco e pelo motivo destes dois materiais terem aspecto muito semelhante.

Outra imagem (figura 58) que aciona referências do viver e morar do início do século XX é de um catálogo de 1915, da empresa Roebuck & Co., dos Estados Unidos. Nesta, é destacado o conforto e aconchego dos móveis, além de citar que são resistentes, higiênicos, duráveis e leves (referência ao peso). No texto, são acionados dois valores: luxo e harmonização. O texto diz: “harmoniza com vários outros tipos de móveis, conferindo um tom de luxo a qualquer ambiente mobiliado”.

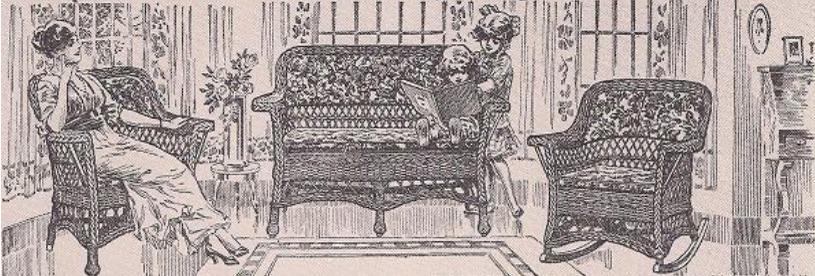
Pensando casas como produtos e produtoras de relações sociais, as mudanças estilísticas, a configuração dos interiores domésticos e a definição dos espaços e artefatos que as compõem assumem valores além da forma, função e uso de materiais. O ambiente é o de uma casa, mas não qualquer casa. Não é, seguramente, uma casa de subúrbio ou de pessoas de classes sociais menos favorecidas economicamente. Estes móveis aparecem em casas de camadas mais ricas da população, pelo menos em anúncios e revistas.

A performatividade corporal das pessoas que aparecem na cena indicam uma postura condizente com *habitus* sociais de classes mais abastadas economicamente. Fato este que se materializou nos móveis e no entorno, no qual se inserem, com a presença de artefatos, como um piano e, até, nas roupas que vestem. Carmen Rial cita que “o uso dos espaços, a arquitetura e a decoração interna são vistos como parte de um conjunto de representações e práticas que insere a família numa rede de relações sociais e culturais [...]”²⁹⁷.

A estrutura familiar burguesa, hábitos e sociabilidades vigentes no início do século XX são sugeridos na imagem. A mãe, supostamente uma dona de casa, cuida das crianças (provavelmente seus filhos). Estes, comportados, sentadinhos, praticam leitura sob a supervisão da orgulhosa mãe. A ausência do pai subentende o papel de provedor que trabalha para comprar essas mobílias. A cadeira de balanço estaria reservada para ele repousar em momentos de descanso? Parece-me ser esta a sugestão.

²⁹⁷ RIAL, Carmen. **Das casas de antigamente à casa decorada**. In: Revista Ciência Hoje, 1992, p.19.

Upholstered Reed Set for Den, Living Room and Porch



The beautiful three-piece set is practical, strong, vermicular and another furnishing for den, library, living room, average, summer house, lawn or club house. It combines to a greater degree than any other kind of furniture the qualities of strength, durability and lightness of weight. The seat, back, cushions and beautiful contrasting creases and decorative details of this exquisite suite is that it harmonizes with various other types of furniture, including—

The frame of each piece is made of thoroughly seasoned timber. The seats are a choice superior cloth and are carefully sprung over the frames. The backs to a rich golden brown oak is very popular for this style of furniture. Owing to its natural tone of color it readily harmonizes with any other furnishings and the decorative in your home. This finish will not stain, fade or become soiled easily.

A special feature in the construction of this high grade reed set is the full spring seats. The rocker and chair have six springs and the sofa has twelve springs, which together with the soft padded cushions and the back cushions makes each piece extremely comfortable. The cushions are covered with beautiful floral figured sat pattern cretonne, in rich colors, giving the set a very pleasing and cheerful appearance.

THE SOFA—Seat, 134 1/2 inches; length of back rest seat, 43 inches; entire height, 31 inches. Full spring seat fitted with steel coiled shape springs. Loose seat cushions. Large attached cushion on top of back. Shipping weight, about 15 pounds.

THE SETTEE—Seat, 66 1/2 inches. Height of back from seat, 18 inches; entire height, 39 1/2 inches. Seat has full spring construction with woven steel coil shape springs. Back cushions, 12 inches and can be removed. Large attached cushion on top of back so illustrated. Back shown on bottom of high, cretonne crease, about 21 inches.

THE ARM CHAIR—Seat, 40 1/2 inches; height of back from seat, 18 inches; entire height, 32 inches. Seat is of full spring construction with steel coil shape springs. The seat cushions in loose and can be removed. Has attached seat cushion as illustrated. Metal spines on bottom of legs. Shipping weight, about 15 pounds.

No. 10984

Settee, Price..... \$12.95
 Rocker, Price..... 6.75
 Arm Chair, Price..... 6.95

These Reed Rest Rockers Are Comfortable and Cozy—Ideal for Living Room

THE FRAMES are all made of thoroughly seasoned timber, carefully selected and dried. THE REEDS are all selected superset stock, tough, pliable and durable.



A Popular Comfortable Reed Rocker. The arm is built in the form of a basket, making this an especially desirable rocker for the library or living room. Brown seat, back finish. Height of back from seat, 18 inches. Entire height, 29 inches. Brown cloth, shipping etc., cost, 12 pounds.
 No. 10956 Price..... \$5.25

A Magazine Reed Rocker of a very popular type. Two pockets under seat arm and convenient for papers, magazines, etc. The entire seat, back and arm fitted with beautiful figured cretonne covered cushions. Full spring seat, 20 1/2 inches. Height of back from seat, 22 inches. Entire height, 31 inches. Brown cloth, shipping weight, 12 pounds.
 No. 10961 Price..... \$7.95

High Arm Broad Back Reed Rocker. Broad gracefully curved arm each 2 inches wide. Back is 21 inches high from the seat. Entire height, 42 inches. Full spring seat, 20 1/2 inches. The seat and back are fitted with figured cretonne covered cushions so bright cheerful color effects. Brown finish. Shipping weight, about 21 pounds.
 No. 10966 Price..... \$8.25

Extra Large Reed Rocker. Made with the kangaroo introduction, allowing it to be shipped in a small box, packing extremely handy to transport. Fully upholstered in floral figured tansay. Seat has full spring construction containing six steel coiled shape springs and is 20 1/2 in. height of back from seat, 18 in. Entire height, 31 1/2 inches. Shipped unboxed and in Brown cloth, shipping weight, about 21 pounds.
 No. 10974 Price..... \$8.75



This Reed Magazine Reed Rocker with spring seat. Large arm, also steel coiled shape springs. Seat has three cushions, seat the back has a large attached cushion, back covered with beautiful figured cretonne. The left arm has a deep bag for newspapers, papers or other articles. Seat, 20 1/2 inches. Height of back from seat, 20 inches. Entire height, 30 inches. Brown finish, shipping weight, 24 pounds.
 No. 10970 Price..... \$8.45

English Reed Rocker with spring seat. Broad back with wings on each side. Back upholstered with beautiful figured cretonne covered cushions. The seat contains six steel coiled shape springs covered with heavy cloth. Loose seat cushion covered with cretonne in matching back. Seat, 18 1/2 inches; height of back from seat, 23 inches; entire height, 31 inches. Brown finish. Shipping etc., 21 pounds.
 No. 10977 Price..... \$8.95

English Armwide Reed Rocker with broad back. Curved back and large spring seat. The left arm has deep pocket for papers, magazines, etc. and tobacco or other articles. The seat is made with six steel coiled shape springs and is 19 1/2 in. height of back from seat, 18 in. Entire height, 29 in. Back and seat fitted with beautifully figured cretonne covered cushions. Brown finish. Shipping weight, 21 pounds.
 No. 10981 Price..... \$9.45

Our Finest Reed Rocker. A big, inviting design, solid comfort rocker. Extra high curved front fitting back, 32 inches high from seat to top, fitted with tufted cretonne covered cushion and back rest. Arm, entire height, 29 inches. Full spring seat, with six steel coiled shape springs, 21 1/2 inches and has a beautifully figured cretonne covered cushion. Brown finish, shipping weight, about 21 pounds.
 No. 10985 Price..... \$10.95

All Well Fed and Happy!—The Story Our Grocery Catalog Carries to a Million Homes. SEARS, ROEBUCK AND CO. CHICAGO, ILL. 108

Figura 58: Página do catálogo Roebuck & Co.
 Local de produção: Chicago, EUA.
 Material: vime.
 Época de produção: 1915.
 Fonte: Dal Lago, 1982, pag. 42.

A postura da mãe, recostada e contemplativa, vestida formalmente, usando jóias e sapatos de salto, reforça a feminilidade esperada para a mulher deste período, performatizada materialmente no ambiente. Este “ar” feminino e elegante está representado também na decoração da sala - mais leve, clara e floral.

Novamente, vemos os móveis de fibras associados a certas mudanças em relações de gênero com uma exposição diferenciada das mulheres (neste exemplo, mulheres de classes abastadas). Na imagem foi representada na ausência de um homem e não está realizando nenhuma atividade doméstica tida como própria das mulheres. Ao contrário, descansa com as pernas esticadas - atitude anteriormente reservada aos homens.

O conjunto, em fibra natural em cores neutras, provavelmente *raton*, conforme algumas indicações no texto. Há poltronas que indicam serem destinadas à leitura e, por este motivo, têm os braços planos e largos para apoiar revistas e livros, além de cestas nas laterais para guardá-los. As almofadas florais são acolchoadas e há indicações, no corpo do texto, de serem dotadas de molas no assento para conferir maior conforto.

Espaços de transição e de recepção, como varandas e salas, guardavam, até o século XIX, características de sala de jantar - “ambiente masculino e austero, apresentado em atributos tipológicos, como cadeiras de couro”. No entanto, no início do século XX, houve certa flexibilização e a inserção de móveis mais aconchegantes e confortáveis, a exemplo de estofados feitos em “vime com almofadas em tecidos claros e estampados”²⁹⁸, considerados materiais com atributos mais informais.

As formas flexíveis, delicadas e orgânicas (presentes na natureza), coadunam-se com usos e significados dos móveis artesanais em fibras, sendo estes, recorrentemente, associados à informalidade, lazer e repouso. Acredito que, por este motivo, performances sociais, quando retratadas em cenas publicitárias que indicam o uso deste mobiliário, normalmente recorrem à presença de mulheres, crianças e elementos da natureza.

A distribuição dos móveis no espaço privado permitiu, desde este momento, conferir uma *alma e/ou presença*²⁹⁹ ao interior, imprimindo valor afetivo e densidade, que ligam sujeitos e artefatos.

²⁹⁸ CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e Artefato: O Sistema Doméstico na Perspectiva da Cultura Material – São Paulo, 1870-1920.** São Paulo: Edusp/ Fapesp, 2008, p.167.

²⁹⁹ BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos Objetos.** São Paulo: Perspectiva, 2006.

Esta *presença* é performatizada de diversas maneiras, nem sempre seguindo padrões, pois as pessoas, cotidianamente, usam, (re)significam e (re)contextualizam as coisas, de acordo com seus estilos de vida, percepções de mundo e sentimentos. Os estilos de objetos e ambientações podem (re)configurar-se, ao mesmo tempo em que indivíduos assumem novas trajetórias, na família e na sociedade.

A figura 59, de uma página de catálogo importado da Alemanha, datado da década de 1930, exhibe uma sala com número reduzido de assentos (quatro lugares) agrupados em torno de uma mesa, supondo uma família reduzida ou, forma de sociabilidade restritiva. O arranjo dos móveis e demais elementos indica serem destinados a momentos de lazer, relaxamento e reuniões informais. Esta suposição era materializada pela proximidade das poltronas entre si, o que facilitaria as conversas, assim como pela presença da mesa de apoio, ao centro, carrinho de chá com um serviço reduzido (poucas xícaras), além de uma luminária de pé, para leitura. Ao lado, um pouco mais afastada, mas próxima o bastante para que a pessoa pudesse participar das conversas, há uma cadeira maior, de balanço.



521 Farbe – Color C

Figura 59: Página de catálogo alemão, usado como referência por Móveis Schulz.

Local de produção: Alemanha.

Material: vime.

Época de produção: meados do século XX.

Fonte: Digitalizado do acervo de Móveis Túlio. Curitiba, 2005.

Esta configuração, recorrente em muitos ambientes apresentados, vale ser analisada à luz de costumes da época para tentar compreendê-la um pouco melhor. No século XIX, um dos raros momentos de liberdade pública para as mulheres era a reunião para o chá das moças e senhoras. As salas de chá e varandas eram espaços nos quais podiam livrar-se de roupas incômodas, do aprisionamento de espartilhos que moldavam corpos, sufocavam e torturavam³⁰⁰. Também tinham relativa liberdade e tempo para imaginar e realizar trocas afetivas entre amigas. No entanto, era uma liberdade esporádica e, em muitas ocasiões, controlada, o que foi demonstrado pelo arranjo dos móveis, que previa lugares para a vigília, em poltronas um pouco afastadas do conjunto, mas próximas o bastante para intervir nas conversas.

Os móveis eram feitos em vime trançado, ao que me parece, pintados de branco para dar a sensação de pátina. Alguns poucos detalhes coloridos são mostrados nos pés da cadeira de balanço e nas bordas dos encostos e braços das poltronas. Os móveis, completamente revestidos com as fibras, inclusive as estruturas dos pés. Os tecidos foram utilizados apenas em ornamentos da luminária e em uma almofada solta sobre o sofá.

Móveis e arranjos semelhantes foram mostrados em catálogos de Móveis Schulz, de Curitiba, elaborados entre as décadas de 1930 e 1950, refletindo o conceito de hibridação e corroborando com a afirmação de Heskett, de que os catálogos são veículos de comunicação e de difusão de modelos. Cabe observar que os modelos alemães foram recorrentemente utilizados, tendo significados e materialidades mudadas, sendo incorporados ao repertório de indústrias brasileiras, como retratado na figura 60.

Nesta, além das poltronas, alguns apoios (mesas laterais) foram agregados à ambiência. Na imagem, sugere-se que mais pessoas poderiam reunir-se ao redor de uma mesa, havendo um número maior de assentos (seis). Os móveis encontram-se um tanto quanto “amontoados”, o que dificulta uma leitura da configuração e composição do espaço. Percebe-se que há uma poltrona maior, indicando posição de destaque no arranjo, provavelmente para o “provedor” da família. Esta poltrona conta com apoio para os pés e posiciona-se ao lado da luminária, o que pressupõe ser um local para leitura.

³⁰⁰ Recomendo a leitura de: MALUF, M.; MOTT, M.L. **Recônditos do Mundo Feminino**. In: Sevcenko, Nicolau. *História da Vida Privada no Brasil 3*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. pp. 367 - 423.

O carrinho de chá, escondido, possui uma superfície de apoio muito pequena, ou seja, não acomoda um aparelho completo, como o modelo alemão. Parece perder sua função principal - servir o chá - sendo apenas apoio, assim como as mesinhas menores colocadas ao lado das poltronas. A sociedade burguesa emergente no Brasil, no século XIX e começo do XX, de modo geral, reproduzia modelos importados da Europa. No entanto, como o clima e costumes eram diferentes, muitos artefatos eram adaptados, a exemplo do carrinho de chá, que ainda aparecia nos arranjos, mas prevendo outros usos, como o apoio de copos e bebidas.



Figura 60: Página com alguns produtos constantes no catálogo de Martinho Schulz.

Local de produção: Curitiba, PR.

Material: vime.

Época de produção: meados do século XX.

Fonte: Digitalizado do acervo de Móveis Túlio em Curitiba, 2005.

A estética e materiais utilizados nos móveis brasileiros eram muito semelhantes aos modelos alemães, entretanto, havia mais detalhes laqueados escuros, nos pés e tampos. As formas arredondadas e elementos circulares eram predominantes e saltavam aos olhos, ganhando destaque. Percebe-se que as fotos são numeradas, indicando

uma família de artefatos que compunham uma linha, com semelhanças estéticas, formais e materiais. Cada linha poderia ter um número variado de elementos, assim como poderia ser adaptada e gerar novos elementos de acordo com o interesse dos clientes.

Diante da aparente variedade, pela quantidade de modelos e formas apresentadas, observa-se certa uniformidade nas ambientações de móveis artesanais nestas primeiras décadas de 1920 a 1950. As imagens 61 e 62, constantes em um catálogo brasileiro, ilustram esse padrão existente na configuração e apresentação dos móveis.

Apesar da aparente diferença, há muitas coisas em comum nas duas imagens. Ao compararmos as fotos poderemos encontrar elementos repetidos.



Figura 61: Catálogo de Martinho Schulz.

Local de produção: Curitiba, PR.

Material: vime.

Época de produção: década de 1930/40.

Fonte: Digitalizado do acervo de Móveis Túlio. Curitiba, 2005.



Figura 62: Catálogo de Martinho Schulz com códigos de identificação.

Local de produção: Curitiba, PR.

Material: vime.

Época de produção: década de 1930/40.

Fonte: Digitalizado do acervo de Móveis Túlio. Curitiba, 2005.

Comparando-as, observa-se que o cenário muda, mas é bem semelhante no uso de cortinas e composições cenográficas. A luminária de teto é basicamente a mesma, ou uma cópia quase perfeita, uma vez que o babado da segunda parece ser maior e com acabamento diferente da primeira. E os móveis? O banco seria o mesmo? A forma é igual, mas o trançado e a forma dos pés diferem um pouco. Na figura 61 as poltronas aparecem estofadas e na 62, não. Muitas semelhanças que podem indicar uma origem comum, apropriada ou não³⁰¹.

Indicando a finalidade de proporcionar mais lugares são agregados bancos, provavelmente para conversas rápidas (uma vez que os bancos não demonstravam reunir características ergonômicas que propiciassem conforto a quem estivesse sentado), ressaltando características de espaço de transição da varanda, nesta época.

³⁰¹ Apesar de ser provável que algumas fotos sejam originais de catálogos alemães, como de Carl Zeidler, esta origem foi diluída ao longo de mais de 50 anos de “apropriação”, ou melhor, hibridização, sendo a autoria conferida a Móveis Schulz. O carimbo da indústria sobre a foto inferior é um selo que confere legitimidade e posse.

Os cenários pressupõem espaços domésticos de lares burgueses, classe emergente no Paraná, no início do século XX³⁰². Esta fase representou uma transição entre o modelo aristocrático - pessoas viviam em palacetes decorados com móveis de estilo (Luis XV, XVI, Vitorianos, etc.), entre pratarias e cristais - para um estilo afinado com ideais de modernidade, novas configurações de família e novas sociabilidades urbanas.

Dos salões finamente decorados para recepção, a reunião mais informal de amigos passou a ser em espaços projetados de maneira mais aconchegante - sem tantos rigores performáticos do “bem receber”, cheio de “pompas e circunstâncias” - dentre os quais: os jardins, varandas e salas de chá. Como ambientes em que comumente são feitas reuniões informais, estes são espaços onde mais frequentemente apareceram e aparecem móveis com fibras naturais.

4.1.1 Jardins de inverno, salas de chá, estar e varandas como espaços de transição e transgressão: virada do século XIX para XX

Como espaços de transição, historicamente, varandas, jardins de inverno e salas de chá estiveram ligadas a resistências e mudanças sociais e comportamentais, marcando, assim, possibilidades de transgressão de relações normativas de gênero e um relativo esgarçamento de fronteiras.

No período colonial brasileiro, varandas possuíam interessante função de elemento de transição entre o espaço público e privado. Segundo Veríssimo e Bittar, sua presença era uma forma de vigília, controle, além de frescor para o calor. “A varanda, rural ou urbana, é o principal elemento filtrante do exterior, permeando apenas o que interessa à intimidade da família patriarcal”³⁰³. A imagem das varandas fixou-se nas raízes culturais brasileiras como um dos elementos identificadores de casas brasileiras.

As varandas, salas de chá e jardins de inverno, no início do século XX, configuraram-se, também, como lugares de subversão de valores, pois era onde as mulheres reuniam-se e performatizavam novas posturas sociais, buscando rupturas com o mundo machista dominante.

³⁰² Esta burguesia, no Paraná, surge principalmente com o governo de Manoel Ribas (1932 a 1945), que procurou colonizar as regiões Norte, Oeste e Sudoeste do Estado, estimulando o plantio de café, além da erva-mate, em pequenos lotes. Esta economia fez emergir uma nova elite no Norte, que se expandiu também na capital e litoral, aonde a produção era beneficiada e exportada.

³⁰³ VERÍSSIMO, Francisco Salvador; Bittar, William Seba Mallmann. **500 Anos da Casa no Brasil**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999, p. 30.

Esta postura limiar, aos poucos, foi incorporada aos interiores dos lares, compondo outros ambientes, que redefiniram - muito além de espaços - sentidos de ser no mundo.

Ao analisar a ambiência e convivência nos sobrados do século XIX e XX em grandes metrópoles como São Paulo, Vânia Carvalho³⁰⁴ descreveu a sala das senhoras e o jardim de inverno (elemento próximo das varandas) onde podiam aparecer móveis de vime. Estes locais de “camuflagem” transportavam visitantes a “universos culturais e naturais”, normalmente distantes da realidade do lugar onde se encontravam – espaços urbanos. No jardim de inverno, por exemplo, mostrado na seção: “Casas confortáveis em São Paulo”, da revista “A Cigarra”, de 1916 (figura 63), encontram-se ambientadas poltronas de vime, quase sempre aos pares, com uma mesa de apoio ao centro. Próximo a este conjunto há um carrinho de chá, o que indica ser, preferencialmente, um “canto” reservado para as mulheres.

É possível imaginar, mesmo sem a presença explícita das pessoas, uma típica cena da família burguesa do início do século XX reunida ao fim do dia. As crianças, ao redor da mesa colocada ao centro da cena, tagarelando, fazendo tarefas ou jogando. A mãe, depois de cumpridas as tarefas “do lar”, sentada mais próxima destes para controlá-los, borda, tricota, se sabe, lê (como indicava a publicidade do hotel italiano, figura 57), ou, apenas observa a cena (a exemplo da imagem da figura 58). E o pai, mais distante, para não ser perturbado na leitura, bebe algo e fuma para “relaxar” depois de um “árduo” dia de trabalho. Uma das poltronas (à frente da cena) - com linhas mais retas e sóbrias, braços retos e espaços para apoiar revistas, livros, copos e uma mesinha com cinzeiro sobre ela - encontra-se mais afastada, o que sugere ser esta para o “provedor” da casa repousar e vigiar.

³⁰⁴ CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e Artefato**: O Sistema Doméstico na Perspectiva da Cultura Material – São Paulo, 1870-1920. São Paulo: Edusp/ Fapesp, 2008.

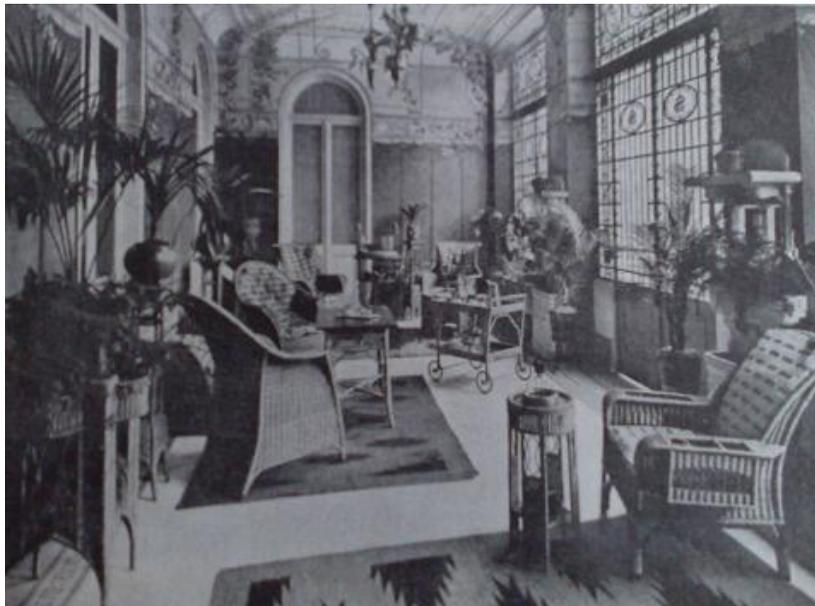


Figura 63: Página da Revista “A Cigarra”. Reportagem: “residências confortáveis em São Paulo”: Jardim de inverno residencial.

Local de produção: São Paulo, SP.

Material: vime.

Época de produção: 28 de setembro de 1916.

Fonte: Carvalho, 2008, p. 167.

Com relação ao entorno, sua configuração complementa a composição de um ambiente repousante. Há uma profusão de folhagens, camuflando o interior, o que transparece, também, em desenhos de flores nas paredes e nos vidros de amplas janelas que o isolam e aproximam do exterior. Os móveis são almofadados, com desenhos geométricos acompanhando o padrão dos tapetes. As linhas dos móveis são mais simplificadas, sem muitos ornamentos, contrastando com a organicidade do entorno.

Os jardins de inverno e as varandas eram exemplos de camuflagem da casa burguesa, ao mesmo tempo em que preparavam a aceitação de novas concepções de sala de visitas. Os móveis que compunham estes espaços eram inspirados nas casas de campo, buscando certo despojamento e criando ambientes alternativos aos rigores e formalidades da vida urbana, bem como atendendo a novos modelos de convívio social.

Estes ambientes eram compostos, na maioria das vezes, por móveis feitos em fibras trançadas, considerados mais leves, alegres, ou, com atributos ditos ‘femininos’. Mocinhas de vestidos rodados, com muitas camadas, chapéus de palhinha amarrados com enormes laços, reuniam-se em salas leves e coloridas, que se opunham aos austeros espaços masculinos, decorados em couro e madeira escura.

Na fotografia a seguir (figura 64), a luz exterior invade e ilumina a varanda, imprimindo tons que matizam a cena, dando uma suavidade e ar etéreo à solitária mulher que figura ao centro, observando quem a retrata. Esta, ao mesmo tempo em que parece ter escolhido posar em um espaço com o qual se identifica, sugere, com sua postura ao sentar-se e a sombrinha que repousa ao seu lado, estar apenas de passagem (saindo para um passeio?).



Figura 64: Varanda residencial do início do século XX, Itália.

Local de produção: Itália. Material: vime.

Época de produção: início século XX.

Fonte: Dal Lago, 1982, pag. 40.

Esta configuração reflete e refrata atitudes que faziam parte de códigos de conduta para as moças da época (final do século XIX e início do século XX). As “boas maneiras” e “etiqueta social”, adequadas a *performances* de mulheres da alta sociedade, a exemplo de como se sentar, comportar-se com visitas e tomar chá, eram muitas vezes performatizadas nestes espaços.

A disposição espacial dos artefatos da figura 64 indica ter sido planejada. Em torno desta época surgiram os primeiros decoradores profissionais, que prescreviam como deveriam ser arranjados e combinados os artefatos em ambientes. Forty cita um texto que abre um livro de decorações do século XVIII: “Um lar planejado com bom gosto propicia à esposa um cenário gracioso e um abrigo aos maridos, onde as preocupações do trabalho podem ser temporariamente banidas”³⁰⁵.

Com respeito à tarefa de mobiliar uma casa, o autor situa que, até por volta de 1860, a tarefa de escolher a mobília era uma tarefa masculina, feita pelos artesãos de oficinas de mobília e artefatos. A partir desta época, decorar interiores passou a ser tarefa esperada de mulheres, ligada à idéia que a casa devia expressar a individualidade e “santidade” da família, padrões de “moral e estéticos de beleza”, associados à feminilidade, sendo, portanto, responsabilidade das mulheres imprimi-los ao lar³⁰⁶. No caso de classes sociais economicamente privilegiadas, a tarefa de decorar a casa era delegada a profissionais, a exemplo de decoradores e arquitetos, que, esperava-se, traduziriam os códigos do “viver”, normas e condutas sociais, em espaços planejados.

Na imagem, a configuração do lugar, como transição, foi anunciada nos elementos próximos às janelas – vasos de flores, *cachepots* e floreiras, além dos tecidos floridos das cortinas, que aproximam exterior e interior. Com relação à ambiência, esta sugere ser um lugar descontraído e para relaxar. As duas poltronas que ladeiam uma mesa com abajur convidavam à leitura e conversas. Além destas, uma cadeira de balanço e uma espreguiçadeira, na qual a mulher está sentada, são móveis para repouso (apesar de não ser o que a performance corporal da moça indica). Os materiais que aparecem nas poltronas - vime do trançado e a madeira em detalhes estruturais (pés) - foram complementados com tecidos florais dos estofados. O estofamento é a característica que imprime maior conforto ao mobiliário

³⁰⁵ FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo**: design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosak Naify, 2007. p.145.

³⁰⁶ *Ibid.*, p.153 a 156.

e o uso de estampas coloridas possibilita fazer composições com outros elementos decorativos.

A imagem seguinte, figura 65, apresenta a incorporação e, ao mesmo tempo, afastamento da natureza, controlada e domesticada, ao interior. A varanda aparece rodeada de plantas, mas estas se encontram isoladas por uma cerca feita de vime. Esta tensão, que descola os móveis da natureza, apesar de estarem tão próximos dela (ou de sua simulação), pode ser analisada por tratar-se de um período em que se exacerba a valorização de ícones da industrialização, da produção seriada e a apologia da vida em grandes metrópoles modernas. Os móveis apresentam formas retas e planas, com tramas geométrizadas, assim como os ornamentos da parede e cercas feitas em vime.



Figura 65: Varanda residencial início século XX, Itália.

Local de produção: Itália.

Material: vime.

Época de produção: início século XX.

Fonte: Dal Lago, 1982, pag. 47.

Novamente: a mesa de centro, sofá para duas pessoas, poltronas, muitas vezes uma cadeira de balanço, lugar para expor flores, enfim, ambientes estereotipados pela presença, mas, também, pelas ausências. Normalmente são salas que preveem encontros informais, de

algumas pessoas, não muitas, o que indicaria a nova realidade da família burguesa urbana – redução do número de integrantes.

Aparecendo menos recorrentemente, os móveis em vime e as fibras naturais também eram usados em outros ambientes, como salas de estar e jantar. Dal Lago³⁰⁷ cita publicações da revista “Vogue”, europeia, de 1908 a 1914, com informações aos leitores sobre como decorar suas residências. Artigos indicavam que móveis em vime “complementavam uma decoração refinada”, tendo assumido destaque dentre os móveis em madeira nas “casas modernas”. A variedade de desenhos e a técnica aprimorada eram enfatizadas como elementos adaptáveis a qualquer estilo de mobiliário e “sempre em moda”.

Encontrei algumas fotos que indicam o uso desses móveis em salas de jantar e quartos. No catálogo da fábrica alemã Carl Zeidler³⁰⁸, há uma ilustração de uma sala de jantar com móveis em vime.



Figura 66: Foto do catálogo de Carl Zeidler, década de 1920.

Local de produção: Alemanha.

Material: vime.

Época de produção: aproximadamente década de 1920.

Fonte: Digitalizado do original. Acervo de Móveis Túlio: Curitiba, 2005.

³⁰⁷ DAL LAGO, Gabriella. **Un Materiali nei Secoli**. Udine: Letrastudio, 1982, p.45.

³⁰⁸ Catálogo da Indústria Carl Zeidler: Alemanha, aproximadamente do início do século XX (década de 1920). Não há dados que precisem a data.

A sala de jantar é composta por uma mesa, que acomoda até seis cadeiras, dois balcões com prateleiras superiores e um carrinho de chá. A estrutura dos móveis é em ferro, revestido com vime trançado em um padrão mais fechado nas partes estruturais, laterais, frentes de gaveta e na parte central do encosto da cadeira. Esta tem espaldar alto com formas arredondadas, sendo as partes superior e inferior mais vazadas e com trançado aberto. O carrinho de chá, com rodas para movimentá-lo mais facilmente, tem prateleiras que acomodam bule, xícaras e pequenos cestos. As prateleiras e superfícies planas de apoio parecem ser confeccionadas em madeira envernizada.

Os balcões são predominantemente abertos ou com fechamento em portas de vidro para expor objetos, principalmente louças, vasos e bibelôs, que parecem ter um valor especial pela forma como estão dispostos. As portas dos armários, de vidro, permitem visualizar o seu interior, ou seja, tudo tem que estar organizado para ser mostrado e admirado. Organização simétrica e uma repetição de elementos, tanto nos móveis como nos artefatos de decoração. A cor clara da fibra destaca elementos decorativos, ao mesmo tempo em que se harmoniza com o fundo do ambiente, em uma combinação análoga (vizinhas do espectro de cores), enunciando unidade visual.

4.1.2 Varandas como espaços de integração e convivência: virada do século XX para XXI

Contemporaneamente (final do século XX e início do XXI), os móveis artesanais em fibras entram em ambiências de varandas, novamente, pelo acionamento de algumas categorias e valores, alguns antigos - como a natureza e aconchego e outros mais recentes - como a sustentabilidade e ecologia, associados a novos estilos de vida.

Como apontado por Ana Guimarães³⁰⁹, as varandas voltaram a ter um papel importante em casas e apartamentos, sendo solicitadas em projetos, passando a representar quase um fetiche. São elementos de *integração* entre interior e o exterior, e não mais espaço de *transição*. Passou-se de espaço de *limiaridade* e *transição*, para espaço de *integração e convivência*³¹⁰.

³⁰⁹ GUIMARÃES, Ana Lúcia Santos Verdasca. **Design, Sociedade e Cultura**: significados dos arranjos espaciais e dos objetos em interiores domésticos. Santa Catarina: Tese do Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas - DICH/UFSC, 2007, p. 253.

³¹⁰ Também há de se considerar varandas em contextos variados, assumindo função meramente decorativa - pouco utilizadas para reuniões sociais - ou, em vista do clima (como em edifícios de Curitiba, por exemplo), sendo fechadas, transformam-se em uma ampliação da sala

A imagem, a seguir, de uma revista de decoração espanhola³¹¹, mostra um terraço ambientado com móveis em fibras naturais. A capa da revista já anuncia o teor discursivo de como serão tratados esses espaços: “Terrazas y jardines: ideas para disfrutar la naturaleza en casa”.

O artigo trata de varandas no Mediterrâneo e a proposta é de integrar o interior das casas com o exterior, pelos terraços. Na página apresentada na figura 67, há a disposição de móveis tecidos em *ratan* envelhecido, com formas retas e traçado simples, acompanhando a sobriedade e simplicidade das formas arquitetônicas.

Os móveis escurecidos contrastam com as almofadas soltas, brancas, que acompanham a cor do ambiente. A frase: “El suelo de la terraza se pintó de color blanco para INTEGRAR el exterior de la vivienda con el paisaje”, reforça esta visualidade construída. A palavra “INTEGRAR” é grafada em caixa alta, no original, destacando a principal característica do ambiente e dos artefatos que o compõem.

No texto explicativo, ainda é citado que não foi usado “nada de metal, excepto en la cocina, que es la parte más tecnológica de la vivienda”. Espaços de convivência, mimetizados com o ambiente externo e natureza, opõem-se aos espaços tecnológicos das cozinhas, com todo aparato eletro-eletrônico que as compõe.

Verifica-se nesta característica da *integração* de espaços a refração de mudanças nas relações de gênero. A cozinha contemporânea já não é um espaço da casa destinado só a mulheres e nem às empregadas, por ela transitam também os homens e, desta forma, podem e devem ser integradas aos outros espaços da casa, mais tecnologizadas e mecanizadas. Também não precisa mais ser ocultada, pois o trabalho manual passa a ter uma conotação menos negativa, como Rial³¹² demonstrou ser recorrente no Brasil, por muitos anos, desde a época da colonização.

Também podem assumir outra função não convencional - como escritório, biblioteca ou área de recreação para crianças.

³¹¹ Revista Interiores: ideas e tendencias. Barcelona: Prisma Publicaciones, ano 9, número 21, jul.2008, p.87.

³¹² RIAL, Carmen. **Japonês está para TV assim como mulato para cerveja**: imagens da publicidade no Brasil. APM n. 8, 1995.



Figura 67: Móveis de ratan ambientados em terraços.

Local: Barcelona, Espanha

Material: Ratan.

Época de produção: 2008.

Fonte: Revista Interiores: ideas e tendencias. Barcelona, jul.2008, p.87.

Cada um cria o “seu mundo”: mundo zen, de meditação, natural, de ouvir música, para jogar, brincar, enfim, “refúgios” pessoais, mas, ao mesmo tempo, espaços para socializar. E o móvel artesanal está lá! Compõe ambientes inteiros ou encontra-se em pequenos detalhes, como a mesa de centro em um arranjo que representa “un mondo sospeso tra fascino, leggenda e mistero” (um mundo suspenso entre fascínio, lenda e mistério), como se refere ao clima da ambientação mostrada em um artigo de uma revista italiana de decoração³¹³.



Figura 68: Móvel em fibras em ambiente *zen*.

Local: Milão, Itália.

Material: não identificado.

Época de produção: 2007.

Fonte: Revista Burda: *Vivere la Casa*. Milano: Edizioni Raffi, set.2007, p. 63.

³¹³ Fonte: Revista Burda: *Vivere la Casa*. Milano: Edizioni Raffi, set.2007. p. 73.

A mistura de materiais e estilos é uma das características de ambiências atuais, que são propostas para unir elementos contrastantes e evitar a monotonia de estilos homogêneos. Estes arranjos também permitem que a pessoa não descarte, de tempos em tempos, o que não faz parte de modismos de época. Como retratado na figura 68, os móveis de junco, produzidos pela indústria Saccaro, aparecem ambientados com outros móveis que misturam madeira, metal, acrílico e vidro.



No piso,
tecnicimento
da NS Brazil
e ladrilhos
hidráulicos da
Ibiza. Poltronas
da Saccaro,
vaso da L'Oeil
e marcenaria
do Empório Brasil.

Figura 69: Foto varanda como espaço de vivência – móveis da Saccaro.

Local: Brasil.

Material: Junco.

Época de produção: 2010.

Fonte: Revista Casa Claudia, set. 2010, pag. 95.

Atualmente há uma “tendência”, apontada pela mídia, em montar varandas como espaços múltiplos, equipados com móveis mais confortáveis, churrasqueiras, mini cozinhas, pequenos jardins. Tornam-se espaços de socialização e convivência, para receber amigos e familiares, como se estivessem em casas de praia ou campo, desfrutando da “natureza” ou como “válvulas de escape” à rotina estressante das grandes metrópoles. Também há de se observar que varandas em edifícios seguem tendência similar, embora a proximidade com a “natureza” seja menor, comparativamente à propiciada por varandas de casas com jardim.

A característica de polivalência das varandas também prevê a sua recontextualização, sendo incorporadas à sala, ampliando espaços, principalmente em apartamentos. A divisão não é mais feita por paredes, mas por referências materiais, mais próximos da natureza, de móveis e objetos, descolados do interior - onde predominam a madeira e tecidos para os móveis.

Nas varandas são usados materiais ditos “alternativos” como: fibras naturais, madeira de demolição e matérias-primas recicladas, imprimindo ar descontraído e informal. Estas associações têm sido recorrentemente acionadas em anúncios e catálogos de móveis artesanais em fibras, para marcar bem o lugar deste mobiliário no cotidiano e a quais estilos de vida pode ser relacionado.

4.2 Espaços de contemplação e consumo

A espacialidade, analisada além dos espaços domésticos, pode legitimar mecanismos de *valorização* do artesanal, pois, dependendo de onde os artefatos estão expostos, diferentes significados são acionados. Em museus, o *valor* acaba sendo de obra de arte e/ou antiguidade; em exposições de design (a exemplo de salões), servem como difusores de novos conceitos; em feiras de artesanato e lojas populares, são móveis para comprar; em lojas de decoração, shoppings e certas ruas/galeria (como a via Durini em Milão), são móveis para contemplar e legitimar distinções sociais; dentre outros. Começo por espaços públicos que medeiam visualidades para o consumo, dentre os quais as lojas e vitrinas nas ruas.

4.2.1 Lojas e vitrinas

Com relação a espaços de visualização para o consumo, percebi processos de mercantilização e desmercantilização diversos que acionam políticas de valorização de móveis e artefatos. Em minha pesquisa desenvolvida na Itália³¹⁴, além de visitar feiras, pequenas artesanias e grandes fábricas, fui aconselhada, principalmente pelos designers do Politecnico di Milano (Polimi)³¹⁵, a caminhar pela Via Durini, no centro de Milão.

Mas, por que, perguntei-lhes? A resposta de Carlo Prosérpio³¹⁶, designer e professor do Politécnico, foi: “Imagine,... é o centro de referência para quem vai decorar a casa”. Ah, então é lá que as pessoas compram os móveis, perguntei? “Não! Apenas uma ‘elite’ compra lá, mas é onde as pessoas “comuns” vão ver o que é ‘tendência’. Para comprar, mesmo, vão na IKEA”³¹⁷.

Como tive várias indicações, ainda no Brasil, de que, se estudasse móveis, teria que ir à IKEA, constatei que deveria incluí-la entre minhas observações. Desta forma, antes de relatar minhas observações de campo sobre a Via Durini, para estabelecer um contraponto sobre formas de visualização e vendas de móvel artesanal, apresento fotografias e análises sobre a loja IKEA de Milão. Estas contextualizam como as mercadorias são expostas e possíveis valores atribuídos às mesmas.

Na loja, vende-se de tudo e a um preço bem acessível para um público de várias faixas de renda. Dentre as estratégias de circulação, prevê-se a veiculação por catálogos e o sistema *do-it-yourself*, em que o próprio cliente escolhe, pega os objetos - quase sempre desmontados - e os leva em seu próprio meio de transporte para ser montado em casa. Por ser um processo de certa forma massificado, anônimo e impessoal,

³¹⁴ Propiciada pelo doutorado-sanduíche, realizados com fomento de bolsa CAPES.

³¹⁵ Politécnico de Milão, departamento de design (INDACO), onde fui acolhida como pesquisadora durante 4 meses – de novembro de 2009 a fevereiro de 2010, sob orientação do professor Carlo Vezzoli.

³¹⁶ PROSERPIO, Carlo. Entrevista concedida à autora, em Milão, dez. 2009.

³¹⁷ A IKEA é uma das mais conhecidas indústrias de móveis da Suécia, com lojas instaladas em várias partes do mundo, conhecida pelas inovações, geração de oportunidades e valorização dos produtos por meio do conceito de design. Esta empresa introduziu, desde 1953, além de catálogos, o *show-room* montado em lojas para venda direta aos clientes, que podem escolher as peças que desejem e levá-las, o que facilita a circulação, barateia o custo e aumenta o consumo de móveis e elementos de decoração. Para conhecer a missão, histórico e linhas de produtos desta empresa, ver site: www.ikea.com

recorrentemente é rotulado como “popular”, especialmente, por designers que projetam para camadas mais altas da população europeia.

A título de contextualização destas considerações sobre o sistema IKEA como “popular”, “massificado” e “impessoal”, resumo, a seguir, como é a circulação e relação de consumo na filial que visitei, em Milão. Na entrada da loja, cada consumidor pega um carrinho, como os de supermercado, recebe um catálogo, lápis, fita métrica e bloco para fazer anotações. Há uma sequência de trânsito indicada por setas no chão, que definem fluxos de visibilidade. No catálogo, há uma página explicando passo-a-passo como comprar os produtos da loja, como exemplificado na figura 70.



Figura 70: Página explicativa do fluxo de compra na loja.

Local: Milão, Itália

Época de produção: 2010.

Fonte: Catálogo IKEA – Milano, 2010, p. 357.

O consumidor faz um *tour* por ambientações que apresentam móveis e todos os artefatos, podendo usá-los e “prová-los” (sentar nas cadeiras, deitar nas camas, etc), de modo que esta interatividade, fortemente incentivada, transforma a visita à loja em algo comparável a um parque de diversões. Famílias são incentivadas a participar de um “passeio” pela loja, que apresenta, em cada ambiente, opções para várias

faixas etárias e perfis de consumidores. Além de móveis e objetos de decoração, são vendidos brinquedos, utensílios de cozinha, jardinagem e ferramentas. Há espaço para lazer das crianças e uma área de alimentação.

Sobre o procedimento de compra, os objetos menores podem ser colocados diretamente no carrinho e os móveis, após escolhê-los, anota-se as referências dos que se pretende comprar, no bloquinho e, na saída, procura-se por eles nas prateleiras do depósito - como ilustra a figura 71.



Figura 71: Prateleiras do estoque de móveis da loja IKEA de Milão- Itália.

Local: Itália

Material: Diversos.

Época de produção: 2009.

Fonte: Foto de autoria própria, dezembro de 2009.

Os móveis em fibras, cadeiras e estofados, como exemplificado na imagem, já estão montados e prontos para levar. Os demais são embalados desmontados e, com base em instruções e a partir de componentes inclusos, devem ser montados em casa.

Seguindo o fluxo, o cliente coloca o que escolheu no carrinho, entra em uma fila extensa, com dezenas de outros consumidores, e

chega a baias com leitores de códigos de barras. Nestas, sozinho, passa cada objeto por um scanner e, no final, paga com o cartão de crédito. Em nenhum momento tem auxílio de qualquer funcionário da loja, seja vendedor ou caixa, exceto se o solicitar.

Eu, como não tinha nenhuma familiaridade com o sistema, fui interpelada por uma fiscal, pois, ao verificar meu vacilo na hora de *scannear* os preços, colocar quantidades e passar o cartão, veio verificar se eu tinha feito tudo corretamente, uma vez que, apesar de minhas características físicas camuflarem-me entre os europeus, ficou evidente que era estrangeira e estrangeiros, não raro, são alvo de desconfiança na Europa. Saí carregada de objetos italianos procedentes da China, para complementar minha casa, encontrando dificuldade em carregá-los, pois, com o estresse da compra, não me lembrei de comprar uma sacola (elas não estão disponíveis na saída).

Um exemplo semelhante deste sistema de vendas, no Brasil, é da rede de lojas *Tok&Stock*. No entanto, não é possível compará-las, e nem pretendo fazê-lo neste momento³¹⁸, pois, os preços desta rede não são acessíveis à grande massa da população, sendo, portanto, artefatos destinados às classes médias e altas da população. A aproximação dá-se na forma de venda direta - das prateleiras ao consumidor; no sistema *do-it-yourself* (faça você mesmo) para se levar e montar em casa; e nas vendas por catálogos e via *site*.

E os móveis artesanais trançados em fibras? Aonde aparecem nesta mescla de produtos? Com relação aos arranjos, na IKEA, os móveis artesanais estão inseridos apenas como peças isoladas, praticamente “jogados” em ambientes, sem nenhum destaque especial que possa conferir-lhes algum *status*. Entram em um conjunto de ofertas, que valoriza praticamente com mesma ênfase: móveis, artefatos de decoração, talheres, pratos, almofadas e caixinhas. Exceto por algumas tímidas estratégias de destacá-los por cores mais vivas ou posicionamento mais ao alcance do olhar do consumidor.

O móvel artesanal trançado em fibras, mostrado na figura 72, é um pufe, feito em fibras coloridas trançadas. A fibra natural parece ser o sisal, e a origem apontada para a peça é a Indochina. A maioria das peças vendida na loja é produzida em países asiáticos. Contudo, não é dado nenhum destaque à procedência, nem à ligação com o produtor, o que, contraditoriamente, é valorizado pelo compromisso de *fair trade*,

³¹⁸ Futuramente, em outra pesquisa, pretendo fazer um paralelo entre estas lojas, suas formas de atuação e “prescrições” de consumo.

apresentado no *site* da empresa³¹⁹. No site aparecem fotos dos trabalhadores produzindo os artefatos em seu país de origem e há uma narrativa sobre o comprometimento com o bem-estar destas comunidades. Na loja este compromisso não é enfatizado e oculta-se aos olhos dos consumidores.



Figura 72: Interior da loja IKEA de Milão, com destaque de pufe feito em fibras naturais trançadas.

Local: Itália

Material: não identificado.

Local de Produção: Indochina

Época de produção: 2009.

Fonte: Foto de autoria própria, dezembro de 2009.

Na ambientação, o pufe só ganha algum destaque por ter formas arredondadas e orgânicas, que se contrapõem às formas retas e cores sóbrias, tanto dos móveis, como dos elementos decorativos, à exceção

³¹⁹ A visão estratégica declarada pela IKEA tem como objetivo criar condições melhores de vida a consumidores e produtores, através de projetos sociais e certificação de procedência de produtos e materiais. Para a empresa o preço baixo não deve jamais ser obtido sem considerar impactos sociais e ambientais. Fonte: http://www.ikea.com/ms/it_IT/the_ikea_story/people_and_the_environment/ikea_social_initiative.html. Acesso em set. 2010.

de uma almofada verde que rouba a cena. Pode-se dizer que ele encontra-se apenas jogado ali. Penso ser pouco provável que um consumidor, que vá à loja para comprar estas estantes, seja atraído, também, para este artefato.

O posicionamento do artefato - inserido em contextos significativos, tendo visibilidade ao olhar e estando ao alcance das mãos - é muito importante na decisão de compra. Fazendo um parêntesis, relato a experiência de Christian Ullmann³²⁰, que acompanhou a venda de peças artesanais de um grupo de artesãos que participaram do projeto "Oficina Nômade"³²¹, em feiras de artesanato no Brasil. Fazendo análises de por que alguns produtos não vendiam em algumas feiras, chegou a duas conclusões: primeira: faltava comunicação oral - contar a história do produto para o potencial comprador. Segunda: os produtos que não vendiam encontravam-se visualmente mal posicionados - em prateleiras muito altas e quase escondidos. Após alterar a posição das peças para prateleiras à altura do olhar dos visitantes e fazer arranjos com vários produtos da mesma comunidade, organizados para que, juntos, contassem uma história, constatou que as vendas aumentaram.

Com as devidas considerações ao situar que os móveis artesanais e objetos de comunidades aos quais Christian se referiu inserem-se em categorias distintas, é possível aproximá-los com relação aos modos de comunicação e visualização. A posição em relação ao campo visual do observador e contar a procedência, contextualizando o produto a trajetórias de quem produz e territórios, são fatores relevantes em estratégias de venda.

Feitas estas observações, retomo a Via Durini e suas lojas para fazer um contraponto à IKEA e, também, para situar outra possibilidade de circulação de móveis - para consumidores de alta renda. Quando recebi a indicação para visitá-la, imaginei uma grande avenida, com muitas lojas. No entanto, é uma rua escondida, próxima ao quadrilátero da moda³²², no centro de Milão, com algumas lojas de *grife* de mobiliário. Assim como no caso das roupas de *grife* (Armani, Parda, Gucci, etc), não são espaços destinados para o consumo da maioria da

³²⁰ ULLMANN, Christian. Entrevista concedida à autora em Curitiba, set. 2010.

³²¹ Projeto que objetiva resgatar a identidade e melhorar qualidade devida de artesãos, pela valorização do fazer artesanal. Disponível em: www.oficinanomade.com.br. Acesso em: 02 dez. 2010.

³²² Espaço das ruas de roupas de grife, como a Gucci, Prada, Versaci, entre outras. São ruas estreitas de paralelepípedo, na maioria só para a circulação de pedestres, com casas antigas transformadas em lojas. As vitrinas são ricamente ornamentadas, com objetos exóticos em meio às roupas. O acesso ao interior é controlado por homens bem vestidos, que fazem a segurança das lojas.

população. Às camadas de de baixo e médio poder aquisitivo, devido aos valores exorbitantes dos artefatos, são lugares mais para *flanar* entre vitrinas e ver o que estas expõem, do que para comprar algo.

Este flunar, no entanto, possibilita socializar visualidades e revelar ao olhar artefatos, objetos e cenários que podem passar a compor o repertório de “desejos” e “demandas” para o consumo. As vitrinas expõem aquilo que é configurado como “tendência” e que, paralelamente à exposição nestas, circula nas mídias e salões de design.

Falando um pouco sobre vitrinas, reporto-me à análise de Ana Claudia Oliveira³²³ que as apresenta como “textos” que fazem a mediação entre o “querer ser visto” (dos artefatos) e o “querer ver” (dos transeunte). São “janelas de relações” que guiam o olhar e estimulam percepções, podendo ou não encontrar ecos nos sujeitos e, desta forma, produzir ou reforçar sentidos de ordenamento de mundos e identidades pela posse de produtos. Estratégias mercadológicas buscam articular certas qualidades materiais e imateriais que convidem o observador a querer ver um pouco mais e, assim, entrar na loja. O consumidor é, pois, intérprete e articulador de sentidos entre produtos, imagem da loja e imagens pessoais (socialmente construídas).

Em Milão, a Galeria Victorio Emanuele II, em frente ao Duomo, principal espaço turístico no centro da cidade, é a porta de entrada para um mundo de visualidades que guia o consumidor por espaços e galerias que envolvem o transeunte e provocam uma interação com narrativas de vitrinas, que quase se naturalizam na paisagem urbana. Andar em Milão, sem circular por estas ruas³²⁴ (e comprar algo), chega a ser quase uma heresia à lógica do mundo de consumo!

³²³ OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Vitrinas**: acidentes estéticos na cotidianidade. São Paulo: EDUC, 1997.

³²⁴ Reporto-me especialmente a estas galerias e ruas de Milão porque esta cidade, como já comentei anteriormente, é considerada referência para o design de móveis. Os lançamentos de empresas do mundo todo e de designers de “vanguarda” são mostrados no Salão de Móveis de Milão e nas vitrinas.



Figura 73: Galeria Victorio Emanuele, em Milão.

Local: Milão

Fonte: Foto de autoria própria, dez. 2009.

A dinâmica de circulação faz percorrer galerias entre arcos, que possuem lojas um pouco mais populares, conduzindo a ruas periféricas, aonde se encontram as lojas de *grife*. A arquitetura da região serve de moldura a esta relação de exclusividade e *glamour*. São prédios e palácios históricos, centenários e imponentes, que carregam a marca da tradição e luxo de épocas aristocráticas, transportada para as relações de consumo esperadas no presente.

Dentre as estratégias de visualização de vitrinas, há técnicas de composição do espaço cenográfico, que definem o perfil de quem é o “público-alvo”, a partir de “províncias de significado”, que buscam promover aderência a “projetos”, como os conceitua Gilberto Velho³²⁵. Propriedades discursivas e materialidades compõem cenários que ordenam e narram conceitos sobre os produtos. Entre estes mecanismos que articulam uma consistência discursiva e consequente credibilidade

³²⁵ VELHO, Gilberto. **Projeto e Metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

no que é mostrado, Oliveira³²⁶ cita: a simetria ou assimetria da composição; harmonia ou choque entre as partes e o todo; coerência e integração dos produtos ao contexto.

Acionando estes conceitos, a loja “Fendi Casa”, ilustrada na figura 74, mostra em sua vitrina peças contemporâneas de mobiliário, exclusivas, com assinatura de designers famosos. Esta é outra vinculação possível: da marca à peça assinada por celebridades do mundo da moda e design.



Figura 74: Foto da vitrina da loja Fendi.

Local: Via Durini, Milão.

Fonte: Foto de autoria própria, dez. 2009.

Retomando a ideia de políticas de singularização, neste caso, são acionados mecanismos de valorização de artefatos pelo *status* de peça única, especial, singular e exclusiva. Para acionar estes valores, a loja mostra os produtos de forma coerente e harmoniosa, o que é expresso principalmente na escolha da paleta de cores neutra e sóbria. Os móveis, em uma versão *clean*, quase sempre em branco ou preto, contracenam com peças de decoração luxuosas, almofadas bordadas com fios de prata e lustres em cristal, expostos como objetos de arte. Tudo tem muito brilho e é realçado por luzes cenográficas, para ostentar um luxo e *glamour* que a marca imprime.

As vitrinas fazem mediação pela circulação de cenários que aproximam o consumidor e suas práticas urbanas cotidianas a artefatos, pela *sedução e desejo*. As vitrinas apresentam inovações do mercado em termos de materiais, cores, formas, em arranjos e, sobretudo, empregam estratégias de aproximação e negociação com consumidores, firmando

³²⁶ OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Vitrinas**: acidentes estéticos na cotidianidade. São Paulo: EDUC, 1997.

“contratos” de valorização de artefatos, mediados por questões simbólicas e materiais.

Apesar desta loja não mostrar móveis artesanais em fibras na vitrina, a apresentei para situar o espaço da rua Durini³²⁷ como “galeria” de marcas e, desta forma, ilustrar como o móvel artesanal em fibras também circula nestes espaços, pois a referida loja localiza-se ao lado de outras, como a Gervasoni, B&B, e Moroso, que vendem estes móveis. Nestas, as vitrinas convidam o cliente a entrar e negociar, mas fica claro, já à primeira vista, que não são para qualquer cliente. Como as vendedoras das lojas afirmaram em entrevista, o público-alvo são consumidores de “classe A”.

Ao visitar o *show-room* da Gervasoni, fábrica já apresentada em capítulo anterior, o fato que mais chamou atenção foi que, apesar de ser a tradição produtiva, especialidade e o foco principal da empresa, não havia sequer um móvel feito em fibras exposto. Apenas alguns artefatos e pufes apareciam como elementos decorativos em alguns ambientes. Na visita, conversei com uma vendedora que relatou ser usual não expor ambientes só com móveis trançados; eles entram como detalhes. Não soube me explicar o por quê. Informou-me que os móveis artesanais são mostrados no *site* e em catálogos. Apesar deste *show-room* ser um importante ponto de divulgação da marca Gervasoni, Anna Sidona³²⁸ frisou que o objetivo não é a venda nesta loja física, mas por catálogos, *site* e alguns pontos de revenda em lojas multimarcas. Há de se pontuar que o consumo também determina esta construção de cenários de vitrinas, pois este móvel é mais recorrentemente aceito como detalhe em ambientações e, dificilmente, compõe ambientes inteiros.

A figura 75 mostra o ambiente da vitrina principal da loja. Nesta está exposto um estofado, em cor neutra e formas retas. É dado um “ar” de despojamento pelo revestimento (capa) colocado sobre a peça e as almofadas com desenhos simétricos que indicam certo movimento das curvas. À frente, uma poltrona em madeira com revestimento em tricô nos braços, remete à casa da “nona”, lugar de memórias (mesmo que imaginadas) da tradição e do contato com o artesanal e manualidade. Completando a ambientação, formas

³²⁷ Em Curitiba, poder-se-ia comparar esta rua à Carlos de Carvalho, onde também estão localizadas lojas de “grife” de mobiliário, com práticas semelhantes de exposição e comercialização. No caso do mobiliário artesanal em fibras, as lojas Artefacto e Saccaro, são alguns exemplos. Não irei analisar estes contrastes na tese, ficando como sugestões para pesquisas futuras.

³²⁸ SIDONA, Anna. Relações públicas da indústria. Entrevista concedida à autora na Itália, fev. 2010.

esculturais orgânicas de luminárias em fibras, por detrás do sofá, “aquecem” o cenário - usando o termo enunciado pelas vendedoras. Nenhum móvel trançado em fibras estava exposto. Entretanto, ao presentear-me com um catálogo, a vendedora ressaltou que o teor do mesmo é inverso ao da exposição física da loja: praticamente só aparecem móveis em fibras.



Figura 75: Foto interna do *show room* da Loja Gervasoni.

Local: Milão, Itália.

Fonte: Foto de autoria própria, jan.2010.

Em frente à vitrina da B&B, que expunha móveis artesanais trançados em fibras sintéticas, fiquei durante alguns minutos parada, fascinada com o que via. Era dezembro de 2009 e, na virada do ano, estava exposta a linha de móveis que marcou 2009 e algumas peças do novo catálogo de 2010. Maravilhosas! Entre brechas dos móveis, analisei o interior e não me senti inserida no contexto, uma vez que não estava vestida como as pessoas que circulavam lá dentro. Apenas tirei algumas fotos da vitrina e (confesso) resolvi retornar no dia seguinte, usando botas de salto no lugar do tênis confortável que calçava.



Figura 76: Vitrina e *show room* da Loja B&B.

Local: Via Durini, Milão.

Fonte: Fotos de autoria própria, dez. 2009.

O espelhamento (a pessoa enxergar-se no vidro, como na primeira imagem da figura 76) que me constrangeu, é uma das técnicas do vitrinismo, que pode aproximar (ou não) o consumidor. Ao ver-se espelhado na vitrina, o consumidor insere-se no cenário e, no caso de sentir-se aproximado do que é mostrado, vem o convite a entrar, olhar de perto, tocar e manipular os objetos expostos. O vidro não é propriamente uma barreira, pois a transparência pode provocar o impulso a querer tocar o que vê.

A vitrina e o *show-room* da B&B (figura 76), a exemplo das demais da Via Durini, buscam esse diálogo com os possíveis consumidores que transitam. A visibilidade relaciona interior e exterior, invadindo a rua, a vitrina aproxima os demais ambientes da loja, uma vez que, na maioria dos casos, não há um anteparo físico que os isole. A vitrina era luxuosa e sóbria. Apresentava móveis em variações monocromáticas, de preto e branco, mescladas a tonalidades de marrons - dos móveis em fibras. As cores e texturas transmitem mensagens a quem as observa e traduzem conceitos da loja. O uso predominante de cores neutras deve-se ao fato destas, culturalmente, serem associadas à sofisticação e luxo, protocolo tácito firmado por estas lojas.

A estação climática também influencia o uso de determinadas paletas de cores. Na primavera e verão, as cores são mais vibrantes e frescas, acionando paletas mais quentes e cores cítricas, de tons de vermelho, laranja e verde. No outono e inverno, o aconchego, o acolhimento e a introspecção são representados por paletas de cores mais escuras e fechadas, como os marrons e tons terra. A vitrina e interior da loja B&B mostrados na figuras 76 e 77, evidenciam esta

narrativa sobre os tons relacionados às estações. As fotografias foram feitas em dezembro, mês de passagem do outono para o inverno. Assim, predominavam os tons marrons.

Repertórios relativos a materiais e cores, que simulam narrativas de distinção, podem ser percebidas na vitrina e interior da loja também em relação aos tecidos para revestimento. Estes podem representar “despojamento”, caso de algodões e tecidos naturais, ou imprimir ar mais “nobre”, como os cetins e veludos.

Na loja da B&B os revestimentos usados nos móveis para ambientes internos são preferencialmente veludos e cetins, casados ou não com as fibras, como representado na figura 77.



Figura 77: *Show room* com vitrina ao fundo - Loja B&B - Itália.

Local: Via Durini, Milão.

Fonte: Fotos de autoria própria, dez. 2009.

Para ambientes externos de residências predomina o uso de tecidos à base de algodão, em tons crus, beges e branco, a exemplo dos móveis da vitrina apresentados na figura 78. A cor branca (como já discutido a este respeito na figura 67) alude ao visual do Mediterrâneo, que é local de férias dos sonhos de muitos europeus. Neste caso, imagem e cores de um local relacionam-se, simbolicamente, à função do

móvel, que é para ser usado em piscinas e áreas externas. São móveis em fibras sintéticas, com trançado inspirado na técnica da palhinha austríaca.



Figura 78: Vitrina - Loja B&B - Itália.

Local: Via Durini, Milão.

Fonte: Fotos de autoria própria, dez. 2009.

4.2.2 Espaços “populares” de visualização

Outro espaço, no qual encontrei expostos artefatos artesanais em fibras, foi um corredor do metrô de Milão. Neste, a loja “Bambu Design” expunha algumas peças na vitrina da Estação Cadorna, uma das mais movimentadas da cidade. Bem em frente à saída das catracas localizavam-se vitrinas que expunham vários artefatos, de pequenos objetos a móveis (figura 79).

Nestas vitrinas, três lojas expunham seus artefatos. À esquerda, uma loja de móveis estofados feitos sob medida; à direita, uma fábrica de móveis e objetos feitos com madeira certificada e segundo princípios sustentáveis e de *fair trade* (comércio justo); e, ao centro, a loja e fábrica de móveis em bambu e fibras “Bambu Design”.



Figura 79: Vitrinas no corredor do metrô de Cadorna.
Local: Milão.
Fonte: Foto de autoria própria, jan. 2010.

O espaço de circulação do metrô favorece visibilidade a um grande número de pessoas e, desta forma, o valor do artefato - do objeto “singular” (como no caso da Via Durini e suas lojas) passa a ser do “popular”, semelhantemente ao que ocorre no caso da loja IKEA, ou seja, outras províncias de significado encontram ecos em projetos sociais e individuais de classes com poder aquisitivo menor.

Em espaços “populares”, a função das vitrinas passa a ser de comunicação mais direta e nem sempre os acordos tácitos são os mesmos das lojas de espaços mais sofisticados, a exemplo das cores que, neste caso, apesar da estação climática ser o inverno apresentam-se mais vibrantes. Uma vez que a loja não está próxima do consumidor, vários produtos têm que ser mostrados, impressionando mais pela quantidade apresentada, funcionando como uma mídia de convencimento ao futuro consumidor, de que encontrará na loja aquilo que espera. A visualidade, materiais de acabamento, texturas e cores, dialogam para reafirmar tipos de produtos vendidos e da loja.

Observando um detalhe ampliado da vitrina, figura 80, percebe-se que a estratégia da empresa para mostrar a variedade do que vende foi

de expor apenas pequenos artefatos, como luminárias. Os móveis, como são muito grandes e não seriam comportados no reduzido espaço físico, foram mostrados por meio de fotos colocadas em porta retratos na estante branca (de bambu laminado) e em painéis montados ao fundo do arranjo.



Figura 80: Detalhe da vitrina da Bambu Design no corredor do metrô
Local: Milão.

Fonte: Foto de autoria própria, jan. 2010.

O contexto do cenário remete à natureza e ao material natural – bambu – que é o principal artefato vendido na loja, seja em seu estado bruto (varas) ou transformado (móveis e acessórios). O valor da etnicidade (a procedência da maioria dos artefatos é asiática) encontra-se retratado em detalhes de elementos decorativos e no texto *arredamenti etnicomoderni* (mobiliário étnico-moderno), além de elementos gráficos como ideogramas. O neologismo criado pela união das palavras étnico e moderno, grafadas em italiano, aproxima o que, aparentemente, seria oposto: o “tradicional” e o “moderno”, reconciliando-os sob a égide do “valor agregado” para reverter em maior lucro por quem os comercializa.

Assim, a intenção de iniciar o diálogo concretiza-se na exibição dos artefatos, de forma indireta. O objetivo é atingir um cliente que,

supostamente, sabe o que quer - móveis étnico modernos - e só precisa ser informado de onde pode encontrar o que procura. Como estratégia complementar de divulgação, em um suporte ao lado da vitrina, encontram-se *folders* com informações sobre a loja e seus produtos³²⁹.

A loja BambuDesign encontra-se em local não muito central de Milão, mas com fácil acesso por metrô e ônibus. Fica em um prédio antigo, com vitrinas envidraçadas mostrando o interior (figura 81). Na decoração externa apresenta varas de bambu mosso³³⁰, colocadas escultoricamente ao lado das vitrinas e enormes cartazes anunciam o que o transeunte vai encontrar no interior. Na entrada, há um aparador feito de fibra, com prospectos falando da loja e dos móveis, para aqueles que estejam com pressa, não entrem no momento, mas possam retornar.



Figura 81: Loja Bambu Design – fachada e vitrina.

Local: Milão, Itália.

Fonte: Foto de autoria própria, dez. 2009.

Os ambientes da vitrina encontram-se em um primeiro piso, no nível da rua. A vitrina principal (imagem da direita) mostra, em primeiro plano, móveis em estilo contemporâneo, retilíneos e *clean* (sem muitos adornos ou curvas). São estofados feitos em fibras (seagrass³³¹ ou bananeira) com estantes em bambu prensado e laminado (foto da direita).

O acesso ao interior dá-se por uma sala decorada com móveis artesanais em fibras diversas, com predominância do bambu. Descendo-se as escadas (figura 82), encontra-se um espaço maior, amplamente

³²⁹ A loja está localizada na Viale Gran Sasso 50 - Piazza Piola, Milão. Tem 1000 metros quadrados com produtos em bambu e fibras naturais e artificiais, de detalhes para a decoração a móveis planejados sob medida. Disponível em: <http://www.bambudesign.it/>. Acesso em 10 nov. 2010.

³³⁰ Espécie de bambu original da Ásia, com diâmetros maiores (bem grossos).

³³¹ Espécie de fibra natural - gramínea - que cresce em ambientes aquáticos.

visualizado da entrada, com vários ambientes compostos tematicamente – salas, quartos, cozinhas. Mesmo no caso dos ambientes compostos por móveis feitos de madeira e/ou laminados (produzidos em série), são inseridos objetos artesanais em bambu, junco ou vime, para compor os arranjos.



Figura 82: Interior da loja Bambu Design.
Local: Milão, Itália.
Fonte: Foto de autoria própria, dez. 2009.

Sobre a procedência dos móveis e objetos, Mirco Dal Ben³³², designer que trabalha na loja, declarou que os artefatos são quase na totalidade importados da Ásia, com exceção de peças pequenas (berços, cestos, miniaturas e algumas cadeiras) que são do Leste Europeu (Romênia, Praga, República Tcheca). “Lá, eles têm uma cultura de fazer estes objetos”. Já sobre a produção na Itália, comentou que quase não há, pois, sendo “os preços dos artesãos italianos muito altos, não há o interesse em comprar a produção local”.

Perguntei-lhe se percebe uma procura maior ou menor destes móveis ao longo dos últimos anos. Respondeu-me que “não, a demanda é sempre a mesma. Há nichos aos quais o móvel em fibras se insere. As

³³² DAL BEN, Mirco. Entrevista concedida à autora em Milão, Itália, nov. 2009.

peças usam tanto no interior como no exterior das casas. Sempre foi a mesma procura e o mesmo uso”. Relatou-me pensar que, se houve mudanças, estas foram mais por uma questão “de moda”. Também, hoje, é procurado por outro motivo – “porque é um material eco-compatível. Principalmente o bambu cresce rapidamente, e não se cortam árvores para fazer os móveis. Assim, supostamente é melhor”³³³. Isto é o que, possivelmente, faça com que se olhe para este material com outros olhos, contemporaneamente.

A estratégia da BambuDesign é de promover os artefatos em locais de grande circulação, como em vitrinas do Metrô e feiras de artesanato. A política é de colar valor aos artefatos pela etnicidade, o que é enfatizado, por exemplo, ao optar por expô-los na feira de artesanato de Rho, sobre a qual darei alguns detalhes no item seguinte.

4.3 Feiras e Mostras

4.3.1 Feiras: espaços “populares” de consumo

As feiras, consideradas espaços “populares” de consumo, promovem a comercialização de produtos mais acessíveis, supostamente ofertados diretamente ao público consumidor, estabelecendo uma relação de proximidade e confiança ao sugerir que não há intermediários na negociação (o que dificilmente representa a realidade).

Na Itália, há uma grande feira anual, a *Rho Fiera*, próxima de Milão que, em dezembro, reúne artesãos de todas as partes do mundo para expor seus produtos. É montada no mesmo pavilhão aonde acontece o Salão de Móveis de Milão. A primeira edição da feira foi em 1996 e conta, anualmente, com a visita de mais de três milhões de pessoas nos nove dias de exibição. É um espaço imenso (cento e quarenta mil metros quadrados), dividido por regiões, privilegiando os produtos italianos (cinquenta por cento dos *stands*, que são no total, aproximadamente, dois mil e setecentos). É um local de exposição e venda de grande variedade de artefatos, desde salames e pequenos artefatos a móveis e barcos.

Dadas essas dimensões e o potencial de visualização dos produtos na Rho Fiera, todos os anos a Bambu Design monta um *stand* para expor seus artefatos (figura 83). Especialmente, o *stand* está localizado na área chamada *Paesi del mondo* (países do mundo), destinada a produtos chamados “exóticos”, especialmente os orientais, asiáticos, hindus e, também, em pequena quantidade, da América Latina.

³³³ DAL BEN, Mirco. Entrevista concedida à autora em Milão, Itália, nov. 2009.

Ou seja, apesar de ser uma empresa italiana, não expõe entre estas. Há uma descontextualização e recontextualização dos artefatos, inserindo-os na esfera do exótico e distante, como categorias abstratas, sem raízes específicas ou identidades reveladas. Os artefatos são a-históricos e não têm a procedência declarada.



Figura 83: Stand da Loja Bambu Design na feira de artesanato de Milão.

Local: Milão, Itália.

Fonte: Foto de autoria própria, dez. 2009.

No Brasil, as feiras de artesanato possuem características muito similares às italianas, guardadas as devidas proporções de tamanho e movimentação (de pessoas e econômica). Poucas são as que expõem móveis e, geralmente, exibem e vendem apenas pequenos artefatos³³⁴. No Paraná acontece anualmente a Feira de Artesanato (FEIARTE) em Curitiba, que comercializa produtos em um pequeno pavilhão e enfatiza, também, produtos orientais, principalmente elementos de decoração e para o lar. Este tipo de feira acontece em vários estados brasileiros e

³³⁴ Maria Regina Furtado realizou pesquisas sobre o artesanato popular e a feira de artesanato de Curitiba, a “feirinha do Largo”. FURTADO, Maria Regina. **Desvendando o artesanato**: uma contribuição do Programa do Artesanato Paranaense – PAP. Curitiba: Secretaria de Estado e Ação Social/ Secretaria de Estado da Cultura, 1994. 36 p.

circula pequenos objetos artesanais produzidos regionalmente. O principal órgão de fomento a estas ações tem sido o SEBRAE³³⁵. Apenas cito estas feiras, mas não pretendo estabelecer paralelos e/ou contrastes entre o Brasil e Itália, por não ser o foco no momento, uma vez que não circulam expressivamente móveis artesanais em fibras.

Em âmbito nacional, a Associação Brasileira das Indústrias de Móveis de Alta Decoração (ABIMAD), com sede na cidade de São Paulo, promove a Feira Brasileira de Móveis e Acessórios de Alta Decoração, que acontece todos os anos, nos meses de fevereiro e julho, que se assemelha às mostras de decoração. Indústrias paranaenses de artefatos em fibras como a Raffinato, Desigan e GS Móveis são afiliadas e expõem nesta feira. É um espaço pequeno, com cerca de setenta expositores e, destes, aproximadamente dez por cento são empresas que trabalham com o trançado de fibras naturais e sintéticas. A eficácia não está nas vendas diretas, mas nas rodadas de negócios promovidas para mostrar e vender os móveis, revistas que circulam nacionalmente com matérias sobre as indústrias, *site* com contatos e difusão de programas como o *Quality for Export* - que visa qualificar empresas associadas para a exportação.

4.3.2 *Mostras e exposições*

Diferentemente de lojas e feiras, as mostras e exposições são espaços indiretos de consumo. Apresentam produtos considerados “inovadores”, assumindo posicionamento de “vanguarda” em estilos e veículos de difusão de tendências - materiais, tecnológicas e/ou comportamentais. As exposições universais, principalmente a partir do século XIX, inauguraram formas de mostrar e difundir novidades, prenunciadas pela revolução industrial, que revelavam novos estilos de vida mediados por artefatos.

No final do século XIX e início do século XX, até a primeira guerra mundial, na Europa e América, há uma euforia devido ao crescimento econômico desencadeado pela revolução Científico Tecnológica. Este período, conhecido como “Belle Époque”, teve um correspondente brasileiro, a “Regeneração”³³⁶. Sendo um projeto de elites, espelhava-se nos moldes europeus do que era considerado “civilizado” e “progressista”. A instauração de um novo regime, o

³³⁵ <http://www.sebrae.com.br/setor/artesanato>

³³⁶ SEVCENKO, Nicolau. (org.). *História da Vida Privada no Brasil*. República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

republicano, a expansão do mercado de consumo e o afã modernizador, baseado nos princípios de racionalidade técnica, visavam romper com o passado e tradições, estabelecendo uma nova ordem e nova visualização das cidades e pessoas.

As exposições propunham uma visualização ideológica associada ao desenvolvimento industrial. As mercadorias, assim como as invenções e máquinas expostas, tinham um caráter de universalizar e socializar fetiches e ideologias capitalistas do progresso e da ciência como novas ordens. Pesavento ressalta que as estratégias eram materializadas pela variedade de itens apresentados ou pela diversidade de imagens expostas, tendo como pressuposto que “expor as realizações tecnológicas das indústrias é fazer a síntese filosófica do progresso da humanidade”³³⁷. Eram espetáculos que ostentavam maravilhas tecnológicas e industriais, objetivando seduzir e fazer sonhar sobre novas formas de viver nas grandes metrópoles.

Na verdade, apenas os grupos de elite são beneficiados com este projeto modernizador, sendo as classes populares excluídas destes planos, obrigadas a buscar espaços alternativos de vida nos centros urbanos. Para colocar “panos quentes” sobre a questão, muitos canais foram utilizados pelo capitalismo para “mascarar” relações excludentes, ofertando imagens e artifícios, como exposições, que exibiam o sistema como um espetáculo possível a todos. Esta ilusão buscava “uma harmonia social, tendo no proletariado o produtor e cliente desta imagem ofertada”³³⁸.

A grande exposição industrial do Paraná, em 1932, ressaltou o perfil “civilizador e progressista” do Estado, exaltando a indústria regional como capaz de fazer “tudo quanto se faz em qualquer parte do mundo”. A modernização foi representada pela variedade de produtos apresentados e pela capacidade produtora de nossas indústrias, indo muito além dos “produtos nativos” das mostras anteriores. Na chamada inicial do artigo da edição impressa sobre a exposição, a intenção dos organizadores, de acordo com o texto, é de: “pelos clichês que a seguir estampamos, registrar este progresso”³³⁹.

Entre as indústrias que “alavancaram” este progresso e que “ultrapassaram” a categoria de “produtos nativos”, foi apontada a fábrica de móveis Martinho Schulz (figura 84), que, entre máquinas,

³³⁷ PESAVENTO, Sandra Jatahy. **Exposições Universais**: espetáculos da modernidade do século XIX. São Paulo: Hucitec, 1997, p. 48 a 50.

³³⁸ *Ibid.*, p. 47.

³³⁹ Fonte: Ilustração Paranaense, 1933.

stands com alimentos e outros artefatos industriais, expôs seus móveis em vime, sendo contemplada com a Medalha de Ouro e o Grande Prêmio Brasil, concedido pela comissão julgadora do evento.



Figura 84: *Stand* na Exposição Industrial de 1932

Local: Curitiba, PR.

Autoria e Produção: Móveis Schulz.

Época: 1932.

Fonte: Ilustração Paranaense, 1933.

Seguindo a linha conceitual das exposições universais surgem mostras setoriais para divulgar produtos. Na área de mobiliário, os Salões de Frankfurt, Colônia (Alemanha) e de Milão (Itália) são os principais difusores de tendências e estilos, abrindo espaço para designers que projetam novos conceitos. Interessante notar como estes mecanismos de exposições rearticula e reestrutura práticas produtivas. Em observações realizadas na Itália, pude perceber que são criadas novas dinâmicas empresariais a partir de estratégias acionadas nos salões e mostras. As empresas italianas investem muito para lançar novos produtos e a motivação das inovações é impactar o público e, assim, ganhar a mídia.

A cada ano (ou dois anos – que indica ser o ciclo das pesquisas de tendências) há uma relativa alternância estética. Para os salões de 2008 e 2009, a B&B e Moroso, por exemplo, investiram em peças coloridas, com alusão a identidades deslocadas e exóticas (aos olhos europeus). Esta iniciativa foi em direção oposta à quase “ditadura” da neutralidade de cores de coleções anteriores e ao que foi apontado em 2010. A alternância de “tendências”, em certa medida, força a atualização conceitual de móveis para sempre lançar “novidades” para o consumo.

A coleção lançada no Salão de Milão de 2008, *Tropicália* (figura 85), alude ao movimento artístico homônimo brasileiro, apesar de não explicitar esta ligação. A estética é dos anos 1970/80, remetendo ao Design Pop, quer seja pela materialidade dos móveis, com uso de plásticos e aço, ou pelas cores muito vivas e brilhantes que imprimem um ar descontraído e jovem, conceitos do movimento. As formas lembram as cadeiras feitas artesanalmente pelas fábricas brasileiras, nesta época (como a poltrona mostrada na figura 16, no capítulo 2, item 2.2.1), e muito usadas em exteriores e em casas de praia.



Figura 85: Linha Tropicália - Móveis feitos em fibras sintéticas trançadas.

Local: Itália

Material: Polímero termoplástico (laterais) e couro (central) trançado em estrutura de aço pintado à mão.

Época de produção: 2008.

Fonte: Catálogo e *site* da Moroso, disponível em: <http://www.moroso.it/>. Acesso em: 10 nov. 2010.

A Moroso apresentou no salão de Milão peças de coleções de seu catálogo, de diferentes autorias, destacando-se a direção de criação e arte de Patrícia Urquiola. O título do catálogo: “**WHO’S AFRAID OF**

RED, YELLOW AND BLUE”³⁴⁰, parece ser uma provocação e, ao mesmo tempo, um manifesto, diante da recorrente “ditadura” das *não cores* para a decoração contemporânea de residências, especialmente, as européias e de camadas mais abastadas da população.

Os(as) designers responsáveis pela criação destas linhas, procurando contextualizar a presença tão intensa de cores, acionam valores de culturas distantes, como a africana e brasileira. Estereótipos destas culturas, como “coloridas”, “extrovertidas” e “alegres”, possibilitaram legitimar o desejo de “colorir” o espaço monocromático mostrado usualmente na mostra principal do Salão.

A coleção *Shadowy* (figura 86), que também faz parte do catálogo de 2008 da Moroso (Itália), projetada por Tord Boontje, foi apontada como constituinte de um novo repertório para o Salão de Milão. Foram inspirados nas antigas técnicas africanas (Senegal) de trançado em plástico usado para fazer as redes de pesca, que são resistentes e coloridíssimas. Em pesquisas sobre a cultura africana e técnicas ancestrais de trançado, a Moroso captou cores e formas representativas das identidades locais³⁴¹.



Figura 86: Linha *Shadowy* - Móveis feitos em fibras sintéticas trançadas.

Local: Itália

Material: Polímero termoplástico trançado em estrutura de aço pintado à mão.

Época de produção: 2009.

Fonte: Catálogo e site da Moroso, disponível em: <http://www.moroso.it/>. Acesso em: 09 nov. 2010.

³⁴⁰ Apresentarei este catálogo no capítulo 5.

³⁴¹ Problematizei, no capítulo 5, a falsa etnicidade, deslocada e sem referência.

As peças parecem enormes animais, como girafas e zebras, e os grafismos imitam a natureza e padrões locais. A forma, no entanto, remete a um antigo mobiliário de praia usado no norte da Europa, nos anos 1920. Eram cadeiras trançadas ou de lona, com uma cobertura superior que servia como parasol.

O Salão de Milão acontece desde 1961, sendo estruturado em várias mostras que dão visibilidade a diferentes propostas. Habitualmente apresenta linhas “perfeitas” de móveis *high tech* (produzidos com tecnologias “de ponta”, como corte a laser, comandos computadorizados e materiais “tecnológicos”), no entanto, nas últimas versões tem apresentado alternativas “low tech” (se é possível adaptar este termo ao caso), de móveis e artefatos “imperfeitos”³⁴², como os produzidos artesanalmente.

Os móveis artesanais feitos em fibras fortalecem uma postura *low tech*, ou seja, de móveis com formas “imperfeitas” e únicas, características do fazer artesanal. A Estante Cabana (figura 87), que remete a uma oca indígena, foi mostrada no salão de 2010 em Milão. São móveis dos Irmãos Campana, hoje consagrados e com peças produzidas por indústrias de móveis renomadas no mundo, como a Edra que produz estas peças.

A estante “Cabana” usa fibras naturais com características que revelam, ocultam e transgridem o que se entende comumente por móvel, bem como os usos das fibras. Se for verdadeira a afirmação de que mostras são “vitrinas de tendências”, o que o Salão de móveis de Milão de 2010 e os móveis artesanais apresentados lá nos indicam? A postura *low tech* e valorização do artesanato serão marcos para uma retomada desta produção, a exemplo do que foi anunciado para as “modernidades” tecnológicas das exposições industriais do início do século XX?

³⁴² A palavra imperfeição não significa falta de acabamento ou baixa qualidade. A emprego para designar o “avesso” da produção em série, que descarta qualquer objeto que não passe por controles que garantam a perfeição, ou seja, a homogeneidade das peças, sem um mínimo detalhe que possa ser considerado como “defeito”. O “imperfeito” permite a diferença e heterogeneidade das peças.



Figura 87: Estantes Cabana.

Local: Salão de Móveis de Milão, Itália.

Autoria: Irmãos Campana

Local de produção: Edra – Itália.

Disponível em: <http://sersustentavelcomestilo.blogspot.com/2011/01/campanas.html>.

Acesso em: 26 jul. 2010.

No ano de 2010, o Salão Satélite, que é um espaço para os estudantes e novos designers, teve peças de outros representantes do Brasil, como Pedro Franco e Christian Ullmann (este, argentino radicado no Brasil), que apresentaram uma série de poltronas que aliam design, artesanato e indústria, para a sua produção. Os móveis das figuras 88 e 89, em especial, merecem ser, ainda que brevemente, analisados, porque os designers tiveram preocupação com a responsabilidade sócio-ambiental e buscaram agregar trabalho de comunidades artesanais na produção. A primeira é a poltrona Primavera que foi projetada para a *Alotof design group*³⁴³, em parceria com a indústria de Móveis Ronconi. O fazer artesanal (“fuxicos” do

³⁴³ “Alotof design group, é um grupo brasileiro que faz a busca de uma nova estética, produto com novos valores, considerando o conceito de GLO - CAL (global + local) através da inserção de matérias primas e artesãos locais no processo de criação e fabricação. O ponto de partida é o pensamento do filósofo Victor Papanek; em seu trabalho “Design para um mundo Real”. Disponível em: <http://alotofdesigngroup.wordpress.com/about/>. Acesso em: 27 jul 2010.

acabamento)³⁴⁴ de artesãs da favela Zumbi dos Palmares, da cidade de Curitiba - PR, foi incorporado à tecnologia de uma grande indústria, como uma das fases da produção mas, descentralizada, com parte feita na comunidade.



Figura 88: Chaise longue Primavera.

Local: Salão de Móveis de Milão, Itália.

Autoria: Pedro Franco.

Produção: Móveis Ronconi, Curitiba, PR.

Época: 2010.

Fonte: Disponível em: <http://alotofdesigngroup.wordpress.com/>. Acesso em: 09 set.2010.

Christian Ullmann relatou que este móvel foi o que teve a maior aceitação no Salão de Milão e que, na opinião de visitantes, melhor representou a “identidade brasileira”. Por quê? Uma possível justificativa: as cores fortes e vibrantes dos fuxicos que a revestem e a maior proximidade com o trabalho feito à mão de comunidades remetem a estereótipos universalizados do Brasil, principalmente no exterior, como representados na coleção *Tropicália*, da Moroso: colorido, alegre, extrovertido.

Argumentando sobre esta definição de identidade brasileira, Christian relatou-me que, se designers “não europeus” querem ter aceitação nos salões internacionais, muitas vezes têm que acionar estes

³⁴⁴ Algumas considerações sobre os problemas enfrentados neste trabalho e as limitações do designer, serão feitas no capítulo de considerações finais.

códigos e colá-los aos objetos mesmo sendo contrários a eles tentando construir um contra-discurso. O designer tentou tirar partido, revertendo a aceitação dos artefatos positivamente para as comunidades envolvidas, dando visibilidade e valorizando o fazer artesanal e possibilitando gerar trabalho e renda para os artesãos.

Se eu me voltar contra o que está posto, simplesmente virando as costas para o sistema capitalista e suas regras de mercado, alguém vai aceitar fazer, e fazer como? Mal feito!! Por isto, aceito e vou, aos poucos, tentando conscientizar o mercado e as empresas para que aceitem o modo de fazer artesanal como ele é, sem imprimir o ritmo da indústria, produzindo em grande escala. Como? Este é o grande desafio do designer. Acho que ainda ninguém sabe...³⁴⁵

Problematicando esta colocação, apesar de ter ciência da responsabilidade ética, social e moral de Christian e tantos outros designers que trabalham com o artesanato, usar estereótipos, mesmo que pretensamente para ter aceitação, não justifica a ação. O papel dos designers e de todos os profissionais que mostram a “cara do Brasil” (ou melhor, “as caras”, diante da impossibilidade e inviabilidade de unificar tamanha diversidade presente em nosso país) precisa ser de ruptura com padrões seculares que oprimem e reproduzem imagens estereotipadas do que é o Brasil e o povo brasileiro.

Também, apesar da alusão às parcerias com artesãos e os méritos implícitos, aspectos da co-autoria, na concepção e produção de artefatos, não tem sido efetivamente evidenciados, principalmente em salões e mostras, não instrumentalizando e politizando comunidades como poderia acontecer. Apesar do trabalho dos artesãos ser o que realmente diferencia os produtos, inclusive em termos de maior valorização monetária, não há referência sobre: quem, onde ou como fez e, muito menos, uma participação realmente “justa” nos lucros. Por detrás de discursos de “ação social inclusiva”, por vezes, perpetua-se uma hierarquização de saberes e escala de valores entre o design e artesanato, expondo um profundo distanciamento da ação em relação a princípios éticos e morais.

A poltrona *Under Construction Homeless* também é exemplo de discursividades deslocadas e “coladas” aos artefatos artesanais. Segundo

³⁴⁵ ULLMANN, Christian. Entrevista concedida à autora, em Curitiba, abr. 2010.

narrativa de Christian Ullmann³⁴⁶, seu idealizador, foi uma parceria que, dentro do possível, buscou materiais alternativos, baratos e envolver uma comunidade na confecção de partes do mesmo. A estrutura é feita com malha de ferro usada na construção civil e as percintas (tiras do acabamento), trançadas na estrutura, são originalmente de pedaços de cobertor comumente usados pela defesa civil, em campanhas para desabrigados e para moradores de rua (popularmente chamados de “corta febre”).

A produção do acabamento da poltrona *Under Construction* é realizada por uma comunidade de artesãs do grupo *Costurando com Arte* da cidade de Serrana, em São Paulo. O projeto propõe um novo modelo de produção e de relacionamento com o consumo, aproximando comunidades artesanais e seus produtos de mercado e usuários. Esta característica foi apontada como um dos fatores que definem este produto como sustentável. A proposta prevê um ciclo de vida mais dilatado, retardando o descarte do produto, pelo fato do usuário poder mudar a estética da poltrona quantas vezes quiser, colocando novo tecido de acabamento e alterando cores, assim, aumentando o seu tempo de uso pela renovação estética.

Na apresentação do produto (figura 89) são enfatizadas as fontes de inspiração do designer - ferros retorcidos de construção e a foto de um morador de rua enrolado em um cobertor “corta febre”. Em uma foto maior, à direita, está retratada uma mulher negra, com pouca roupa, ar extrovertido e brincalhão, deitada sobre a poltrona. Este uso estereotipado da figura da mulher é recorrente em anúncios publicitários³⁴⁷ e, principalmente (e infelizmente), é uma forma corriqueira e preconceituosa pela qual se veicula a imagem do Brasil no exterior. País pobre, mas alegre, extrovertido e, neste caso, nem tão colorido. Mais uma vez, o design acaba legitimando estereótipos que precisam ser desconstruídos.

³⁴⁶ ULLMANN, Christian. Entrevista concedida à autora, em Curitiba, abr. 2010.

³⁴⁷ Para análises mais aprofundadas sobre o tema, consultar: RIAL, Carmen. **Dez anos depois, revisitando “Japonês está para TV assim como mulatos para cerveja”**: estereótipos raciais e étnicos na publicidade brasileira. In: Wolff, Cristina Scheibe; Fáveri, Marlene; Ramos, Tânia Regina Oliveira (orgs). **Leituras em rede: gênero e preconceito**. Florianópolis: Mulheres, 2007, p. 429-456.

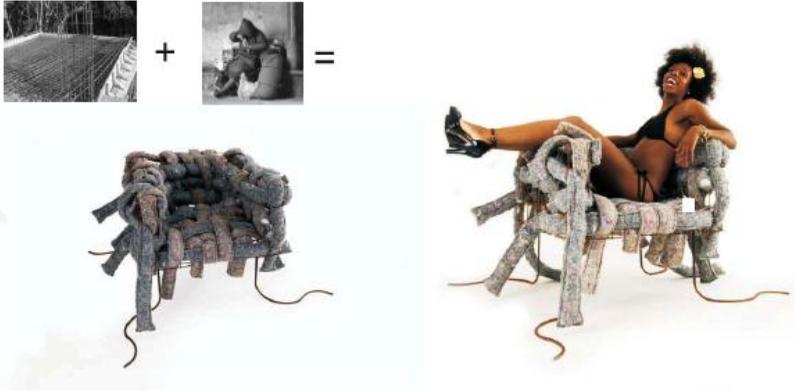


Figura 89: Poltrona *Under Construction Homeless*.

Local: Salão de Móveis de Milão, Itália.

Autoria: Pedro Franco e Christian Ullmann.

Local de Produção: Curitiba, PR.

Fonte: Imagem cedida pelos autores: Ullmann, Franco (2010).

Apesar do partido conceitual ser explicitado como privilegiar materiais não nobres (cobertores), para vender a pessoas não tão afinadas com causas sociais e práticas contestatórias, este material pode ser substituído por tecidos mais nobres, sendo este o acabamento utilizado na peça mostrada na vitrina da loja Ronconi do Alphaville Curitiba.



Figura 90: Poltrona *Under Construction Homeless*.

Local: Lojas Ronconi, Alphaville Curitiba.

Fonte: Foto de autoria própria, 2010.

A textura dos tecidos, como já comentei anteriormente, é propriedade sensível que sustenta certos valores materializados em artefatos. Veludos, sedas e brocados, são comumente associados ao luxo e sofisticação; jeans, algodão e tecidos mais rústicos são considerados populares. Assim, tecidos apresentam propriedades culturais que colam significados aos artefatos que revestem, os afirmando ou questionando, como é o caso do cobertor no revestimento da poltrona. Entretanto, grifes e ações de especialistas podem acionar e desacionar estes valores, alterando radicalmente este sentido preferencial. Seria esta a tentativa dos designers da Alotof ao apresentar a peça no Salão de Milão? Mas, por que na vitrina da loja não há ao menos uma menção à proposta original?

Caberia uma análise mais aprofundada sobre as representações e mensagens passadas na imagem apresentada, no entanto, esta não será feita por se distanciar dos objetivos imediatos da tese. De qualquer forma, não há como furtar-me a mencionar e até lamentar esta reprodução de estereótipos relacionados a classes e à alusão da brasilidade: de um Brasil de mulatas seminuas, sensuais, de ar extrovertido e descompromissado. Não pretendo tecer críticas aos autores da imagem, até porque que não tive oportunidade de indagá-los especificamente a este respeito. É apenas uma colocação pertinente para que estas imagens e reproduções sejam evitadas por profissionais que evidenciam nossa cultura e para que estereótipos não se perpetuem.

Mas, para além de estereótipos, as mostras internacionais têm sido espaços importantes para comunicação e reconhecimento do design brasileiro como algo mais do que um reflexo de tendências importadas, como acontecia até a década de 1970/80. Há uma produção nacional de muita qualidade e que serve como referência local e globalmente.

4.3.3 *Mostras nacionais*

Nacionalmente, algumas mostras brasileiras que revelam artefatos artesanais são: A CASA museu do objeto brasileiro; Craft Design e Design & Natureza, entre outras. Ambas objetivam incentivar a produção artesanal “renovada” por ações de design. A Craft Design³⁴⁸, em São Paulo, possui caráter de incentivar e dar visibilidade a casos de “inovação” na área de design, aproximando-o da arte e do artesanato.

A Casa – Museu do Objeto Brasileiro possui arquivos e coleções de cultura material contemporânea, dividida por tipologias e

³⁴⁸ Disponível em: <http://www.craftdesign.com.br/>

autores. Poucos exemplares de móveis artesanais em fibras são catalogados. O objetivo da mostra do museu “A Casa” é: “incentivar a inovação e a pesquisa voltadas para a produção artesanal contemporânea no Brasil e divulgar artistas, artesãos, designers e empresários que propõem novos caminhos para a criação de um objeto artesanal autêntico e responsável”³⁴⁹. No entanto, o anonimato de algumas peças preocupa, uma vez que expõe a fratura que há entre produção e consumo.

Com foco na contemporaneidade, mas apontando em direção a estilos de vida mediados pelo planejamento de especialistas (decoradores, designers e arquitetos), a mostra “Casa Cor” divulga concepções do viver (elitizado e idealizado), como uma vitrina de tendências. A mostra é pautada na premissa de que “uma casa reúne **pessoas**, seus **estilos** e gostos, seus **desejos** e **sonhos**. Há quase 25 anos Casa Cor© abre suas portas para o **novo**, o **criativo** e o **ousado**, (...) tornou [-se] referência nacional e internacional de bom gosto, influenciando formadores de opinião e agregando valor às marcas a que elas se associam”³⁵⁰. A Casa Cor é um sistema de franquias, que envolve profissionais da área e patrocinadores, tendo todo ano um tema que inspira a criação dos ambientes.

A sustentabilidade tem sido a tônica das últimas edições. No ano de 2009, o tema foi “Natureza e Burle Marx”. Em 2010, na edição do Paraná, o slogan foi: “Morar Verde: sustentável maneira de viver”, o que “consolida a fama da capital (Curitiba) como BIO CIDADE, referência mundial em ações voltadas para a vida sustentável e respeito ao meio ambiente”³⁵¹. Esta forma de viver sustentável apresentada pela mostra Casa Cor, de acordo com observações realizadas nas últimas mostras, resumiu-se à inserção de alguns móveis, elementos decorativos e objetos feitos de lixo reciclado, madeira de demolição, fibras naturais, com pouca preocupação com um contexto mais amplo da sustentabilidade (origens, quem fez, como fez e possibilidades de uso consciente).

³⁴⁹ Disponível em: <http://www.acasa.org.br>.

³⁵⁰ Grifos do original. Sobre a mostra e sua criação, o site institucional da Casa Cor coloca que: “A CASA COR© teve início no Brasil em 1987 [...] Atualmente, a CASA COR© possui 19 franquias, 17 nacionais [...] e duas internacionais: Peru e Panamá. Todos os anos, imóveis são redesenhados e decorados pelos maiores profissionais da arquitetura, decoração e paisagismo”. Disponível em: <http://www.casacor.com.br/acasa/acasa.htm>. Acesso em: 06 jun. 2010.

³⁵¹ Grifos do original. Disponível em: <http://www.casacor.com.br/acasa/acasa.htm>. Acesso: 06 jun. 2010.

Apesar de algumas peças demonstrarem preocupação sustentável, a exemplo do sofá “Ursa Maior” projetado pela designer Bernadete Brandão (figura 91), nenhuma menção ao processo de criação, produção ou origem do produto é feita na mostra, que funciona apenas como uma vitrina de cenários de ambientes de viver para a alta sociedade. Móveis artesanais foram inseridos em ambientes, de forma descontextualizada e sem nenhum compromisso cultural, histórico, social ou ético. Sem aderir a uma crítica de viés moralizante, Bernadete Brandão acredita que este pode, sim, ser um espaço de “contaminação social”, pois, segundo a designer, para

a sustentabilidade acontecer na prática no mundo, temos que nos conectar ao público influenciador. Arquitetos e decoradores são aqueles que continuam sendo os grandes influenciadores de opinião e que fazem as melhores indicações [para os produtos]. (...) A ação de participação de eventos como o D&D e Casa Cor são fundamentais, já que estes atingem as classes A e B - mais abastadas das populações - que são piloto para difundir, pois, são os que consomem e aderem a estes ideais [de sustentabilidade]³⁵².

Com esta intenção, a designer tem participado de mostras e feito questão de divulgar o processo e as origens de seus produtos. O ambiente (figura 91), denominado de *Paisagismo: Viva o Verde!*, projetado por Nadia Bentz e Vanderlan Farias, arranjou móveis artesanais em sintonia com ideais de natureza, ecologia e sustentabilidade, sendo o único da mostra que buscou refletir o conceito de sustentabilidade de forma mais holística.

Com relação aos materiais usados, o piso e as banquetas foram construídos usando madeira reaproveitada de demolição; as mesas são de refugo de troncos de madeira; os elementos decorativos foram feitos com fibras naturais e executados por comunidades artesanais; a poltrona de vime foi projetada por Bernadete Brandão e executada por artesãos da indústria Movime. Este móvel foi criado pensando no ciclo de vida completo e sustentável do produto: extração da matéria prima em local próximo da produção e respeitando o meio ambiente e relações de trabalho; produção segundo princípios ambientais limpos; processos éticos, justos e inclusivos no trabalho de artesãos; e proposta de descarte sem agredir o ambiente.

³⁵² BRANDÃO, Bernadete. Entrevista concedida à autora em Curitiba, out. 2009.



Figura 91: Ambiente projetado para a Casa Cor - poltrona “Ursa Maior”.

Autoria: Bernadete Brandão.

Produção: Movime.

Local de Produção: Curitiba, PR.

Época: 2009.

Fonte: Foto cedida por Bernadete Brandão.

Simbolicamente, por ser um ambiente de transição entre interior e exterior da residência, os móveis foram incorporados aos elementos da natureza e assumiam matizes ou mimetizavam estes - troncos de árvores mortas viraram mesas, fibras foram transformadas em elementos decorativos, móveis e painéis imitavam cercas de bambu. A ideia de harmonização foi buscada para dar coerência entre o predomínio de elementos naturais e artefatos feitos artesanalmente, apesar de, novamente, haver certa invisibilidade de artesãos em algumas peças.

Esta ausência de elo entre produção e consumo apresenta-se como o principal “gargalo” ou limitador para a efetiva valorização do trabalho artesanal. Apesar dos designers, arquitetos e decoradores utilizarem estes artefatos em ambientações supostamente sustentáveis, acabam não evidenciando as redes de valor do objeto: como algo feito localmente a partir de tradições, que reflete identidades, relações de trabalho, trajetórias históricas de comunidades e de coisas. Assim, não efetivam o chamado “comércio justo”, fundamental em relações sustentáveis.

Bernadete, ao comentar o caso específico da Poltrona Ursa Maior, que foi lançada e mostrada na mostra Casa Cor de Curitiba, enfatizou que o propósito do artefato é ser sustentável nas dimensões: ambientais, culturais, sócio-éticas e econômicas. Todo o processo de produção foi concebido em conjunto com artesãos da fábrica que iria

produzi-la, havendo definição de questões técnicas, materiais, fluxos e processos, formas de acabamento e planilha de custos contemplando o que os funcionários achavam ser justo ganhar pelo trabalho, além das margens de lucro da empresa para produzir.

Tudo acertado na produção, a designer passou a articular a forma de circulação. Esta foi pensada, a princípio, a partir da venda por meio de um *site* que planejou. Este, além de vender produtos com selo sustentável, promoveria fóruns, debates e esclarecimentos sobre sustentabilidade. A circulação e venda, segundo critérios de “comércio justo”, foco deste empreendimento, funcionaria como uma vitrina de ideias sustentáveis e novos estilos de vida. A espacialidade virtual é cada vez mais presente no cotidiano de pessoas, em grandes centros urbanos, portanto, pode ser uma alternativa para promover a visualização dos móveis artesanais em fibras, direcionados a um consumidor que circula nestes espaços, mas, como argumentou, “o alcance deste *site* ainda é muito restrito, precisaria de muito investimento para divulgar estas ideias e fazê-las circular”.

Então, onde vender? Por enquanto, lojas físicas destinadas a clientes de alta renda e que não se importam em pagar mais por estes produtos seria a maior possibilidade, já que estes móveis são mais caros por remunerarem justamente todos os envolvidos no processo. “Infelizmente, esta é a única opção, por enquanto, mas precisamos de outras saídas”, desabafou Bernadete³⁵³.

Segundo a designer, ligar o circuito - produção/circulação/consumo - “não é um processo fácil, ao contrário, é complexo e múltiplo, no entanto, compensador”, pois, ao valorizar processos produtivos, tradições, sentimentos e histórias de vida de comunidades e comunicá-los ao consumidor, é favorecida a inserção social de grupos produtivos de forma sustentável, de fato.

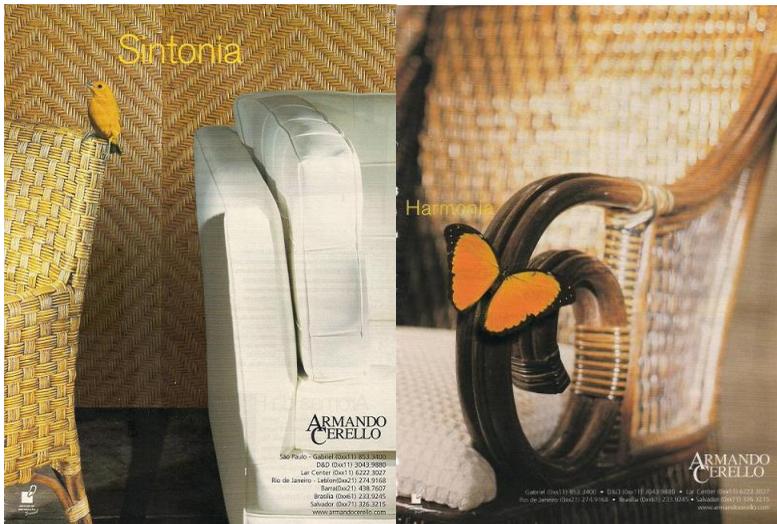
Diante destas percepções, algumas perguntas permanecem em suspenso: Como os artesãos materializam e lidam com estas visualidades, significações e valorizações distintas e até mesmo contraditórias do móvel artesanal? Como o designer, como mediador entre produção e consumo, pode/necessita transitar nesses contextos para valorizá-los de forma justa? Estas perguntas, que ora deixo no ar, retomarei nos capítulos finais, buscando argumentar sobre possibilidades e caminhos para o móvel artesanal em relação a políticas de valorização inclusivas e circulação de ideias e ideais do artesanal relacionado a trajetórias sociais, territórios e estilos de vida.

³⁵³ BRANDÃO, Bernadete. Entrevista concedida à autora em Curitiba, set. 2009.

CAPÍTULO 5

MÓVEIS ARTESANAIS: MEDIAÇÃO EM NARRATIVAS E PROJETOS CONTEMPORÂNEOS DE ESTILOS DE VIDA

[...] caminha-se por vários dias entre árvores e pedras. Raramente o olhar se fixa numa coisa, e, quando isso acontece, ela é reconhecida pelo símbolo de alguma outra coisa: a pegada na areia indica a passagem de um tigre; o pântano anuncia uma veia de água; a flor do hibisco, o fim do inverno. O resto é mudo e intercambiável - árvores e pedras são apenas aquilo que são³⁵⁴.



³⁵⁴ Italo Calvino, 1990.

MÓVEIS ARTESANAIS: MEDIAÇÃO EM NARRATIVAS E PROJETOS CONTEMPORÂNEOS DE ESTILOS DE VIDA

Neste capítulo, reflito como, contemporaneamente, são acionadas representações da tradição, natureza, sustentabilidade, aconchego, entre outras, em políticas de valorização do móvel artesanal, refletindo e refratando estilos de vida urbanos contemporâneos. Apresento algumas enunciações e (re)significações que relacionam temporalidades, espacialidades e materialidades do móvel artesanal em fibras em narrativas midiáticas. Para mediar estas análises privilegiei imagens (de catálogos e revistas de decoração) e interações do design, que comunicam, dão visibilidade e, de certa forma, norteiam estratégias para relacionar trajetórias sociais e artefatos.

Esclareço que a opção por focar as análises em narrativas imagéticas e textuais sobre o tema artesanato/estilos de vida/consumo não teve a intenção de fragmentar o campo, mas buscar a necessária articulação em torno deste eixo que permeia debates atuais sobre questões éticas, sociais, culturais, ambientais e econômicas envolvidas nas práticas cotidianas, que acabam desembocando em discussões sobre limites e possibilidades de ação no campo.

5.1 Significados do natural e identidades na constituição de redes de valor de artefatos

O papel de intermediadores na esfera da comunicação pode ser de alavancar uma nova *hexis* corporal, traduzida por estratégias que sugerem usos de artefatos, bem como de corpos. Como argumenta Bourdieu³⁵⁵, o “ser”, por vezes, pode tomar o lugar de um “dever-ser” e/ou “ter”, que adentra corpos e mentes para ideais pretensamente mais apreciáveis socialmente. Prescrições de especialistas acionam e “colam” códigos e significados a coisas e *performances*, relacionando-as a *habitus* e condutas preferenciais.

Início pensando sobre a mídia – revistas, catálogos, mostras, *sites* – que tem sido uma mediadora importante ao difundir significados de móveis artesanais ligados a estilos de vida natural, ecológico e/ou sustentável sendo, assim, um elo importante entre ações de design, produção, circulação e consumo de artefatos. Apesar de não ser o objetivo central da tese, considero importante exemplificar a atuação desta forma de mediação para compreender o processo de divulgação do

³⁵⁵ BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: EDUSP, 2007.

móvel artesanal trançado em fibras inserido em uma rede de relações e representações de modos de “ser e estar no mundo”. Esta aproximação permite refletir, futuramente, sobre ações possíveis para desenvolver projetos e interações de design com o setor.

As mídias têm participação importante em processos de construção de subjetividades e imaginários sociais. Como argumenta Appadurai³⁵⁶, a imaginação faz com que os grupos sociais, em diferentes contextos - locais ou globais - (re)elaborem e (re)signifiquem bens e imagens que circulam em fluxos planetários. A imagem é produzida, usada e interpretada, em contextos (temporais, espaciais), os quais devem ser considerados ao analisar textos visuais em relação (ou não) com textos verbais.

Com relação a fluxos de imagens em contextos específicos e globais e o papel da mídia na circulação de representações sobre o artesanato, é interessante reportar a uma declaração de Adarcísio Ferro (Darci), artesão de Curitiba. Perguntei-lhe, em entrevista, o que julga ter mudado e o que pensa ser, atualmente, determinante para o artesanato inserir-se no mercado. Fiquei um tanto surpresa com a resposta. Esperava que falasse de tecnologias, novos materiais, novas ferramentas, design ou processos industriais, mas, não! Apontou que, na sua opinião,

a diferença é a mídia. Hoje, se você colocar uma peça tua na ‘Globo’, que saia numa novela, pode ser o que for..., de vime, de junco, de plástico, de qualquer coisa..., todo mundo, no dia seguinte, vai querer. Vou te dar um exemplo: na novela ‘Celebridade’ apareceu uma bolsa com alça de vime e todo mundo queria e, aí, aconteceu o quê? Todo mundo que sabia que eu fazia alça vinha pedir pra eu fazer. E aí eu fazia trinta pares pra um, quarenta, cinquenta, sessenta pra outro. Todo mundo queria! Todo mundo! Quem pedia, eu atendia, mas, não tava preparado pra isso. Então,... o que acontece? Se eu tivesse entrado em contato, digamos, com a ‘Globo’ [risos]: [e dissesse] - Vamos lançar na tua novela uma alça pra bolsa - e, se eu tivesse preparado pra atender o público, eu ficava rico, só com isso. Não precisava trabalhar mais com nada, só isso já chegava. Mas,... quando eu tentei fazer, que eu comecei, a novela já tinha terminado. Então, você veja, como que a mídia é importante!³⁵⁷

³⁵⁶ APPADURAI, Arjun. *Disjuncture and difference in the global cultural economy*. In: Featherstone, M. (org.). **Global Culture**. Londres, Sage Publications, 1990: 295-310.

³⁵⁷ FERRO, Adarcísio. Entrevista concedida à autora em Curitiba, fev. 2005.

Como comentou o Sr. Adarcísio, a bolsinha da novela torna-se parte constituinte de uma identidade de referência coletiva, mesmo que transitória e efêmera (até o fim da novela), e muitas pessoas passam a desejá-la. Esta colocação é concordante com a afirmação de Bourdieu de que “especialistas” acabam substituindo a “repressão pela sedução, a força pública pelas relações públicas, a autoridade pela publicidade, os modos ríspidos pelos modos afáveis”³⁵⁸ sendo, muitas vezes, as escolhas pessoais (vestuário, alimentar, mobiliário, etc) mediadas por estratégias de comunicação de identidades e performatizações de sujeitos por meio de práticas socializantes. Não raro, a mídia televisiva circula e prescreve certos modos de uso de artefatos que acabam mediatizando sistemas ligados a ciclos da moda.

Nas sociedades urbanas contemporâneas, referências tradicionais, origens e identidades, em muitos casos, têm sido circuladas na mídia como algo típico e consumível. Os sabores, as memórias locais, a ligação com a natureza e cultura podem ser apropriados e (re)significados por planejadores³⁵⁹ que podem descontextualizar e traduzir para o consumo formas de produção, tradições (não raro inventadas, conforme salienta Hobsbawn³⁶⁰), natureza e modos de vida. Estes se tornam temática para a configuração de lugares turísticos (parques temáticos, *resorts*, casas de *show*,...), ambientes coletivos (praças, portais, parques,...) e domésticos, proporcionando mecanismos de aderência e coerência a projetos de identificação social.

O comportamento de consumidores, diante deste novo paradigma, não mais se relaciona só à ostentação de bens traduzida em estilos como meros signos sociais e modos de distinção, mas a formas de rupturas e negociações de estilos de vida, sustentando e sendo sustentados por práticas sociais e culturais, a partir de projetos, mediando trajetórias individuais e/ou coletivas.

Slater coloca que a cultura, como “experiência vivida” é prática capaz de transformar, dar sentido e traçar estratégias para enfrentar situações sociais, em projetos mediados pelas coisas e seus significados. Aponta que, a linguagem, vestimentas, artefatos e formas de lazer “são ao mesmo tempo modos de expressão e de ação”³⁶¹. Manifesta-se um

³⁵⁸ BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: EDUSP, 2007, p.147.

³⁵⁹ URRY, John. **The Tourist Gaze**. London: Sage, 2002.

³⁶⁰ HOBBSAWN, Eric. Introdução. In: HOBBSAWN, Eric; RANGER, Terence (orgs.) **A Invenção das Tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984. p. 09-23.

³⁶¹ SLATER, Don. **Cultura do Consumo e Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002, p.161.

caráter representativo e significante no uso de coisas como arena de lutas, acomodações e transgressões, indicando que

[...] pessoas usando os significados das coisas, subvertendo-os, fazendo impossíveis quadraturas dos círculos de contradição social por meio de estilos - depende de reconhecer, em primeiro lugar, que as coisas podem ter muitos sentidos diferentes, mutáveis e contraditórios (são polissêmicos) e, em segundo lugar, que as coisas podem ser um campo de batalha do significado, no qual e através do qual as pessoas contestam, invertem, reinventam, apropriam-se das coisas de acordo com as várias práticas sociais que estão tendo³⁶².

Estruturas de identidade tornaram-se relativamente flexíveis e negociáveis, havendo uma “explosão” de discursos sobre objetos, ou, por meio deles³⁶³. Volto, assim, às alças de bolsa do Sr. Darci. A relevância coletiva de signos orienta e é orientada por práticas produtivas, como passar a fazer alças ao invés de cestas, por exemplo. No entanto, a tradição do trançado não é abandonada. Por ser um desvio em trajetória já estabelecida ao longo de anos (longa temporalidade), pode ser retomada, comunicada, (re)valorizada e (re)contextualizada. O trançado é um ponto de confluência, que transita por diferentes fazeres, no entanto, a tradição, caracterizada por rupturas e retornos persiste, transformando-se.

Neste ponto retomo a concepção do móvel artesanal trançado em fibras e do artesanato, mais amplamente, como um sistema “aberto” e justifico: aberto por permitir-se transitar entre diferentes províncias de significado, negociando formas de ser e estar no mundo, conectando-se a sistemas culturais. Novamente, enfatizo que estas metamorfoses não significam abandonos, mas atualizações e (re)contextualizações da biografia dos artefatos a trajetórias sociais.

O significado das coisas é um processo, uma vez que a cultura do consumo passa pela compreensão e análise do social, em práticas cotidianas e polissêmicas, muito mais do que por uma “leitura textual” homogênea, como bem situou Slater. “Os significados das coisas fazem parte da constituição das relações sociais e da ordem social”³⁶⁴, assim

³⁶² Ibid., p.163.

³⁶³ Ibid., p.37.

³⁶⁴ SLATER, Don. **Cultura do Consumo e Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002, p.146.

como o consumo substancia a reprodução ou transformação cultural de relações sociais, mediado por práticas sociais na vida cotidiana, a exemplo de que “todo mundo quer uma alça de bolsa de vime!”, mas, terminou a novela e veio outra coisa. De alças de vime passamos a outros objetos, mas o que está por trás e sustenta esta produção cambiante é um saber e técnica tradicional: o trançado em fibras.

No sistema de produção ocorre a criação de um “valor potencial” constituído por significados ligados às práticas tradicionais, cultura e territórios. No consumo este valor percebido será convertido em “valor real”³⁶⁵, pela apropriação, (re)significação e uso. A convergência destes valores, construída de maneira dinâmica e interativa, acontece na esfera da comunicação que representa interface fundamental para promover, valorizar e fortalecer práticas ligadas a culturas e territórios.

O *marketing* televisivo e as mídias, em geral, podem comunicar e/ou acionar projetos. Entretanto, estes não são homogeneizantes (nem todo mundo quer as alças de vime) e nem todos são efêmeros (mesmo alguns modismos acabam permanecendo, encontrando aderência a práticas sociais). Ilustrando a veiculação da imagem do móvel artesanal em fibras na mídia televisiva (antes de me deter nas mídias impressas), apresento o que foi relatado por Aparecido Noronha³⁶⁶, artesão e um dos proprietários da Indústria Raffinato. A empresa concretizou o que o Sr. Darci cogitou: “Se eu tivesse entrado em contato com a ‘Globo’...”³⁶⁷. Segundo Cido, a “Raffinato vem investindo no *marketing* televisivo para divulgar seus produtos”. A primeira iniciativa foi na novela ‘Senhora do Destino’, da Rede Globo, que foi ao ar em 2004.

No quarto de Maria do Carmo (personagem interpretada pela atriz Suzana Vieira) foi dado destaque para uma cadeira trançada em junco, na qual a personagem recolhe-se em momentos de introspecção e também para ouvir as confidências dos parentes, amigos, etc... É um recôndito de intimidade e, ao mesmo tempo, de aproximação com o mundo exterior, pelo compartilhamento de histórias de vida entre personagens. A imagem que me vem à mente (em uma vaga lembrança desta novela), é de Maria do Carmo, sentada nesta poltrona, com os braços apoiados, cabeça recostada, ar despojado, mas, decidido. Lembra um trono e, ao mesmo tempo, um colo, pois a “Senhora do Destino”,

³⁶⁵ Estes conceitos de valor potencial, percebido e real podem ser aprofundados em: Krucken, Lia. **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

³⁶⁶ NORONHA, Aparecido. Entrevistas concedidas à autora em Curitiba, fev. 2005 e set. 2009.

³⁶⁷ FERRO, Adarcísio. Entrevista concedida à autora em Curitiba, fev. 2005.

sentava-se nele para ponderar suas decisões futuras, pensar na vida, bem como aconselhar outras pessoas, com ares de autoridade.

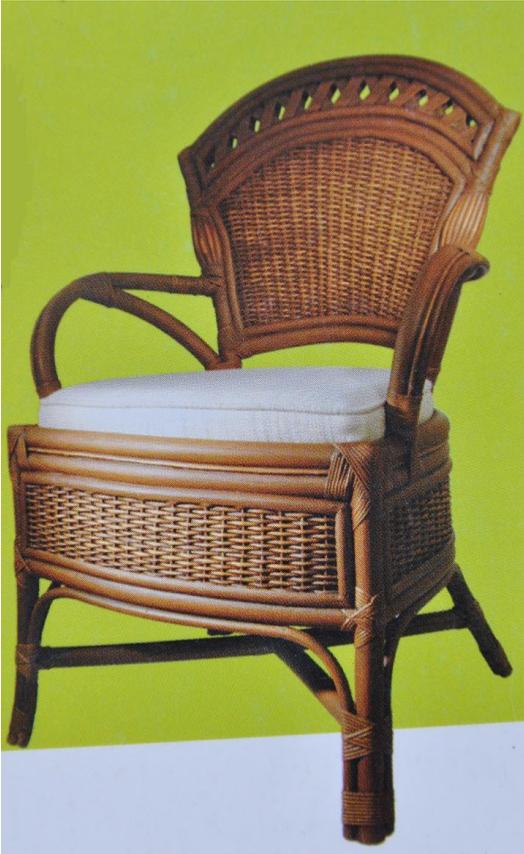


Figura 92: Poltrona da Raffinato divulgada na mídia televisiva.
Fonte: Catálogo da “Empório Design”.
Local: Curitiba.
Época: 2005.

Na figura 92, apresento uma das poltronas que faz parte da série exibida na novela, constante em um catálogo da “Empório Design”, que foi uma iniciativa da Prefeitura Municipal de Curitiba para divulgar o design local. Desde então, a Raffinato adotou esta prática, repetindo-a com novos artefatos em outras novelas.

O resultado, segundo Cido, “foi além do esperado”. Esta cadeira foi encomendada por um grande número de pessoas e serviu como

“chamariz” para que conhecessem a loja e os demais produtos, alavancando vendas e (re)valorizando o móvel artesanal trançado em fibras. Estas estratégias configuram a esfera da produção como um espaço de “trincheira” no qual os artesãos e empresários configuram ações de resistência, mas ao mesmo tempo de transformação de práticas e estéticas do artesanal, estabelecendo diálogos (conflituosos e tensos) para encontrar aderência e inserir-se, economicamente e simbolicamente, em novos projetos sociais e formas de viver.

Em referência à afirmação, dos artesãos Darci e Cido, sobre como “a mídia televisiva é importante”, faço um paralelo, também, com outras mídias, como as impressas e digitais, dirigidas a grupos de identidade ou afinidade e a postura de “especialistas”³⁶⁸ na divulgação da “arte de viver” e modelos de desempenho: social (ser sustentável, natural, solidário,...); corporal (“vigie seu peso”, “viva mais”, “seja mais bonita”,...) e alimentar (consumo de orgânicos, produtos certificados, “seja saudável”,...).

As mercadorias e seu ambiente, constantemente estetizados por meio de estratégias relacionadas a signos, imagens e publicidade, normalmente são enunciadas na esfera da circulação. Há alguns canais e agentes que transferem significados do mundo para os bens e vice versa. Entre estes a publicidade e a moda, mediados por ações de designers, jornalistas, observadores sociais, entre outros, responsáveis por captar significados da sociedade, vindos de grupos que, de certa forma acabam sendo provedores de significados, e transformá-los em “códigos objeto”³⁶⁹.

A prescrição de móveis por especialistas foi revelada em observações que realizei em algumas lojas. Acompanhei momentos de venda, nos quais percebi que os vendedores relacionavam os móveis trançados em fibras a algumas categorias, como: aconchego, calor, natural e móvel camaleão. Indagando sobre os significados destas categorias, relataram-me que móveis em fibras são usados, normalmente, como complementos da decoração e, como dificilmente o cliente faz um ambiente todo com este tipo de móvel, “deve casar com qualquer estilo, do clássico ao contemporâneo, sendo um *camaleão* e dando um toque de *aconchego* e *calor*, que é a característica das fibras

³⁶⁸ Especialistas são os profissionais que prescrevem modos como as pessoas poderiam ou deveriam viver. Entre estes, Bourdieu, Mc Cracken e Giddens, citam: jornalistas, consultores de moda, nutricionistas, esteticistas, designers, entre outros. São os que nesta tese estou designando como mediadores.

³⁶⁹ MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003, p. 110 a 112.

naturais”, declarou-me uma designer da loja Raffinato. As fibras, desta forma, são acionadas como *códigos-objeto* destes valores.

Faço um parêntesis para examinar um exemplo de criação destes *códigos-objeto* no consumo ligado à alimentação: o açaí³⁷⁰. Em seus estudos, Jane Fajans³⁷¹ aponta que o açaí é significado pela mídia mundial como algo ligado à natureza e à terra - representada pela Amazônia e seu ecossistema - e a um estilo de vida natural e saudável, muito em voga na contemporaneidade. Consumir o açaí pode representar uma identidade conectada com significados do produto. Há uma apropriação e incorporação de símbolos locais (da Amazônia, no caso) na esfera global, sendo a mídia responsável pela mediação de significados que são traduzidos e comunicados para o mundo. Sentir a natureza, se aproximar dela pela ingestão do açaí, como algo significante, é uma forma de identificação do homem com a mesma.

Pode-se interpretar por lógica análoga a utilização de produtos orgânicos, a criação de um mercado *gourmet*, que valoriza a procedência, origem e certificação de produtos ecologicamente “corretos”, bem como os móveis produzidos a partir de fibras, que ganharam *status* de sustentáveis e ecológicos.

Uma tendência referente a comportamentos sociais frente a conflitos de posicionamentos de sistemas peritos, mediados por especialistas provedores de significados, relaciona-se ao estilo de vida *ecológico-trip*, como denomina Júlia Guivant³⁷². Este estilo de vida pode representar a procura de contato simbólico do consumidor com um ambiente ecológico e acaba sendo traduzido em um consumo de produtos *bio*, além da prática de atividades em contato com a natureza, como: passeios, viagens ou outras atividades sociais.

A valorização de práticas sustentáveis reforça a fetichização da natureza, ou, formas de introduzir o consumidor em aspectos do mundo natural, mesmo que distante deste. De plantas, pedras, ao artesanato étnico, há uma simulação da natureza no meio urbano, um simulacro em diálogo com o materialismo moderno e a industrialização³⁷³. Os móveis artesanais, em certa medida, fazem parte deste movimento dialógico.

³⁷⁰ Açaí é uma fruta de uma palmácea, típica da região norte do Brasil, sendo sua polpa produzida principalmente no Pará e exportada para todo o mundo. Altamente energético o açaí conquistou o mundo pelas suas propriedades naturais.

³⁷¹ FAJANS, Jane. **Açaí: From the Amazon to the World.** *Paper* apresentado na Universidade Federal de Santa Catarina, Outubro de 2007.

³⁷² GUIVANT, Julia S. **Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos:** apelando ao estilo de vida *ego-trip*. *Ambiente & Sociedade* – Vol. VI, n. 2, jul./dez. 2003.

³⁷³ PATERSON, Mark. **Consumption and Everyday Life.** Great Britain: Routledge, 2006, p. 130.

5.2 A circulação de idéias da natureza, sofisticação e sustentabilidade em anúncios de revistas de decoração e catálogos.

Na esfera da circulação, outro veículo de comunicação e socialização de artefatos relacionados a modos de vida, são as revistas de decoração. Estas podem ser espaços de difusão de trajetórias e valores, articulando e prescrevendo formas de uso de artefatos, por vezes propondo desvios e (re)contextualizações coladas a estilos de vida.

Estratégias para recriar a natureza são traduzidas em espaços para sentir sua proximidade. *Slogans* como “Sentir o vento no rosto, ver os pássaros voando e ficar descalço na terra. Você não precisa de muito para aproveitar a vida”, ou, “Leve o melhor da praia e do campo para a sua casa. Mesmo que ela esteja na cidade” (figura 93), são recorrentemente usados pela indústria de móveis Artefacto³⁷⁴ para enunciar representações do móvel artesanal em fibras como parte da natureza. Quando o contato com a natureza não é próximo, muitas pessoas procuram aproximar-se desta por meio das coisas que a representam.

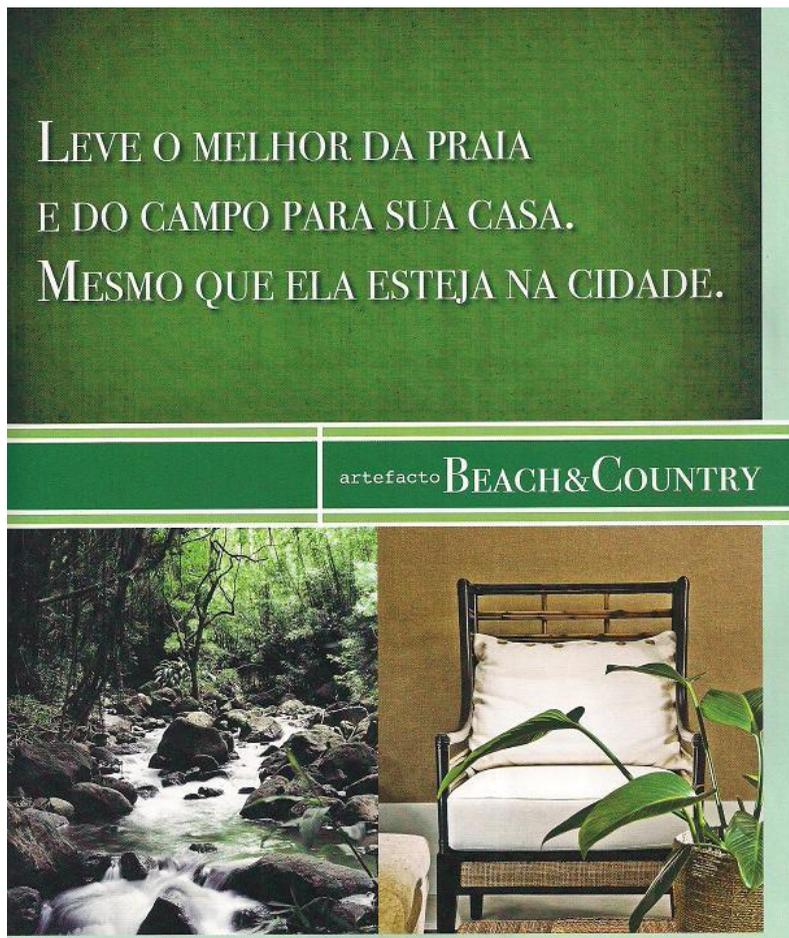
No anúncio da figura 93, a cor predominante é o verde, aludindo à natureza materializada na imagem de um rio - cercado de vegetação - e, analogamente, na materialidade do móvel, em bambu. Seguindo a lógica ocidental de leitura - da esquerda para a direita e de cima para baixo - a entrada do anúncio dá-se por um plano verde, com o texto anunciando a intenção da empresa. Passa por um retângulo menor e mais escuro, com o nome da fábrica “Artefacto” e da linha “Beach and Country”, e leva a uma foto de uma paisagem.

Na paisagem, à esquerda da foto, a cor acinzentada das pedras abre o campo para o fundo verde de um bambuzal que, por ser mais iluminado, atrai o olhar do observador. Ao sair desta imagem, entra-se na seguinte - a do produto. Neste quadro, ao contrário do anterior, a cor verde não é mais da natureza “real”, mas de um simulacro - planta em um vaso - que contrasta com o plano onde está o móvel - uma poltrona, feita de fibras naturais, especialmente o bambu, e alguns detalhes em madeira.

Nas cores do móvel e estofamento, bem como o fundo, no qual se insere, predominam cores neutras, tendendo a tons amadeirados, terrosos e seus matizes. Esta estratégia imagética de levar o leitor a

³⁷⁴ A indústria *Artefacto* está apresentada no apêndice.

percorrer um caminho visual, da natureza ao artefato que a representa, reforça o *slogan* apresentado: “Leve o melhor da praia e do campo para a sua casa. Mesmo que ela esteja na cidade”.



LEVE O MELHOR DA PRAIA
E DO CAMPO PARA SUA CASA.
MESMO QUE ELA ESTEJA NA CIDADE.

artefacto BEACH & COUNTRY

Figura 93: Publicidade na revista Casa Claudia de móveis da Artefacto.
Fonte: Revista casa Claudia, mai. 2010, p. 4.

Os discursos textuais são dirigidos em primeira pessoa aos leitores: “leve”, “sua casa” e estão associados a cenários, nos quais cada um e qualquer um insere-se como imaginar. Os elementos decorativos e ambientações são neutros, dada a característica anunciada de ser um móvel que pode adaptar-se a qualquer ambiente.

Esta aproximação do móvel artesanal da temática da natureza, mesmo que ainda um tanto artificial, tornou-se recorrente desde a década de 1990 em revistas brasileiras³⁷⁵ e, em anos posteriores, passou a associar-se a novas terminologias, como: ecologia e sustentabilidade. Mediada por estas discursividades, representações da natureza – por vezes fora de lugar - tornam-se presentes em interiores urbanos. A materialidade representa espacialidades e temporalidades deslocadas, ou, identidades conectadas a significados evocados em atributos do artefato. Se, no período pós-guerra (como analisei em capítulos anteriores), a busca de ressonâncias de anúncios de móveis artesanais acionou discursos da modernidade, do moderno e da distinção por categorias e classes sociais, atualmente podemos dizer que o faz via pertencimento e engajamento a estilos de vida, preferencialmente, os considerados naturais, sustentáveis e/ou ecologicamente corretos.

Reafirmo que práticas sociais e culturais que atravessam a materialidade e aspectos simbólicos de artefatos e sistemas, quando codificadas em narrativas midiáticas, são decodificadas de acordo com repertórios de consumidores/leitores, não havendo, portanto, leituras homogêneas e nem mesma eficácia simbólica para todos.

Nos anúncios e catálogos apresentados neste capítulo, a atualização discursiva pode ser percebida na forma de inserir o móvel em cenários. Dos cenários que reproduziam interiores domésticos (recorrentemente utilizados de início a meados do século XX), contemporaneamente (início do século XXI) os móveis passam a ser representados, também, junto da natureza, mesclando as fibras que os constitui com as fibras do entorno.

Na figura 94 apresento um detalhe catálogo da Raffinato que foi produzido a partir de locações em parques da cidade de Curitiba, considerada “cidade ecológica” (pela quantidade de parques e área verde por habitante). O cenário da imagem é o Parque Barigui, área de preservação que protege as margens do rio homônimo. Este parque é considerado a “praia” dos curitibanos, sendo conhecido pela maioria dos moradores da cidade, se apresenta ao imaginário local como natureza preservada.

³⁷⁵ Revista Casa Claudia e Arc Design, por exemplo.



Figura 94: Foto de página do catálogo da indústria Raffinato, de Curitiba.
 Fonte: Catálogo Raffinato. Curitiba: 2006.

Ressalto que, além da mudança de cenário, no qual são ambientados os móveis, há uma diminuição do número de peças que compõe os ambientes, só duas poltronas, retratando novas constituições familiares e sociabilidades. O contexto onde é exposto, em meio à mata, contrasta fortemente com o interior burguês de catálogos de séculos anteriores, representados com profusão de ornamentos, como abajures, suportes para vasos, carrinhos de chá, além da quantidade enorme de peças ambientadas. Novas sociabilidades são refletidas nos móveis e seus arranjos, traduzindo e comunicando códigos de novas atitudes e posturas. Estas são afinadas mais com projetos de identidades do que com modismos que impõem estilos mais homogêneos, aos moldes aristocráticos ligados a gostos e estéticas de classes.

Em etnografias realizadas na Itália, percebi que algumas empresas também acionam o valor da proximidade do natural que os móveis podem representar. No caso da empresa Moroso, o catálogo de móveis para exterior foi uma aventura compartilhada por imaginários ligados a lugares - como relatado pela designer curadora, Patricia Urquiola, e uma das proprietárias, Patrizia Moroso.

O catálogo tem a proposta de ser um livro, que une design, artes visuais e poesia para contar uma história cotidiana, de lugares comuns,

“não exóticos” ao olhar italiano – a região do Friuli, no norte da Itália. O mobiliário entra em um jogo de ocultar e revelar paisagem e objeto, como retratam as imagens da figura 95 de páginas deste catálogo. Transparecer os móveis como flores e frutos nos campos, ou como animais serpenteando na mata mimetizando a natureza, foi a linha conceitual para as locações de cenários e elaboração do catálogo.

Patrizia Moroso introduz o catálogo com as seguintes palavras: “Os objetos da coleção *OUT* são parte fundante desta estória, foram projetados em liberdade para serem diálogo intrigante e lúdico com a natureza, o exterior, o fora de casa. ‘Viverão em jardins como flores em meio ao verde e sob o céu’³⁷⁶. O que se pode perceber, por esta narrativa, são valores do exótico e da natureza acionados como temática de designers, direcionado ao consumo.

Não houve uma prática, ao menos explícita, de ligar produtos a territórios ou valorizar saberes locais, configurando-se mais formas de apropriação de saberes e exibição de representações de identidades que refletem imaginários sociais da natureza como fetiche.

No caso da linha *Shadowy* (imagens dois, três e quatro da figura 95), sabe-se que buscou referência em trançados africanos de redes de pesca, entretanto, não encontrei nenhuma menção explícita de quem, onde ou como foram feitos os móveis, nem mesmo de retorno para a comunidade, quer seja pelo reconhecimento público, quer seja por abrir oportunidades de trabalho ou geração de renda. Com relação ao lugar de “inspiração” formal e estética, nas entrelinhas consegui descobrir que foi o Senegal.

As imagens cinco e seis representam poltronas da série *Tropicália* (já comentada no capítulo 4), que aludem ao Brasil. Estas, também, sem nenhuma referência ao local, ao povo e à cultura. Práticas e culturas, nestes casos, aparentam não passar de estratégias discursivas de designers para incrementar o valor econômico de artefatos.

³⁷⁶ Tradução livre da autora a partir de: Moroso, Patrizia. Introdução do Catálogo *OUT* – Moroso. Itália, 2010, pp. 2 e 3. Disponível em: http://download.morosousa.com/public/parser_download/save/cataloghi.outdoor.collection.2010.pdf. Acesso em: 04 nov. 2010.



Figura 95: Fotos 1 a 6 - páginas do catálogo da indústria Moroso, Itália.
Fonte: Catálogo Moroso, 2010. Disponível em:
http://download.morosousa.com/public/parser_download/save/cataloghi_o_outdoor.collection.2010.pdf. Acesso em: 04 nov. 2010.

Nestes casos é relevante considerar-se a colocação de Canclini³⁷⁷, para quem o capitalismo busca apropriar-se das heranças culturais, resignificando a função das práticas de produção de objetos culturais para dominar. Reduz o “étnico ao típico”, separa a base econômica do simbólico e rompe a unidade entre a produção e o consumo e entre o indivíduo e sociedade. Ressalvo que pode-se perceber movimentos contrários a esta lógica perversa, de apropriação simbólica e material descontextualizada, que se enuncia em ações de sujeitos, conjugadas a práticas de comércio justo³⁷⁸.

Esta aproximação real e metafórica do móvel à natureza traduz um imaginário social local de produção que, no entanto, busca aderência a repertórios e fluxos globais. Esta aproximação discursiva deslocalizada pode ser percebida nas imagens das figuras 94 e 95 que, apesar de produzidas em locais fisicamente distantes (Brasil e Itália), transbordam significações para além de seus universos culturais. Códigos da natureza afinam-se com estéticas universais, entendendo estas como conhecimentos compartilhados em processos culturais e históricos, relacionados a projetos sociais traduzidos em estilos de vida, centrados e em trânsito. Estes trânsitos refletem a “permeabilidade ou porosidade do sujeito [e artefatos] ao contexto em que está[ão] imerso[s]”, como se refere Mandoki³⁷⁹ e, ao mesmo tempo, à possibilidade de abertura e compartilhamento de mundos.

Para poder interpretar a vida social do móvel artesanal, as imagens publicitárias veiculadas em revistas de decoração foram fontes importantes para perceber significações articuladas por discursos na esfera da circulação, uma vez que, como já argumentei, elas funcionam como difusoras de certos modelos referentes ao consumo e uso de artefatos relacionados a estilos de vida.

Um exemplo desta possibilidade de “colar” sentidos a coisas e fazê-las transitar por universos aparentemente antagônicos, pode ser visualizada na figura 96, de um anúncio publicitário da Fábrica de Móveis Cerello. Enfatizando o slogan “Naturalmente Você”, o anúncio mostra um móvel feito em fibras naturais, em diálogo com textos que

³⁷⁷ CANCLINI, Néstor G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

³⁷⁸ Comércio justo ou *fair trade* representa uma postura de aproximar produtores e consumidores, focando principalmente na valorização do trabalho cooperativo de comunidades tradicionais, ligadas a territórios localizados, que comercializam seus produtos em uma rede que os apoia e comunica. Um exemplo é o Consórcio CTM Altomercato, da Itália. Ver: <http://www.altomercato.it>.

³⁷⁹ MANDOKI, Katya. **Estética Cotidiana y juegos de la Cultura**: prosaica I. México: Sielo XXI, 2006, p. 67.

remetem à natureza e tradição. A frase: “Natureza Viva”, aproxima os móveis e a sua materialidade a algo imaterial: a vida. Esta frase está conectada a outra: “naturalmente você”, que alude à ideia de que a natureza é você e está perto de você, pela imagem de uma poltrona feita de fibra natural (provavelmente taboa ou fibra de bananeira).

NATUREZA VIVA.




DE GERAÇÃO PARA GERAÇÃO. A empresa Armando Cerello, sucessora do Armazão Ceclia, fabricou os móveis acima em 1925. Restaurados duas vezes (em 1957 e 1998), continuam a decorar a sede social do Jabo Club, em Juí, São Paulo.



Nós fazemos de tudo para você ficar sempre satisfeito com os produtos Armando Cerello. Eles só saem da fábrica com a certeza de que vão proporcionar beleza e conforto por muito tempo. E para que eles fiquem sempre novos, nossos artesãos restauram eventuais danos ocorridos com o tempo.

ARMANDO CERELLO

Gabriel (011) 853.3400
D&D (011) 3043.9880
Lar Center (011) 6972.0408
Belo Horizonte (031) 286.4028
www.armandocerello.com

NATURALMENTE VOCÊ.

Figura 96: Anúncio publicitário Armando Cerello.
Fonte: Revista Casa Claudia, fev. 1999, contra-capá.

Dialogando com o contexto apresentado, uma foto menor relaciona-se ao texto que a precede, aludindo à tradição de longos anos da empresa e à garantia de que o móvel vai acompanhar a pessoa pela vida, se restaurado, “proporcionando conforto e beleza por muito tempo”. O tempo, a tradição, a natureza se aproximam de estilos de vida, direcionando este tipo de mobiliário a consumidores que buscam estes valores, por distinção, identificação ou convicção ideológica.

Apesar do enunciado lingüístico remeter à vida e à natureza, o predomínio da cor preta, que em algumas esferas de culturas (especialmente nas ocidentais) pode ser associada à sofisticação e à modernidade, afasta o móvel deste enunciado preferencial. O fato de ser uma cor comumente evitada em camadas populares³⁸⁰ faz com que este artefato se distancie de referências mais recorrentes de natureza, aproximando-se mais daquelas de cultura material determinadas por códigos de classes dominantes.

O fundo da foto - ao contrário de períodos anteriores em que era elaborado um cenário - nestes anúncios apresenta-se em tons neutros, especialmente o preto e bege ou, como diz Barthes³⁸¹, sem campo. Esta estratégia imprime um tom de atemporalidade, reforçada pela imagem menor, em preto e branco, que remete à tradição e às técnicas de trabalho artesanal, passadas pelas gerações. Este conjunto - do simbólico e material - dialoga com um usuário de camadas mais “altas”, que configuram-se, desta forma, como o alvo deste anúncio publicitário.

As almofadas, também em cores sóbrias, reforçam este enunciado imagético preferencial. Mais do que uma cadeira ou uma poltrona, estamos diante de algo que remete a um trono. A câmera baixa, utilizada para a tomada fotográfica, reforça o poder do objeto. O anúncio, ao apresentar imagens de outras poltronas de vime, retratadas em preto e branco, localizadas temporalmente no passado - como sugere a legenda, referencia uma cena do clube de Jaú, no estado de São Paulo. É à tradição, à permanência e ao poder que o anúncio busca associar o móvel, denotando certa trajetória, memória, história. Conceitos de natureza (associado às fibras) e de vida (associado à história e à natureza) podem ser traduzidos no uso do termo “Natureza Viva”, associado a “naturalmente você” (consumidor que valoriza a natureza), presentes no anúncio.

³⁸⁰ RIAL, Carmen. **Mar de dentro**: a transformação do espaço na Lagoa da Conceição. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1988.

³⁸¹ BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Lisboa: Edições 70, 1981.

As imagens veiculadas em revistas facilitam a compreensão do universo de significação que vem sendo articulado em torno do móvel artesanal. Estas, mais recorrentemente nos dias de hoje, têm sido associadas, como no exemplo anterior, à natureza, tradição e sustentabilidade. No entanto, buscando atingir camadas mais altas da população, salientando as desigualdades sociais, incoerentes com os princípios de sustentabilidade, também são acionados significados de nobreza, requinte e sofisticação, como mostrado nos anúncios (figura 97 e 98).

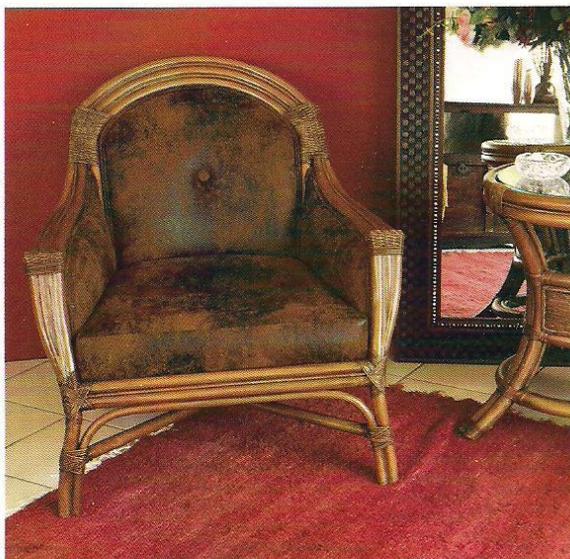
Na propaganda da figura 97, é destacado pelo texto o valor da “tradição aristocrática”, atualizada pelo aconchego do “exótico toque da fibra natural”. O anúncio busca harmonizar dois valores aparentemente paradoxais: “nobreza” e “natureza”. Paradoxal também a relação do móvel com o lugar. Se, na Europa, o valor colado vem de países distantes e exóticos, como o Brasil, neste, o caminho muitas vezes é o inverso, enaltecendo a nobreza européia, também com olhares do exótico. O nome da poltrona, Lisboa, remete ao passado e a Portugal que nos colonizou, a uma colonização de mentalidades tão forte, que apaga as manchas da opressão e deixa a aura de um passado “aristocrático” que, contudo, é libertado do “claustro pelo aconchegante e exótico toque da fibra natural”.

Como comentei no capítulo teórico, a partir do diálogo com Ortiz³⁸² e Chauí³⁸³ sobre o mito fundador do Brasil e a construção de semióforos com sentidos reducionistas e homogeneizantes da identidade brasileira, esta é considerada um “cadinho”, uma miscigenação de partes que se perdem no todo. Acionando esta lógica (que precisa ser desconstruída), a ostentação da “nobreza”, como propõe a mensagem, necessariamente não agride, pois faz parte, em certa medida, da inculcação de valores constituintes do que imaginamos ser a nossa sociedade e do “lugar” que cada um ocupa na hierarquia pressuposta.

O local em que foi lançado o móvel, a Associação Brasileira de Móveis de Alta Decoração (Abimad), é outro mecanismo de valorização, pelo prestígio desta mostra como legitimador de qualidade e sofisticação. A poltrona transporta “para ambientes sofisticados o frescor orgânico” das fibras naturais, com ares de pátina, como se desgastadas pelo uso.

³⁸² ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

³⁸³ CHAUI, Marilena. **Brasil: Mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2004.



Linhas suaves: a poltrona Lisboa, que faz parte da linha de móveis 2008 da **Raffinato**, lançada recentemente na Abimad, reconstrói um passado de tradição aristocrática através do aconchegante e exótico toque da fibra natural. Liberta do claustro dos materiais tradicionais, a poltrona de suaves linhas clássicas, transporta para os ambientes sofisticados o frescor orgânico do apuí e da palha, aliando o conforto à nobreza da estofaria em suede envelhecido.

Figura 97: Publicidade da Raffinato na Revista Núcleo.

Local: Paraná.

Material: Estrutura e trançado em apuí e estofamento em suede envelhecido.

Fonte: Revista do Núcleo Paranaense de Design. Ano 3, edição 12, 2008.

Móveis, como o apresentado, foram produzidos para figurarem em catálogos e serem levados para salões e mostras de decoração. No entanto, uma vendedora da Raffinato apontou que nem sempre o que está exposto é o que vende mais, pois, os móveis que vão para as mostras são feitos “mais para chamar a atenção”, sendo, nas suas

palavras, “extravagantes demais e muito caros”. No entanto, é a partir deles que o consumidor é convidado a visitar a loja e olhar os demais produtos.

Os lançamentos de móveis circulam páginas de revista como se estivessem em passarelas, como retrata a figura 98. O apelo ao consumidor pode ser o mesmo que recorrentemente é usado para roupas e jóias de grife. “Usar” para “ostentar” é a prescrição do anúncio.

É como usar o último lançamento das passarelas só para ficar em casa.

É como ter um vestido de um estilista famoso que as visitas também podem usar.

Saccaro
veste bem sua casa

Fabricar: [554] 268.1155 - Fax: [354] 268.1180 / e-mail: saccaro@saccaro.com.br - http://www.saccaro.com.br - Show Room: Av. Bech - Castelo do Sol/SP - Av. Rio Branco, 1438 - Fone: [044] 383.3838
 Assaí - SE - Av. Balsa de Itaipua, 442 [709] 224.6272 / Belém - PA - Av. Vitor Meireles, 212 [911] 246.0120 / Belo Horizonte - MG - Av. São Bento, 2.045 [51] 222.6477
 Bônus - RJ - Av. José Bonifácio Corrêa, 204 [208] 221.9262 / Campinas - SP - Rua Celso Toledo, 2105 [919] 233.7707 / Curitiba - PR - Rua Prof. José Romão, 200 [41] 403.2784 / Curitiba - PR - Av. Curitiba de Curitiba, 1083 [41] 224.6607 / Florianópolis - SC - Rua Thales Wimmer, 1483 [514] 224.2425 / Fortaleza - CE - Av. Virgílio Torres, 265 [85] 242.7372 / Goiânia - GO - Rua E, 45 [352] 242.5778 / Gramado - RS - Rua Sérgio da Mota, 2000 [51] 226.2825 / Itajaí - SC - Rodovia Curitiba-Rio, 2550 [47] 344.9708 / Jati - SP - Rua Sarmiento, 45 [13] 422.2724 / João Pessoa - PB - Rua Espírito Santo, 202 [81] 214.2324 / Maracá - AL - Av. Tomaz de Aquino, 572 [32] 241.8287 / São José do Rio Preto - SP - Av. Frei Leopoldo A. Chelini, 1031 [67] 327.9484 / Paraíba - PB - Rua Imperatriz de Ferreras, 144 [51] 201.1161 / Ponta Grossa - PR - Rua Espírito Santo, 202 [81] 214.2324 / Salvador - BA - Av. Antônio Carlos Magalhães, 279 [71] 339.4212 / Santos - SP - Av. Mal. Floriano Peixoto, 44 [13] 205.5801 / São Paulo - SP - Rua Comandante João Ribeiro de Sousa, 150 [11] 6590.0800 / São Paulo - SP - Alameda Ottoni de Almeida, 793 [11] 983.1818 São Paulo - SP - Shopping Eldorado - [11] 305.0111 / São Paulo - SP - Av. Cuiabá, 435 [11] 224.1955 / Sorocaba - SP - Rua Dom Gasparino, 1258 [13] 232.6443 / Vitória - ES - Av. Leão de São, 141 [71] 227.6072

Figura 98: Anúncio de lançamentos da Saccaro.
Fonte: Revista Casa Claudia, mai. 1998, p. 94.

Na publicidade, o texto enfatiza que a marca Saccaro “veste bem sua casa” e convida o leitor a “usar o último lançamento das passarelas para ficar em casa” e , também, ostentá-los às “visitas”. Estes valores fazem parte de um “jogo”, em que as representações, ligadas a estilos de vida, definem significados que traduzem práticas e afetam a posição do indivíduo no mundo, o tornando parte de uma comunidade de sentidos, o singularizando ou segregando.

Passando desta publicidade que enuncia valores de distinção pelo requinte, aos artigos em revistas de decoração que promovem a valorização da sustentabilidade, percebe-se a difusão de outras possibilidades de mediação de designers com o mundo e sujeitos, além da circulação dos móveis artesanais em fibras por outras esferas, significando práticas cotidianas para além da ostentação e distinção social. Surgem nas revistas colunas específicas, denominadas: “Moda Ecológica” (Revista Vida Simples), “Ecodécor” (revista casa e decoração), “Planeta Casa” (revista casa Claudia), entre outras. As editoras vêm oferecendo prêmios para iniciativas criativas que projetem um futuro em harmonia com a biodiversidade.

Dou destaque especial para a coluna “Planeta Casa” da revista Casa Claudia³⁸⁴ que apresenta, mensalmente, vários projetos, iniciativas e ações sociais relacionadas à sustentabilidade, ligando artesanato e design. De acordo com a diretora de redação, Silvia Farias³⁸⁵, o objetivo da coluna é divulgar e dar visibilidade a produtos e projetos ecologicamente corretos e socialmente sustentáveis que já existem à disposição de quem vai construir ou decorar e, ao mesmo tempo, estimular o desenvolvimento de novos projetos, móveis e itens para construção e decoração da casa ou apartamento que estejam afinados com a proteção dos recursos naturais. A coluna mostra produtos que refletem esta temática, muitos deles podendo ser percebidos como formas contestatórias e polissêmicas de reinvenção de práticas sociais pela ação cotidiana.

³⁸⁴ Antes do lançamento da seção, a revista Casa Claudia publicou edições especiais chamadas “Planeta Casa”. Esses especiais começaram a ser publicados em maio de 2001. O lançamento de “Planeta Casa”, como uma seção, aconteceu no mesmo ano, no mês de agosto. O lançamento do Prêmio Planeta Casa aconteceu também em 2001, o que fez de CASA Claudia uma publicação pioneira no assunto entre os títulos nacionais ligados ao design de interiores - e não só entre eles. Tem o apoio da UNESCO, do Instituto Akatu e do Instituto Ethos. Fonte: informações fornecidas pelo editorial da Editora Abril, por email, em setembro de 2008.

³⁸⁵ FARIAS, Silvia. Declaração enviada por email, a partir de um contato através do site da revista, em abril de 2009.

planeta casa

Idéias e produtos para um mundo sustentável



Lixo reabilitado

O tema também é decoração, mas o evento permanente Casa Cor da Rua tem outras fontes de inspiração e motivação. Iniciativa da Organização de Auxílio Fraternal (OAF), com a coordenação da irmã Ivete de Jesus, o projeto ensina ex-moradores de rua a recuperar móveis e materiais descartados e transformá-los em peças que encantam pela engenhosidade e estética. "Exercitar a criatividade é uma forma de gerar renda e trabalhar a convivência", diz a freira. Hoje, o projeto reúne 35 integrantes, que criam enfeites como esta cortina, bolada por Carlos Roberto Fabricio. Feita de rolinhos de papel kraft e sementes de açaí, ela mede 80 cm x 2 m de altura e sai por 220 reais. Tel. (11) 3272-9724, São Paulo.

46 CASA CLAUDIA Ago ' 2008

Das pranchas de surfe

Poliuretano, fibra de vidro e resina compõem a receita de uma prancha de surfe. Adepto do design consciente, Zanini de Zaninne teve a idéia de converter o lixo da indústria desse esporte em banquinhos de 40 x 60 cm. "Uso as sobras desses materiais, que são tóxicos em contato com o solo." O assento leva uma pintura típica dos anos 1970. Na Daqui do Brasil, por 940 reais. Tel. (21) 2529-8594, Rio de Janeiro.



PELO MUNDO :

Para os jovens do Japão, possuir um carro não é mais símbolo de status: o preço do combustível e a dificuldade de estacionar derrubaram as vendas em 6% em 2007. Quem só precisa de um veículo de vez em quando tem aderido aos serviços de partilha. A empresa Windcar (<http://windcar.jp>) oferece planos que permitem usar um carro por 30 minutos dez vezes por mês. Basta pagar 7,8 mil iens mensais (cerca de 130 reais). A iniciativa já foi implementada em 12 cidades do país.

Figura 99: Coluna Planeta Casa.
Fonte: Revista Casa Claudia, agosto de 2008, p. 46.

A coluna costuma dar visibilidade a mostras alternativas, como a "Casa Cor da Rua" mencionada neste número (figura 100). Este é um projeto de caráter social que visa lançar um novo olhar sobre a

população de rua e valorizar ações criativas e o trabalho organizado³⁸⁶ que resultam em peças expostas em ambientes decorados somente com artefatos executados a partir da reciclagem de lixo de São Paulo.



Figura 100: Casa Cor da Rua, em São Paulo e artesão da COOPAMARE.
Fonte: Disponível em: <http://oafsp.org.br/projetos1.htm>. Acesso em: set. 2010.

Dignificar o trabalho das pessoas envolvidas nessas ações comunitárias, como a Coopamare, mantida pela Organização de Auxílio Fraternal (OAF)³⁸⁷, mostrando que existem e são capazes, é uma forma de empoderar os sujeitos e criticar as formas hegemônicas de perceber e arranjar os artefatos, além de discutir o destino do lixo resultante do luxo de poucos. Em julho de 2008, Planeta Casa apresentou um projeto

³⁸⁶ Nas considerações finais tentarei esclarecer o papel do trabalho cooperativo na prática artesanal, como potencial para pequenos artesãos se organizarem, produzirem e comercializarem artefatos, não tendo os mesmos recursos e acesso a formas de circulação que as fábricas apresentadas até o momento dispõem.

³⁸⁷ A Organização de Auxílio Fraternal (OAF) foi criada em 1955 com vocação de trabalhar com os mais pobres. Sua missão: “Desenvolver e ampliar projetos e ações sócio-educativas, que promovam o reconhecimento dos direitos fundamentais, a organização e a emancipação da população de rua, jovens em situação de risco e catadores de materiais recicláveis”. “Tal prática sócio-educativa já resultou, por exemplo, na criação da COOPAMARE, a primeira cooperativa de catadores de papel e materiais recicláveis do país, criada a partir do povo da rua, que garante a subsistência de seus cooperados, gera matéria prima e presta importante serviço à cidade”. Fonte: <http://www.oafsp.org.br/historia.htm>. Acesso em: 06 jun. 2010.

de reaproveitamento de pneus descartados para servir de estrutura para o trançado de fibras de taboa, na execução de uma poltrona, mostrada na figura 101.

planetacasa



A poltrona faz parte de uma linha que inclui pufes e uma mesa de centro, todos com sustentação de pneus. Ambiente da arquiteta Mirna Porcaro, na Casa Cor São Paulo 2008.

Inscrições abertas
www.casaclaudialia.com.br



PRÊMIO PLANETA CASA 2008

Se todas as pessoas do mundo adotassem o nível de consumo das classes A e B brasileiras, seriam necessários para sustentá-las os recursos naturais de **3 planetas Terra**.
O cálculo é de uma pesquisa da WWF e do Ibope. Se todos consumissem como os americanos, precisaríamos de **5,3 planetas**.

FONTE: WILSON PEREIRA

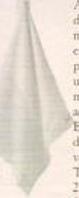
Design com pneus

Fibras naturais e pneus recolhidos pela prefeitura de Belo Horizonte são a matéria-prima dos móveis ecológicos da CWT Design. Desenvolvida pelas artesãs Lúcia Rosalina de Paula e Luciana Rosalina Barbosa em parceria com o arquiteto Sérgio Viana, a linha teve um pufe entre os vencedores da Categoria Produtos do Prêmio Planeta Casa 2007. "Isso gerou interesse em todo o Brasil e nos fez investir em mais peças sustentáveis, como itens de lona reaproveitada", conta Sérgio. Outra integrante recente da coleção é a poltrona de pneus de caminhão revestidos de fibra de taboa. Com 60 cm de diâmetro e 1 m de altura, a novidade custa 1,2 mil reais. Tel. (31) 3285-3077. Belo Horizonte. Site: www.cwttdesign.com.br.

BOA NOTÍCIA!

➔ O Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas criou o Catálogo Sustentável (www.catalogosustentavel.com.br), com informações sobre matérias-primas e produtos que vão de alimentos a materiais de construção e móveis. É um ótimo caminho online para parimpar opções de menor impacto ambiental.

Toalhas com algo a mais

 <p>Normalmente o algodão precisa de muito agrotóxico. Já a versão orgânica da linha Habitat, da Karsten, dispensa o tratamento. O jogo de cinco peças sai por 139 reais. SAC: tel. 0800-473737.</p>	 <p>A linha Bambo, da Büettner, mistura algodão e fios de bambu para criar uma toalha menos suscetível ao mofo. Na Etna, o modelo de banho vale 34,90 reais. Tel. (11) 2161-7600, São Paulo.</p>	 <p>Muito macio, o algodão Supima é cultivado em solo controlado, o que reduz seu impacto ambiental. A toalha de banho custa 38 reais da Büettner no Mundo do Enxoval. Tel. (11) 5051-3732, São Paulo.</p>	 <p>Da Tekla, a coleção batizada de Natural Bambo emprega fios dessa gramínea de crescimento rápido para aumentar a absorção de tração. A peça de banho sai por 16 reais. SAC: tel. 0800-6440700.</p>
---	---	---	--

FONTE: BETA PRESS

52 CASA CLAUDIA Jul '2008

Figura 101: Detalhe de uma página da Coluna Planeta Casa.
Fonte: Revista Casa Claudia, jul. 2008, p. 52.

Esta poltrona faz parte de uma linha que recebeu o Prêmio Planeta Casa de 2007, na categoria Produtos. O designer Sérgio Viana declarou no artigo, que isto deu visibilidade, “aumentou o interesse em todo Brasil e nos fez investir em mais produtos sustentáveis [...]”.

A página da revista apresenta a seguinte estrutura, que normalmente se repete nas demais edições: notícias sobre a área da sustentabilidade, como *sites* e publicações; dicas sobre atitudes sustentáveis e o comprometimento com o meio ambiente – caráter moralizante de como ser sustentável; uma reportagem divulgando casos de ações comunitárias, a exemplo de trabalho de artesãos; projetos de design usando matérias primas alternativas e publicidade de produtos que evoquem a imagem ou materializem de fato a sustentabilidade.

A importância da coluna “Planeta Casa” reside em divulgar produções de caráter mais popular e individualizado, como a citada anteriormente, e dar visibilidade a ações efetivamente sustentáveis, que contemplem questões ambientais, sociais, éticas, culturais e econômicas que, recorrentemente, não são difundidas em mídias de design e decoração. Outro importante mérito é, normalmente, dar os créditos não só a quem projetou o artefato, mas a quem o executou. Na página da revista estão nominadas as artesãs Lucia Rosalina de Paula e Luciana Rosalina Barbosa como produtoras do móvel feito em fibras da taboa trançadas em pneus recolhidos das ruas de São Paulo, como indica o texto da coluna.

Nas mídias tem sido muito raro aparecerem ações que nominem e valorizem as pessoas comuns que, no dia a dia, produzem nossa cultura material. Comum é ser valorizado o trabalho de designers de renome, como os Irmãos Campana³⁸⁸ que, de certa forma, abriram algumas portas internacionais a designers brasileiros que buscam trabalhar para além dos estereótipos de brasilidade sem, contudo, deixar de evocar referências culturais brasileiras.

A relação dos Campana com o artesanato tem sido uma constante. Não é o artesanato das fábricas e artesãos populares, mas o artesanato com a aura da peça única, exclusiva e muito valorizada, quase no limite da arte. São objetos para serem expostos em salões e museus, a exemplo dos móveis/objetos/esculturas *Antibodies*, *TransPlastic*, apresentados na figura 102. O conceito desta série é instigante: transformar o mundo sintético, feito de plástico, no qual vivemos, em

³⁸⁸ Para referências sobre o trabalho dos Irmãos Campana, consultar: CRESTO, Lindsay. **A Re-significação da Relação entre Design e Tecnologia na Obra dos Irmãos Campana**. Dissertação de Mestrado: Programa de Pós-graduação em Tecnologia. Curitiba: UTFPR, 2009.

um campo fértil para reverter esta condição em uma reinvenção “transgênica”. Representam esta inversão pela criação de objetos a partir de fibras naturais que, crescendo pelas mãos de artesãos, tomam conta do plástico. As fibras naturais são enaltecidas como materialidade e significado.



Figura 102: Série *Transplastic* dos Irmãos Campana.

Material: Apuí trançado em estrutura de plástico reforçada com madeira.

Local: Exposição na Albion Gallery, de Londres

Fonte: Disponível em: <http://www.designboom.com/contemporary/transplastic.html>.

Acesso em 11 nov.2010.

A materialidade da fibra do apuí, como sustentável, é destacada pelo fato dela crescer como parasita em árvores. O significado a relaciona como *código-objeto* à Amazônia, sua origem (a exemplo do açáí). A inclusão de um elemento natural como matéria-prima, o apuí, revela um acréscimo do valor-natureza na produção destes artefatos. A tradição é evocada pela reminiscência histórica do período colonial

brasileiro, pois, como colocam Fernando e Humberto Campana³⁸⁹, nesta época praticamente “todas as varandas de casas e espaços de transição” tinham móveis trançados em fibras.

Aproximações “perturbadoras” e paradigmáticas do design e artesanato, traduzidas nos artefatos conceituais dos irmãos Campana - série *Transplastic* e estante *Cabana* ou na poltrona de Christian Ullmann - *Under Construction Homeless*, provocaram uma reflexão sobre os móveis, como o próprio nome da poltrona indica: *Under construction* - em construção, ou seria, ... em desconstrução?

Momento de crise, reavaliação e redefinição de trajetórias sociais. Para onde queremos ir da forma como vivemos? Como a cultura material e relações de consumo que nos envolvem apresentam-se como: limite e possibilidade; moldura e abertura; tradição e ruptura; fluxo e contra-fluxo; permanência e transformação? Quais são as potencialidades de narrativas objetuais da cultura em um mundo que anseia ser “sustentável” e justo?

Apresento no capítulo seguinte algumas possibilidades de interação entre design e artesanato que objetivam ampliar reflexões sobre a mediação de designers em ações com comunidades, apontando limites e aberturas para a construção de redes de valor sustentáveis neste campo.

³⁸⁹ Editorial do site *designboom* sobre a exposição dos irmãos Campana em Londres, 2007. Fonte: <http://www.designboom.com/contemporary/transplastic.html>. Acesso em nov.2010.

CAPÍTULO 6

DESIGN E MÓVEIS ARTESANAIS: INTERAÇÕES PARA A VALORIZAÇÃO DE TERRITÓRIOS E CULTURAS LOCAIS



Imagem esquerda: Minha autoria, 2011.

Imagem direita: Publicidade de Móveis Cerello. Revista Casa Claudia, abr. 1998

DESIGN E MÓVEIS ARTESANAIS: INTERAÇÕES PARA A VALORIZAÇÃO DE TERRITÓRIOS E CULTURAS LOCAIS

Ao deixar marcas e rastros, reais ou metafóricos, a cultura material significa, testemunha e narra a construção de histórias, culturas, lugares, épocas e formas de viver. Ao longo da tese, segui rastros do móvel artesanal, mapeando trajetórias materiais e de significação, que enunciaram o potencial que este saber-fazer representa para comunidades e territórios. As marcas, ilustres ou anônimas, deixam sinais de culturas, revelando modos de relacionamento entre sujeitos, destes com as coisas e com a vida em comum. Como processo, o fazer artesanal de móveis trançados em fibras pode potencializar relações “ecológicas”, regenerar tecidos sociais locais, valorizar e comunicar experiências de tempos vividos em espaços (cronotopos).

Este capítulo já tem tom enunciatório das considerações finais, posto que caminha para uma reflexão crítica sobre abordagens e ações no campo do móvel artesanal trançado em fibras e acerca do papel do designer como um dos possíveis mediadores nos processos de mediações que envolvem o móvel artesanal, valorizando práticas, saberes, trabalhos, identidades e territórios. Esboço uma aproximação entre a produção, circulação e consumo como um processo profundamente imbricado e interdependente.

Tendo como guia o pressuposto de que o artesanato existe e resiste na etapa atual do capitalismo, porque tem grande capacidade de metamorfosear-se a partir da tradição, apresento alguns casos de aproximação do design com o artesanato que objetivaram comunicar ou aprimorar a qualidade de produtos e sistemas artesanais. Foram ações de apoio a artesãos em projetos de valorização e/ou inovação de suas práticas de trabalho, estimulando a circulação de artefatos buscando respeitar referências culturais que norteiam desejos dos próprios artesãos em decidir seus caminhos.

Essas interações contemplam questões levantadas pela Organização dos Estados Americanos (OEA) e pela Carta de las Artesanias de America de 1977, citadas por Alfonso Soria³⁹⁰, resultando na Declaração de Cuenca, primeira manifestação internacional com indicações sobre a formação de designers especializados no trabalho com o artesanato. A carta e as ações foram balizadas na importância de manter, resgatar e valorizar as tradições para poder modernizar-se e na

³⁹⁰ SORIA, Alfonso Soto. *Las artesanias e il diseño*. In: NOVELO, V. (coord.). **La capacitación de artesanos en México, una revisión**. México: Palza y Valdés, 2003. p.29 a 49.

premissa que o artesanato só sobrevive se houver condições sociais e econômicas que justifiquem tanto sua produção como seu consumo.

Retomando uma das questões da tese: *Qual é o papel de mediadores, como o designer, na promoção de novos entendimentos e usos da cultura material e qual sua possível contribuição na interação com o artesanato?* Apresento, neste capítulo, uma modesta contribuição a partir de algumas narrativas de práticas que indicam ser possível encontrar brechas para estabelecer pontes, (re)ligando a esfera da produção e consumo comprometidos com projetos sociais de comunidades, neste caso específico em relação ao móvel artesanal, foco da pesquisa. Representações e materializações, especialmente no campo do mobiliário artesanal trançado em fibras, podem valorizar o trabalho, tradições, matérias-primas naturais locais e promover o desenvolvimento social e territorial de forma sustentável.

Para relatar como foram conduzidos estes projetos que valorizavam produtos locais e buscavam compreender oportunidades e desafios que se abriam para a mediação do design, foi preciso ter em mente algumas premissas que poderiam nortear interações entre o design e artesanato. Estas se coadunam com as levantadas por Lia Krucken³⁹¹ em suas pesquisas sobre design territorial: reconhecer, ativar, comunicar, proteger, apoiar, promover, desenvolver e consolidar. Indo ao encontro desta perspectiva, no campo dos móveis artesanais, proponho buscar encadear ações com os seguintes cuidados³⁹²:

1. *Reconhecer e valorizar* as qualidades (materiais e imateriais) dos artefatos e os “marcadores de identidade” que os ligam ao local em que são produzidos, tais como: memórias, histórias, modos de vida, paisagens, patrimônio material e imaterial, além de fatores ambientais e da economia local.

2. *Proteger e (re)ativar* as identidades, saberes, conhecimentos tecnológicos e práticas tradicionais envolvidas em processos de produção e circulação de móveis trançados em fibras.

3. *Apoiar* os sistemas locais, prevendo o encadeamento de ações que suportem o existente e/ou proponham inovações mediadas pela pesquisa e acesso a programas de fomento, à organização produtiva, incentivando a relação cooperativa (sem descaracterizar

³⁹¹ KRUCKEN, Lia. **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Editora Nobel, 2009. p.97 a 107.

³⁹² Com as devidas contextualizações, dado que estas premissas não objetivam representar uma “receita” a ser aplicada de forma homogênea. Os mesmos princípios podem ser pensados para ações de design no artesanato, de modo mais amplo.

culturalmente o que tem sido feito e desde que seja manifestada a intenção da comunidade em mudar algo).

4. *Promover* sistemas de produção e consumo sustentáveis, a começar pelo plantio e beneficiamento certificado, compatível com a legislação ambiental e próximo ao local de produção dos móveis. Planejar processos que contemplem a produção “limpa” - sem geração de resíduos tóxicos e aproveitando resíduos dentro da cadeia produtiva. Assistência ao consumidor para eventuais reparos e atualização dos móveis evitando, desta maneira, o descarte precoce. Projetar e desenvolver produtos, sistemas e serviços que atendam a demandas de consumo sem, contudo, abandonar referências culturais relevantes e tradições do território e comunidades em que são concebidos, tendo a clareza que o móvel artesanal é criado no fazer.

5. *Comunicar* aos consumidores os valores dos móveis trançados em fibras, expressos nos modos tradicionais de fazer, na história vivida no contexto em que são criados e materializados, além de ressaltar relações sociais, culturais, éticas e ambientais que podem caracterizar os produtos. Na esfera da circulação o papel do design configura-se fundamental para estabelecer diálogos entre produção e consumo, comunicando saberes, processos de materialização e significação de produtos, estabelecendo relação com os territórios e comunidades nos quais são feitos.

6. *Consolidar* redes de valor em territórios pelo planejamento e organização de indústrias e artesãos trabalhando em cooperação. Poderia ser mediante o incentivo à associação cooperativa ou criação de arranjos produtivos locais (APLs), que mantenham a autonomia das unidades de produção, entretanto, favorecendo o fortalecimento pela prática coletiva, seja centralizando políticas de promoção do território, seja compartilhando alguns serviços, espaços físicos, ferramentas, sistemas de compra e venda comunitários.

Pretendo, com estas colocações, deixar marcada minha posição com respeito às políticas de valorização neste cenário que caracteriza o artesanato. Faço-o com base em observações realizadas ao longo de quase dez anos de pesquisas e práticas com artesãos. Estas mostraram que fraturas, aberturas e a permeabilidade do processo escapam ao rigor de análises disciplinares, demandando abordagens interdisciplinares, bem como indicam que a fragmentação em categorias pode fragilizar e desmobilizar o artesanato como categoria. No entanto, ao analisar as formas sociais de produção artesanal, percebi que existem trânsitos e trocas entre alguns sistemas de objetos que ousei agrupar, em relação ao

modo como se inserem, em lógicas cosmológicas e redes de relações sociais e culturais.

Posiciono-me, a seguir, por meio de um breve inventário e comentários sobre limites e possibilidades para ações de mediação. Sem querer ser prescritiva, apenas situo meu entendimento sobre algumas mediações possíveis, para então focar no grupo no qual “enquadrei” os móveis artesanais em fibras: indústrias artesanais.

Para facilitar a compreensão agrupei estas manifestações em quatro categorias, apenas como um recurso didático da tese: 1. artesanato como forma de expressão e narrativa cotidiana de comunidades populares tradicionais, sem expressivas interferências em técnicas originais; 2. artesanato como possibilidade de expressão e inserção econômica de comunidades rurais ou urbanas, com conhecimento de técnicas tradicionais que sofreram transformações em processos de modernizar-se; 3. artesãos individuais e comunidades urbanas que não possuem tradição e conhecimentos de técnicas e apenas se inserem no campo ofertando mão-de-obra e vislumbrando oportunidade de trabalho e renda e; 4. indústrias artesanais.

Enfatizo que essas manifestações apresentam modos de fazer específicos que poderiam originar novas categorias, não sendo, portanto, molduras fixas às quais pretenderia enquadrar os fazeres artesanais. Não menos importante é refletir sobre os riscos desta categorização, pois, como já mencionei, ao fragmentar o artesanato podem-se enfraquecer movimentos importantes de culturas em seus contextos cronotópicos de constituição identitária. Ter consciência e humildade para reconhecer o “outro” com quem se está relacionando representa interagir sem destruir, respeitando margens que artesãos deixam (ou não) ao expressar singularidades, tradições e desejos de manter ou atualizar trajetórias de artefatos e seus processos.

Feitas essas ressalvas, narro algumas formas de interação que percebi durante anos de pesquisas de campo, em conversas com designers e a partir de experiências compartilhadas no cotidiano acadêmico e profissional para, então, deter-me em considerações sobre cadeias de valor daquela que foi foco da tese: a indústria artesanal de móveis trançados em fibras. Ao trazer esses exemplos não descritos anteriormente, busco ampliar o repertório de práticas, de maneira a evidenciar a diversidade nos modos de interação entre design e artesanato. Realço ser o foco aqui apresentado uma das possíveis formas de interação, representando apenas um recorte no amplo universo do artesanato e de mediações e práticas de design para o setor.

1. Comunidades tradicionais sem expressivas interferências nas técnicas originais.

No caso de comunidades tradicionais que não sofreram expressivas interferências globais, a produção artesanal representa expressão e narrativa de culturas populares, inseridas em um sistema econômico-simbólico que reflete e refrata trajetórias históricas localizadas do ser-no-mundo a partir de práticas tradicionais. Nesta categoria situo o artesanato indígena, a produção cerâmica folclórica do litoral, a produção de objetos utilitários (como as panelas de barro no Nordeste), entre outras manifestações populares que são fruto da tradição repassada por gerações e constituem patrimônio material e imaterial. Nesses casos, não há margens para interferências que alterem modos de fazer, configuração formal dos artefatos e relações (simbólicas e materiais) dos produtores com os objetos.

Tomando como exemplo paneleiras(os) do Nordeste do Brasil e do litoral do Paraná, que fazem panelas de barro (figura 103) há séculos de um mesmo modo, usando os mesmos materiais e técnicas herdadas de ancestrais, não há como concorrer convencionalmente, no mercado de consumo, com as panelas industrializadas, nem esperar que cumpram as mesmas funções destas.



Figura 103: Panelas de barro
Autoria: Comunidades do Nordeste.

No entanto, se a vontade das comunidades for encontrar mercado para venderem o que fazem, é possível comunicar outras funções e vantagens que estas podem apresentar para o cozimento de alimentos, relacionando-as a práticas de alimentação saudável que

movimentos naturalistas e de *slow-food*, por exemplo, adotam, além de valorizar a tradição e os sentidos, simbólicos e materiais, de mantê-la como é feita. A esfera da comunicação pode ser chave para relacionar sentidos e práticas, sem descaracterizar a produção.

Valorizar e *comunicar* conhecimentos, tradições e qualidades que esses artefatos carregam permite apoiar a produção *local* e, no lugar de adaptar produtos a mercados consumidores, *buscar* mercados que os valorizem e os consumam da forma como se apresentam.

Em outro caso, das esculturas indígenas feitas em comunidades do litoral do Paraná (figura 104), a ação do Governo do Estado, intermediado pelo Provopar, era promover uma política de troca de artefatos por cestas básicas e vender os produtos em lojas do Provopar e feiras de artesanato promovidas pelo Governo.



Figura 104: Escultura indígena de Guaraqueçaba

Autoria: Índios do litoral do Paraná

Fonte: Foto de autoria própria, 2008.

Esta atitude, apesar de pretensamente objetivar preservar a tradição pela não-intervenção, não valorizava o trabalho dos indígenas-artesãos que, pela técnica do escambo, veem suas esculturas propiciarem comida e nada mais. Percebi, em algumas visitas à comunidade e conversas, que os índios da região se encontravam desmotivados, não vendo sentido na continuidade de fazer esculturas para trocar por alimento e relatando que gostariam de buscar outra forma de vida. Lideranças indígenas, inclusive, nos procuraram, ao saberem que estávamos desenvolvendo um trabalho com artesãos locais³⁹³. A partir de colocações perturbadoras sobre o sentimento em relação ao futuro da tradição da tribo, acabamos reestruturando nossas ações para mostrar

³⁹³ Oficinas de design e artesanato realizadas entre 2005 e 2007 em Guaraqueçaba, litoral do Paraná, em parceria da Universidade Tecnológica Federal do Paraná com a ONG: Programa de Voluntariado do Paraná (PROVOPAR).

que o que eles faziam representava a vida e memória do povo e que, na medida do possível, nada deveria ser mudado, a não ser, comunicar os valores daquilo que fazem, de forma mais apropriada às pessoas que poderiam contribuir para promover os sistemas culturais em que estão inseridos os artefatos.

O mercado e os modos de inserir-se neste constituem os maiores “gargalos” e grande desafio no processo de valorização do artesanato. Especificamente neste caso, do artesanato tradicional que representa saberes e identidades populares, o designer - como um dos elos da complexa engrenagem que envolve comunidades, organizações governamentais e iniciativa privada - pode colaborar na construção de políticas para fomentar o setor de forma justa com os recursos que tem, tais como: capacidade de criar sistemas de identidade de produtos – como marcas, *folders*, etiquetas, embalagens, etc. - que comuniquem a história de quem faz e valorizem o artefato como é produzido, sem interferir em processos e técnicas.

Essas comunidades possuem princípios que se sobrepõem a qualquer tipo de interferência em nome do desenvolvimento massivo, estéticas dominantes ou práticas deslocalizadas de consumo, o que, se por vezes ocorre, não raro acaba por minar importantes saberes e visões-de-mundo do grupo. O respeito e a não-violência cultural devem ser o mote das ações. A visibilidade, não só dos produtos, mas de todo o processo de produção, das pessoas que fazem e do valor da tradição, pode fazer com que a auto-estima de grupos, a exemplo dos indígenas de Guaraqueçaba e das paneleiras do Nordeste, seja elevada e que continuem a vivenciar e repassar tradições e costumes de comunidades, respeitando-se culturas e identidades.

2. Comunidades com conhecimento de técnicas tradicionais que sofreram interferências em processos e/ou significados

No caso de comunidades que conhecem técnicas ancestrais, mas estas já sofreram processos de hibridação muito forte, muitas vezes esquecidas e abandonadas ao longo de gerações, ou mesmo que não são tradicionalmente herdadas, mas apropriadas, há possibilidade de interferências pontuais.

Ao falar em interferência, ou não, é preciso ter consciência das vontades do grupo em questão e das condições que elaboram para “entrar” e “sair” da modernidade, conforme já discutido. Essa interferência pode ser com o intuito de resgatar e valorizar materiais e técnicas tradicionais, conectando-as com certa visão do mercado

contemporâneo, buscando alternativas para atualizar e modernizar processos e formas de circulação de artefatos. O processo de aproximação com as comunidades parte da observação, compreensão e tradução de valores e anseios que emergem do grupo, e as alternativas podem ser buscar novos consumidores ou mesmo novos produtos, usando matérias-primas, conhecimentos técnicos e/ou tradições locais.

Para ilustrar a possibilidade de interação do design com comunidades, valorizando o uso de matérias-primas e técnicas locais, aproximando os produtos de usuários deslocalizados, apresento o projeto *Mesa Japonesa*, projetada pela designer Tania de Paula e executada pelo grupo Banartes do Vale do Ribeira em São Paulo (figura 105). Os designers solicitados para mediar uma ação na comunidade, propuseram um diálogo entre o artesanato local com o design contemporâneo.



Figura 105: *Mesa Japonesa*

Fonte: Mesa Japonesa

Autoria: Tania de Paula e Grupo Banarte.

Inspirada na diversidade de matérias-primas naturais encontradas no Vale do Ribeira e na influência da cultura japonesa presente em várias cidades da região, especialmente em São Paulo - principal centro de consumidores e usuários - a proposta dos designers foi estreitar a ligação entre produção e consumo, promovendo estratégias de circulação que contem a história da comunidade, dos processos e comunicando o fato dos produtos representarem

oportunidades de geração de trabalho e renda, assim ressaltando as qualidades sustentáveis dos produtos. A forma de divulgação foi a partir de material de comunicação, como etiquetas e *folders*.

A matéria-prima principal desses produtores é a fibra da bananeira, extraída do caule da planta³⁹⁴ e abundante na região – grande produtora de banana. Além do cultivo da banana, os pequenos produtores rurais pensavam ser possível ter outra forma de produção para aumentar a renda da família. Foi solicitado pela comunidade, à prefeitura local, às instituições de ensino que atuam na região e a designers, que repensassem a cadeia produtiva da banana, inserindo um novo sub-produto, no caso, artefatos artesanais. Ressalto, nesse caso, a importância e força de organizações coletivas para promover novos projetos em dinâmicas sociais transformadoras. A alternativa sugerida foi valorizar um produto que só servia para adubo – o caule da bananeira – que poderia ser transformado em fibra para o trançado.

Retomando o conceito de *trajetórias* de artefatos e suas *metamorfoses*, a técnica do trançado em cipó que fazia parte do repertório cultural da região foi retomada em novas propostas e adaptada à nova materialidade: a fibra da bananeira. A adequação a um novo material representaria um diferencial importante, já que o cipó tem extração controlada pela legislação ambiental, dificultando o uso para quantidades maiores de produtos. A Esalq³⁹⁵ já havia feito estudos sobre o preparo e potencial sustentável da fibra de bananeira para uso no artesanato e ministrou cursos sobre técnicas de extração, preparo e beneficiamento das fibras, o que facilitou o projeto de novos produtos para aplicá-las.

Em visita que fiz a comunidades do Vale do Ribeira, percebi como os artesãos, que também trabalham com agricultura orgânica e agroturismo ecológico, sentem-se orgulhosos ao expor seus produtos e vê-los valorizados, comercializados em lojas e mostrados em *sites* com os devidos créditos a quem faz. As estratégias de divulgação se configuraram como vitrines de ações sustentáveis e estímulo aos dois lados: produtor e consumidor, a adotarem práticas mais responsáveis. Aproximar produção e consumo na esfera da circulação, como já enfatizei, configurou-se como estratégia fundamental na rede de valor destes artefatos.

Outra interação semelhante, da qual participei como designer mediadora, aconteceu em Guaraqueçaba no litoral do Paraná. A interação

³⁹⁴ Este processo e técnicas foram apresentados no capítulo 3 - Materialidades

³⁹⁵ Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz – São Paulo.

efetivou-se em uma oficina de design para artesãos que trabalham com trançado de fibras e cerâmica. A iniciativa partiu do PROVOPAR e objetivou despertar nas pessoas o olhar para si e para sua região, para símbolos e significados da própria comunidade, além de oferecer uma oficina de criatividade para estimular a participação dos artesãos no processo de criação e produção de artefatos de forma coletiva.

Descrevo brevemente a metodologia de trabalho para aproximar o leitor de como funcionou esta dinâmica na prática. O processo de interação foi pensado e construído em parceria com artesãos e buscou *resgatar* e *valorizar* identidades locais, respeitando os múltiplos olhares e vozes dos membros da comunidade, considerando-os atores e autores do processo³⁹⁶. O planejamento de produtos ocorreu a partir de levantamentos de conhecimentos tecnológicos locais, valorizando técnicas, o território e produtos já existentes.

Trabalhar a aproximação do design e artesanato nesta comunidade significou pensar na cultura, história, relações sociais, possibilidades de trabalho e inserção econômica das pessoas envolvidas, além de relações com o meio ambiente de forma sustentável, nas três esferas do processo: produção; circulação e consumo.

A interação com o design foi uma dentre uma série de ações estratégicas propostas, como: sensibilização para a implementação de cooperativas (por sociólogos, economistas, capacitadores do Sebrae e Provopar) e oficinas técnicas com mestres-artesãos de outras comunidades, que ensinaram novas técnicas de trançado e cerâmica com a finalidade de estabelecer trocas e ampliar o repertório produtivo local.



Figura 106: Comunidade de artesãos de Guaraqueçaba.

Fonte: Foto de autoria própria, 2005.

³⁹⁶ A metodologia usada na interação foi baseada na pedagogia do oprimido de Paulo Freire e no trabalho de sensibilização para a Arte, realizado por Fayga Ostrower. Ambos constroem conhecimentos a partir do cotidiano dos trabalhadores e das comunidades, no seu contexto. OSTROWER, Fayga. **Universos da Arte**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

Considerando-se que o perfil dos cooperados não era de artesãos tradicionais, mas de pessoas que tiveram algum contato com técnicas tradicionais da comunidade por meio de familiares, houve um levantamento prévio e compartilhamento de saberes e técnicas para, a partir do interesse dos artesãos, estruturar as oficinas (figura 106).

As condições encontradas para o trabalho não eram favoráveis, em um barracão que seria a sede da cooperativa, em que não havia mesas, nem cadeiras, estando o local e os materiais sujos. A primeira ação foi improvisar mesas com portas velhas e limpar o ambiente para ter condições melhores de trabalho. Esta mínima mobilização inicial, que deu “cara nova” ao local, motivou os artesãos a organizarem seu espaço de forma coletiva.

O objetivo principal das oficinas de design foi trabalhar com a observação, experimentação, o sentir, processos de criatividade, organização e planejamento da produção e maneiras de circular os produtos, partindo de dinâmicas sugeridas e promovidas pelo próprio grupo. Foram negociadas e definidas algumas etapas de trabalho: levantamento de elementos representativos das identidades da região; exercícios de observação, análise e composição a partir de elementos relacionados ao patrimônio cultural material e imaterial, imaginários e técnicas locais; definição de segmentos e objetos viáveis para a produção pelos artesãos; planejamento quanto a aspectos formais, técnicos, dimensionais, escolha de cores, adequação do uso de matérias-primas locais e qualidade de produtos; geração de alternativas de objetos escolhidos para criar e produzir; confecção de modelos; produção de artefatos; interação entre o grupo para análise da produção; definição coletiva de linhas de produtos viáveis de serem projetados e produzidos a partir dos conhecimentos do grupo, da matéria-prima disponível, de técnicas conhecidas e que pudessem atender ao mercado consumidor.

Para iniciar a interação foi feito um “passeio” com os artesãos pela cidade, a fim de registrar imagens representativas da identidade e patrimônio cultural local, pelo olhar deles como moradores da região. O registro de imagens (figura 107) foi feito por meio de desenho, descrição verbal, coleta de elementos e fotografias, de acordo com a habilidade e desejo de cada pessoa. Os registros foram compartilhados coletivamente e revelaram o olhar do grupo em relação a elementos significativos de suas vivências e tradutores de pertencimento a uma comunidade.



Figura 107: Imagens apresentadas e discutidas pelo grupo de Guaraqueçaba.

Fonte: Fotos de autoria própria, 2005.

Na etapa seguinte, a partir do levantamento iconográfico, retomou-se a análise dos elementos encontrados e foram definidas três categorias: tradição, cor e forma, que poderiam representar o território (Quadro 1).

tradição	<ul style="list-style-type: none"> - fandango (dança em roda, tamanco, viola, saias, lenço, grupo e música). - folia de Reis, pesca, barco, banana, palmito, barro, aves, bambu, caxeta e taboa.
cor	- verde, azul, amarelo, lilás, vermelho, laranja e branco.
forma	- montanhas, mar, cachoeira, nuvens, árvores, ave Guará, boto, pedras, conchas e embarcações.

Quadro 1: categorias de identidade local de Guaraqueçaba.

Fonte: Elaborado por Mendes e Medeiros, 2005.

A fase que gerou as maiores angústias, inquietações e indagações foi a da definição de um mercado para posicionar os produtos que, segundo os artesãos, não poderia ser o do morador local, pois a cidade tem poucos habitantes, um baixo índice de desenvolvimento humano e encontra-se distante e isolada dos grandes centros urbanos, fatores que, segundo os moradores, empobreceram a região, mas preservaram características que a revelam como um paraíso natural. Estas condições geram conflitos sérios, principalmente de interesses de organizações que querem preservar a região, mas que, no entanto, não criam condições para o desenvolvimento humano e territorial local. Uma das oportunidades que se abre, desta forma, poderia ser valorizar o turismo ecológico (o que já começa a ser delineado como ação) e relacionar as demais atividades, como o artesanato, a este setor. Assim, definiu-se que o consumidor preferencial seria o turista.

Em uma dinâmica, foram definidos pelos artesãos três segmentos de mercado: casa, infantil e moda, delimitando dentro destes objetos a serem trabalhados coletivamente (Quadro 2).

▪ casa	- móveis, tapetes, pratos, luminárias, quadro, cachepô, manta, almofada, flores, caixas, saboneteira, lixeira, panelas, travessa, jogo americano, fruteira, escultura, rede, azulejo e arandela.
▪ infantil	- peteca, ioiô, instrumentos musicais, móbile, dominó, bonecos e fantoches.
▪ moda	- bijuterias, chinelo, cinto, bolsa, chapéu, anel, pulseiras e tiara.

Quadro 2: Segmentos de mercado definidos por artesãos.

Fonte: Elaborado por Mendes e Medeiros, 2005.

Com este foco definido, os artesãos delinearão propostas de trabalho e planejaram o desenvolvimento de alguns produtos, considerando habilidades individuais e coletivas, tradições locais e possíveis demandas do consumo. Foram criados 3 grupos com 4 pessoas, sendo que cada um escolheu um dos segmentos e dentro deste cada artesão criou e produziu um produto. A interferência das designers foi mediar o diálogo, promovendo a troca de conhecimentos e despertando para a importância de usar matérias-primas e referências locais.

As etapas sugeridas (seguindo a sequência das fotos da figura 108) foram: esboço feito para a confecção do produto; elaboração de uma paleta de cores com base nas imagens e tradições levantadas na visita pela cidade; experimentação e compartilhamento de técnicas entre os artesãos(ãs); confecção de um protótipo do produto na técnica escolhida (macramê, crochê ou tear); apresentação e análise conjunta do produto.



Figura 108: Algumas etapas de desenvolvimento de produtos em fibra de bananeira. Fonte: Fotos de Mendes e Medeiros, 2005.

Nesta fase, a interferência das designers foi mais enfática. Os produtos foram avaliados um a um, considerando os seguintes aspectos: 1. dimensionais: os cintos e chapéus serviam nas pessoas? Os suportes de prato comportavam a guarnição – copos, pratos, talheres? 2. ergonômicos: As bolsas produzidas não incomodavam o usuário – alças longas ou curtas, grandes ou pequenas demais? 3. Materiais: Os materiais utilizados adequavam-se aos produtos? Incentivo a substituir materiais sintéticos pelos naturais disponíveis na região. Testes com os corantes utilizados para ver se não iriam manchar a roupa ou mesa dos usuários caso desprendessem da fibra. 4. Aspectos produtivos: as tecnologias disponíveis possibilitariam a confecção em maior quantidade, caso houvesse demanda? Qual seria o limite produtivo? Teria como facilitar processos adequando técnicas a matérias-primas e artefatos?

A intenção não foi restringir a criatividade, mas, em um primeiro momento, demonstrar formas de organização e

compartilhamento de saberes. Como em cada grupo foram gerados quatro produtos completamente diferentes, no momento de apresentar ao grupo maior (figura 109), despertou-se o interesse pelo aprendizado das técnicas que os companheiros conheciam, gerando a configuração de novas propostas, que desembocaram na construção conjunta de linhas de produtos que poderiam ser comercializados.



Figura 109: Reuniões para discussão sobre produtos desenvolvidos e troca de saberes

Fonte: Foto de minha autoria, 2005.

Novas perguntas: como este grupo, que tinha modos de viver e de se relacionar com as coisas tão particulares, poderia pensar em produzir artefatos para consumidores distantes de sua realidade? Quem seria este consumidor, de fato? O turista das cidades próximas – Curitiba, São Paulo, que em certa medida reconhece o território e identidades, compartilhando repertórios, ou o turista estrangeiro (empreendedores italianos instalaram pousadas em reservas naturais) que chega à cidade buscando a proximidade com a natureza preservada e com o “exótico” modo de vida da população local? Aí estão aberturas (e fraturas) possíveis para estabelecer diálogos, comunicar sentidos de mundo com o “outro” que o consumidor potencial representa.

Depois de algumas semanas, os artesãos já haviam desenvolvido laços suficientes e amadurecimento para permitir a auto-organização e planejar coletivamente o futuro de sua produção. O grupo de cerâmica criou um espaço para trabalho, construiu um forno para uso coletivo e estufa para secagem das peças. O grupo das fibras organizou os teares em espaços compartilhados, planejou a construção de uma estufa para secar as fibras de bananeira, marcou encontros semanais para discutir o que estava sendo produzido individualmente e compartilhar técnicas novas. Os dois grupos, com madeira usada, pregos martelo e

tinta, fizeram prateleiras para exposição dos artefatos produzidos em uma loja que montaram no espaço cedido pela Emater para abrigar a cooperativa (figura 110).



Figura 110: Exterior e interior da cooperativa de Guaraqueçaba.

Fonte: Fotos de Mendes e Medeiros, 2005.

O objetivo desta proposta foi mostrar a necessidade de se definir uma linha de produtos, explorando: as técnicas e os processos já conhecidos e os aprimorando; desenvolver a criatividade na geração de alternativas que refletissem o patrimônio cultural material e imaterial local, identidades e tradições; explorar a utilização de matérias-primas encontradas na região de forma sustentável, prevendo a regeneração e ciclos naturais; integrar os membros da comunidade; fazer uma análise e autoanálise das dificuldades (pessoais e técnicas) e buscar apoio para resolvê-las coletivamente; trabalhar a questão do olhar para si e para o outro e revelar este sentido de pertencimento a mundos e territórios nos artefatos; promover a qualidade e identidade do grupo por meio dos artefatos gerados pelos mesmos atender aos aspectos conceituais, funcionais, produtivos e estéticos; considerar os usuários no processo, uma vez que os artefatos, além de sustentarem e serem sustentados por dinâmicas sociais e culturais locais, circulariam em contextos de usos diversos, segundo a intenção dos próprios artesãos ao definir o mercado.

3. Comunidades não tradicionais que buscam no artesanato uma oportunidade de renda

Nestas comunidades, geralmente em condições de vida à margem do sistema, a ação deve envolver, além do designer, assistentes sociais e lideranças que fomentem a organização em cooperativas ou associações. Os designers, nestes casos, podem planejar novas oportunidades a comunidades que não são tradicionais, mas que, por

meio de organização comunitária, buscam formas de se inserir socialmente e economicamente por meio do trabalho artesanal. Os artesãos podem tanto criar e produzir produtos que eles mesmos conceberam, ou a partir de projetos feitos por designers. Este tipo de ação entre designers e comunidades é a mais comum, no entanto, a menos inclusiva. Nem sempre é dado o verdadeiro valor aos artesãos que trabalham nos produtos ou parte deles.

No entanto, já começam a serem estruturadas ações e parcerias que possam mudar este cenário e dar visibilidade ao trabalho de artesãos urbanos. O Banco Tauí, Figura 111, realizado em multilaminado MDF certificado, com acabamento de lâmina de Pau-Ferro e trançado de cipó - fornecido pela comunidade artesanal do Vale do Ribeira - dos designers Sergio Fahrer e Christian Ullmann, é comercializado em uma loja de produtos elitizados de design - a DPOT - e já foi selecionado para participar de exposições nacionais e internacionais, sendo reconhecido com prêmios nas mostras: Design da Casa Brasileira, Brasil Excellence Award e IF Design Award, em 2006.



Figura 111: Banco Tauí e vitrine Loja Dpot.
Autoria: Ullmann e artesãos do Vale do Ribeira.
Fonte: Ullmann e Fahrer, 2006.

Outra prática que vem resultando em projetos com sucesso na aproximação de design, artesanato e comunidades é a organização de cooperativas e associações contando com o apoio de incubadoras tecnológicas, órgãos governamentais e não governamentais, trabalhando em parceria para organizar grupos de artesãos e arranjos produtivos locais (APLs). Neste processo é feito um estudo das potencialidades e intenções da comunidade e, a partir de vocações levantadas, é feito um planejamento da cadeia produtiva, pensando da matéria-prima à comercialização dos produtos ou subprodutos.

Um projeto que pode ilustrar esta forma de interação, do qual participei em 2005, foi a organização de uma cooperativa para trabalhar com o bambu, na Fazenda Rio Grande, Região Metropolitana de Curitiba, no Paraná. Este surgiu de uma demanda da Prefeitura para resolver dois problemas: a falta de alternativa de trabalho e ocupação para algumas pessoas da comunidade e constantes conflitos com produtores locais de bambu, pois os moradores da região invadiam as plantações e extraíam a matéria-prima sem autorização. O projeto previa, assim, uma ação sócio-educativa, além de criar uma cadeia produtiva sustentável, que valorizasse o bambu e envolvesse a comunidade gerando trabalho e renda. Este projeto foi elaborado pela UTFPR, coordenado pelo professor Dr. Eloy Fassi Casagrande em parceria com a Unisol³⁹⁷, e recebeu apoio da Prefeitura e associação comunitária para implantação de uma unidade de trabalho e treinamento de artesãos.

Os produtos foram criados por designers, o processo de produção foi orientado por profissionais da área de artesanato com bambu (já que a comunidade o desconhecia), e a Prefeitura ofereceu espaço em feiras para a comercialização. Os membros da comunidade receberam treinamento para tornarem-se artesãos e entrariam na rede como parceiros para a confecção dos produtos. Os produtores locais entraram como fornecedores de matéria-prima, em parceria formalmente estabelecida.

Em um primeiro momento, estudantes da UTFPR (bolsistas de iniciação científica) que participaram do projeto receberam treinamento sobre aspectos relevantes no trabalho com comunidades, como: questões sociais, culturais, econômicas e históricas envolvidas, além de formas de abordagem e técnicas de entrevistas, já que teriam que elaborar e aplicar questionários com as famílias da região para levantar aspectos relevantes ao projeto.

A segunda fase consistiu em aplicar e tabular os resultados de intenções, dificuldades e soluções levantadas pela comunidade. Com estes dados foi feito em conjunto com professores, um planejamento de ações e estratégias possíveis de serem implantadas, sendo estas apresentadas e discutidas com os líderes comunitários e prefeitura (Figura 112).

³⁹⁷ O projeto recebeu um prêmio, que hoje é fornecido pelo grupo Santander a estudantes universitários e professores que promovam projetos de extensão com foco em desenvolvimento sustentável e geração de renda. Fonte: disponível em: <http://www.unisol.org.br/site/home.asp>. Acesso em: 25 jul 2010.



Figura 112: Comunidade Fazenda Rio Grande – Projeto Unisol
Fonte: Foto de autoria própria, 2005.

Depois de elencadas as possibilidades, o projeto foi apresentado à comunidade, que optou por implantar cursos de capacitação para o trabalho com bambu e posterior produção de pequenos objetos que pudessem ser comercializados localmente e na Região Metropolitana de Curitiba, como: vasos, *cachepots*, luminárias e pequenos objetos de decoração. Cursos de técnicas foram ofertados, designers entraram em contato com a comunidade e foram negociadas opções de produtos e sistemas factíveis com os conhecimentos e tecnologias disponíveis na associação (recém-criada) e comercializáveis para os usuários definidos. Várias propostas foram discutidas, sendo alguns produtos selecionados pelos artesãos, entrando em produção (Figura 113).



Figura 113: Curso de técnica para execução de mesa em bambu
Fonte: Foto de autoria própria, 2005.

Foram executados protótipos, por instrutores (Figura 113)³⁹⁸, que serviriam de modelo para os futuros associados, uma vez que a intenção das instituições governamentais e ONGs era dar continuidade e ampliar o programa para outras comunidades locais. Na continuidade foi criado um sistema de identidade dos produtos que comunicasse aos consumidores o caráter solidário do empreendimento. Com este apoio foi fortalecida a rede implantada e, da proposta inicial de vender localmente, surgiram outras oportunidades de produção para lojas que venderiam produtos (*cachepots*, cabides, luminárias) com o valor de “produção solidária” ressaltado, entrando em circuitos de “comércio justo”.

Há vários outros projetos de aproximação entre design e artesanato na valorização de identidades e fortalecimento de comunidades que poderiam aqui ser enunciados. Entre estes destaco: Imaginário Pernambucano da UFPE³⁹⁹; Oficina Nomade⁴⁰⁰; Arte que vem da Rua - oficina escola⁴⁰¹; UIA design⁴⁰²; entre tantos outros, que buscam a sustentabilidade social, cultural e ambiental de territórios e comunidades, segundo princípios de solidariedade. Mas, pela impossibilidade de relatá-los com a profundidade que merecem, me atenho apenas a citá-los para, em outro momento, desenvolver outros estudos e pesquisas, dando maior relevo a estas importantes interações dentro de seus contextos espaciais e temporais.

4. Indústrias Artesanais

As indústrias artesanais têm origem nas corporações de ofício que tiveram seu apogeu na Idade Média. Destas originou-se a palavra Artesanato, abarcando todo o trabalho organizado por interesses comuns, das artes aos serviços, passando pelos tradicionais ofícios de carpinteiro e moveleiro. Os ofícios eram ensinados nas corporações, passando os conhecimentos de mestres a aprendizes, constituindo-se como heranças de trabalho.

A industrialização em massa e os princípios de uma ordem capitalista baseada em relações individualistas romperam com esta tradição e desmobilizaram a estrutura coletivista que caracterizava as corporações e artesanias. Como já comentei no capítulo 2, muitos

³⁹⁸ Na foto aparece o artesão e instrutor Luiz Minatto e o professor da UTFPR, Jorge Takeda.

³⁹⁹ Para informações, acessar: <http://www.oimaginario.com.br/>.

⁴⁰⁰ Para informações, acessar: <http://oficinanomade.blogspot.com/>

⁴⁰¹ Para informações, acessar: <http://oafsp.org.br/projetos4.htm>

⁴⁰² Para informações, acessar: www.coroflot/ber. Contato: Ecodesigner Bernadete Brandão.

artesãos, sentindo-se oprimidos pelo sistema capitalista que diminuiu oportunidades de trabalho aos moldes das corporações, no século XVIII, iniciaram um processo de imigração para a América, especialmente a do Sul e para o Brasil, onde encontraram condições mais favoráveis para instalar suas oficinas. Estas originaram indústrias de móveis artesanais trançados em fibras, principalmente na região sul e em São Paulo. Sendo esta categoria que serviu de base para a tese, atendo-me de maneira mais detalhada a descrever algumas vivências, subsidiando ao leitor uma compreensão mais contextualizada.

Nos capítulos anteriores, descrevi as trajetórias biográficas de algumas destas indústrias, evidenciando e analisando nuances, fases, resistências e transformações que caracterizaram práticas e estratégias de ação que fazem com que estas empresas se mantenham no mercado até os dias de hoje, guardando muitas características particulares do artesanato: tradições das técnicas de trançado, repasse de conhecimentos de mestres-artesãos a aprendizes, relações de trabalho mais colaborativas do que em indústrias convencionais, forma de gerenciamento familiar, apesar das inovações tecnológicas, estéticas e de formas de circulação ampliadas.

Como circulam no cotidiano, enfatizando questões relativas à tradição, modernidade, natureza e sustentabilidade, configuram estratégias contemporâneas de atualizar-se para o consumo. Dentre estas ações, evidenciei a contratação do designer como um dos mediadores no estabelecimento de diálogo entre quem faz e quem vai usar os móveis. A opção por pesquisar as empresas citadas na tese se deu pelo critério de contextualização dos casos em Curitiba e Milão, e por estas empresas buscarem ações de design, mediante projetos de artefatos, inovação de sistemas e criação de redes de valor sustentáveis, para aproximar as esferas da produção e consumo e valorizar o móvel artesanal feito em fibras.

Tendo descrito nos capítulos iniciais alguns exemplos de como se efetiva esta forma de produção - da indústria artesanal de móveis trançados em fibras - neste capítulo farei considerações sobre a inserção do design em processos de produção e circulação, com foco em configuração de redes de valor e desenvolvimento territorial sustentável. Estas se apresentam como possibilidades de planejar ações que fortaleçam economias locais, valorizem culturas, patrimônios materiais e imateriais ligados a territórios e promovam o comércio justo, de forma sustentável.

A abordagem territorial⁴⁰³ da produção valoriza o “produto local”, ou seja, aquele que é fruto da interação do trabalho do homem ligado a um território geográfico localizado, usando recursos locais, respeitando relações ecológicas, tradições, culturas e contemplando, também, conhecimentos e práticas tecidas ao longo do tempo. Sob certos aspectos é possível usar esta abordagem também para os móveis artesanais trançados em fibras.

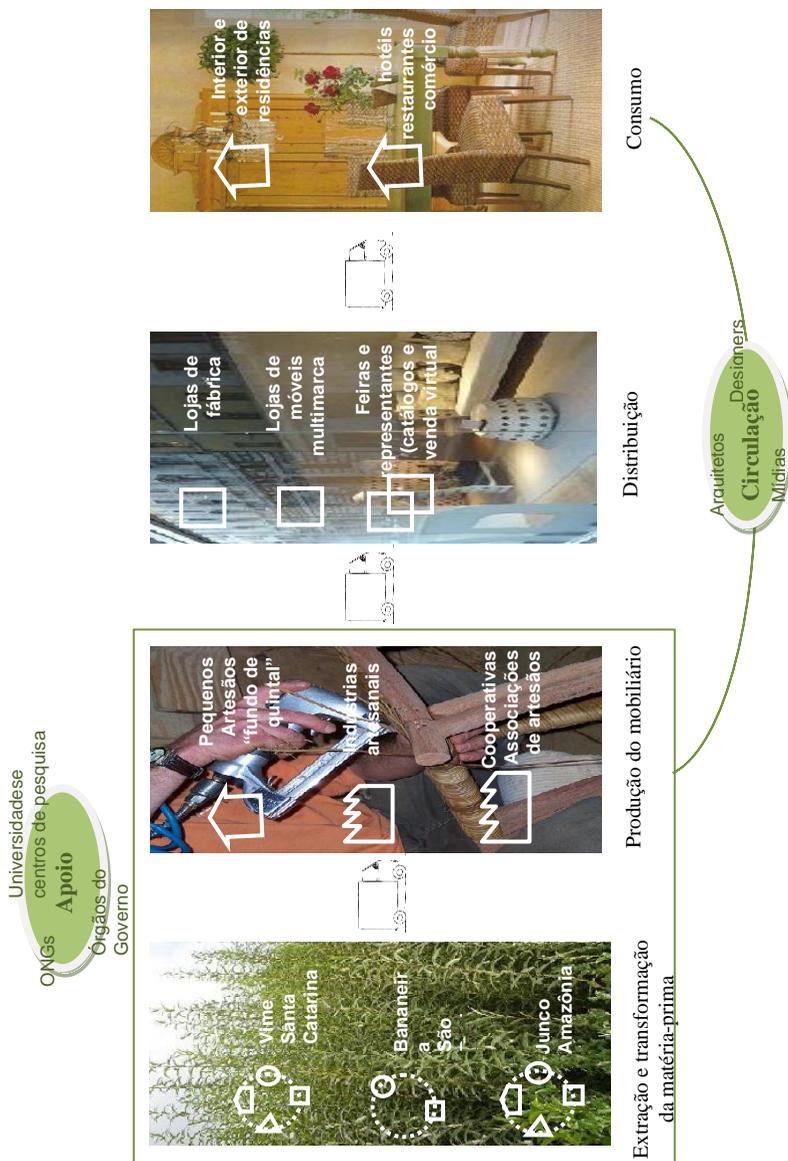
Dentre os instrumentos utilizados na abordagem territorial, destacam-se os mapas de rede de valor⁴⁰⁴, que servem para esquematizar relações entre atores sociais envolvidos em um sistema de produtos/sistemas/serviços, levantando quais são seus papéis e, assim, permitem planejar ações que prevejam o fortalecimento de cenários locais pelo encadeamento de ações de cooperação entre atores envolvidos.

Apresento, no Quadro 3, um esboço da rede de valor de móveis artesanais trançados em fibras de Santa Felicidade, elaborado a partir de algumas percepções do campo, tecidas ao longo de cerca de seis anos de interações com a comunidade local e de pesquisas minhas e de outras designers paranaenses⁴⁰⁵, realçando os diferentes atores envolvidos no processo.

⁴⁰³ Para aprofundar conceitos de desenvolvimento territorial sustentável, ver: Lia Krucken (De MORAES, D., KRUCKEN, L. **Design e sustentabilidade**. Coleção Cadernos de Estudos Avançados em Design, Belo Horizonte: EdUEMG, 2009. Disponível para download: www.tcdesign.uemb.br). Neste artigo, os autores aproximam o termo “terroir”, francês, do termo brasileiro “produto local”.

⁴⁰⁴ Não sendo possível aprofundar os conceitos de rede de valor, bem como de territórios, devido aos propósitos da tese, apenas os apresento, brevemente. Com relação aos mapas de rede de atores, estes foram elaborados inicialmente por: Manzini, E.; Jegou, F.; Meroni, A. *The Design Plan: a tool for organizing the design activities oriented to generate sustainable solutions*. Amsterdam: **Conference Proceedings of sustainable Product-Service Systems**, 2003.

⁴⁰⁵ Cito as designers Bernadete Brandão e Jusmeri Medeiros.



Quadro 3: Mapa de relações entre atores envolvidos na rede de valor de móveis artesanais trançados em fibras de Santa Felicidade.

Fonte: Autoria própria, 2011.

O esquema anterior representa apenas um mapa sintético das relações entre atores na rede de valor de móveis artesanais trançados em fibras de Santa Felicidade. Basicamente a rede é composta por quatro níveis de envolvimento: produção e transformação da matéria-prima, produção de artefatos, circulação/distribuição e consumo/uso.

1. Extração e transformação da matéria-prima.

A principal matéria-prima utilizada em Santa Felicidade e região vizinha é o vime. Este, que era abundante na região, passou a ser importado de Santa Catarina desde a década de 1970. O plantio foi abandonado, porque Santa Felicidade especializou-se na manufatura de artefatos, não dispondo de mão-de-obra para produzi-los e, ainda, cuidar do plantio. Os médios artesãos e indústrias compram direto dos produtores ou associações da região do Rio Rufino e serra catarinense. O contato direto garante políticas de melhoria da qualidade do que é comprado e preços acordados sem intermediários.

No caso da fibra de bananeira, os principais fornecedores são a região norte do Paraná (Jacarezinho e arredores) e o Vale do Ribeira (São Paulo). Estes produtores de fibras tiveram apoio de instituições de pesquisa para conseguirem preparar uma fibra com qualidade. O principal problema encontrado é controlar o mofo, resultante da umidade pela secagem de maneira inadequada ou falta de tratamento químico no beneficiamento. Outras cidades que são grandes produtoras de banana e estão tentando aprimorar o tratamento das fibras são Morretes (litoral do Paraná) e Garuva (Santa Catarina). Também nestas regiões há outra fibra que é utilizada em menor escala, a taboa, que é uma planta de brejo muito usada em cadeiras empalhadas de restaurantes.

As fibras do junco e apuí que foram muito usadas na confecção de móveis mais elaborados para residências, entre as décadas de 1980 a 2000, são resultantes de extração no norte do Brasil (região amazônica). Pela falta de maior consciência no modo de extrair as fibras e ganância de exploradores interessados na maximização do lucro, sua comercialização foi restringida pelos órgãos ambientais, e apenas algumas empresas certificadas podem fazê-lo. O preço para compra é muito elevado, considerando-se principalmente o transporte que, do Norte ao Sul perfaz quase cinco mil quilômetros. Além do custo econômico há o custo ambiental - emissão de CO₂ na atmosfera e o custo social - a maioria dos extratores trabalham em condições de trabalho próximas à escravidão (à exceção das empresas legalizadas).

Há de se considerar também o contrabando de junco extraído de reservas de mata, de forma ilegal e predatória, derrubando árvores para coletar as touceiras do cipó.

Considerando-se estas relações, a situação ideal seria o plantio e coleta de material o mais próximo possível do local de produção, pois, além de poder controlar melhor a qualidade da matéria-prima, seria possível assegurar-se da procedência legal, negociar preços sem atravessadores e evitar grandes impactos ambientais com o transporte em longas distâncias. Analisando o mapa apresentado, aos artesãos de Santa Felicidade seria aconselhável utilizar na produção, preferencialmente, vime e fibras de produtores regionais – do Paraná, Santa Catarina e sul de São Paulo.

2. Produção

A produção de artefatos da comunidade de Santa Felicidade tem características que oscilam entre a produção caseira (fundo de quintal), a associativa e a industrial. As indústrias locais e médios artesãos são relativamente bem preparados com relação ao processo de confecção de estruturas e trançado – possuem tecnologia, matéria-prima, artesãos experientes, no entanto precisam de apoio para estruturar melhor a planta fabril, organizar processos, planejar fluxos de produção e, principalmente, encontrar canais de divulgação e venda. Na maioria dos casos são artesãos, mas não empreendedores. Estes gargalos podem ser solucionados com ações pontuais para melhorar o existente, valorizar processos e aproximar a produção e consumo, ou seja, ações na esfera de circulação dos artefatos poderiam solucionar grande parte dos ruídos da rede de valores.

Algumas indústrias de Santa Felicidade, como a Raffinato e Movime, tentaram resolver este problema contratando administradores, fazendo parcerias com outras empresas mais experientes no mercado (a Raffinato formalizou sociedade com duas empresas que produzem móveis seriados) e cursos de empreendedorismo (Sebrae). Na área de gestão de processos e de produtos contam com a consultoria de designers que criam linhas e sistemas de móveis, elaboram material de divulgação (folders, sites), organizam feiras e acompanham a produção de protótipos. Possuem um quadro fixo de funcionários, mas contratam mão-de-obra de artesãos autônomos, sem vínculo empregatício, para períodos de maior demanda.

Os pequenos artesãos (“fundo de quintal), apesar de representarem um grande número – cerca de três mil artesãos que trabalham com o trançado em Curitiba e Região Metropolitana, ao meu

ver, são os que sofrem a maior quantidade de limitações e empecilhos em todas as fases da rede de valor. Não conseguem comprar direto de fornecedores, pagando mais pela matéria-prima e dependendo da disponibilidade desta, que nem sempre é a de melhor qualidade. Na maioria dos casos são explorados, pois, como não têm estrutura e nem preparo para fechar negócios, acabam nas mãos de atravessadores que compram produtos “no osso” (sem acabamento), por preços muito abaixo do valor de mercado, e revendem para distribuidores. Esta prática, não raro, é associada à agiotagem. Os atravessadores “adiantam” dinheiro para a compra de material e levam produtos em troca por um preço mais baixo. Em depoimento, alguns artesãos relataram que trabalhavam para pagar as contas do mês que passou. Normalmente, pequenas lojas fazem o acabamento e expõem os produtos ao consumidor final.

Uma possível solução seria promover a associação dos artesãos em cooperativas que tivessem suporte de organizações governamentais (prefeitura, secretarias do desenvolvimento, cultura, trabalho), instituições de ensino (organismos de pesquisa e incubadoras de cooperativas – que já existem) e Organizações Não Governamentais - ONGs (movimentos de consumidores que incentivam o comércio justo, SEBRAE, provopar, etc). A cooperativa pode ser um local de compartilhamento de espaço, ferramentas, maquinário, armazenamento, gerenciamento de processos, produtos, serviços e distribuição direta dos produtos às lojas. Este é o maior desafio do setor e, com certeza, o mais importante movimento a ser feito. Esta é uma oportunidade de organizar a rede de relações entre os atores envolvidos: ampliando potencialidades produtivas, apoiando a inclusão social de artesãos à margem do sistema formal, favorecendo a valorização territorial (pela implantação de um arranjo produtivo local), promovendo produtos e serviços de forma sustentável de fato.

3. Circulação de artefatos

Conhecer trajetórias culturais e históricas de sociedades e a relação destas com os artefatos, como analisei nos capítulos iniciais da tese, permite aproximar repertórios de produtores e consumidores e negociá-los, promovendo dinâmicas e transformações em ambos os lados. Os principais mediadores apontados na pesquisa foram: designers – responsáveis por projetar produtos, sistemas e redes que valorizem o trabalho, identidades, tradições e desenvolvam territórios sustentavelmente; mídias – que comunicam estes valores e podem relacionar artefatos a estilos de vida e novas dinâmicas de consumo.

4. Consumo, uso e pós-uso

Esta etapa relaciona-se diretamente com as anteriores. Se o consumidor conhecer a procedência e a história dos artefatos possivelmente passará a valorizar mais o que comprou, principalmente se forem feitos estudos prévios de consumo que objetivem atender a certas demandas e desejos de quem usará os móveis que serão feitos (como nem sempre a venda é direta, este estudo é aproximativo, mas baseado em questões culturais e sociais dos mercados consumidores).

Exemplifico esta rede com o caso da Movime, empresa apresentada nos capítulos 2 e 3 da tese, que, ao introduzir ações de design no cotidiano de criação e planejamento de produtos e sistemas, incorporou práticas de pesquisa e trabalho que pudessem refletir sua identidade, tradições e conhecimentos tecnológicos, comunicando-os, bem como analisar o perfil de potenciais consumidores, suas trajetórias, demandas e modos de se relacionar com artefatos.

Estes valores, analisados em cadeias de valor sustentáveis, com definição de comprometerimentos e interações entre atores, permitiu à empresa repensar seus processos e promover mudanças. Para tanto, foi organizada a produção, readequados processos para não serem poluentes e atenderem demandas de órgãos ambientais (IBAMA), inseridas matérias-primas certificadas e sustentáveis na produção de alguns móveis e buscadas certificações que atestassem produtos ecológicos.

Iniciativas, como da designer Bernadete Brandão, com a Poltrona *Scoppo* e Sofá Ursa Maior, produzidos pela Movime, objetivaram contemplar a rede sustentável de valor do móvel artesanal trançado em vime: revelando tradições ligadas ao território de Santa Felicidade e sua vocação como pólo moveleiro no trançado em fibras; enfatizando qualidades materiais e imateriais do artefato que o apresentam como um sistema de identidade e trabalho relacionado à comunidade; ligando os atores envolvidos na rede de valor; socializando valores que relações em redes sustentáveis permitem traduzir e comunicar.

No Brasil, existem instrumentos de avaliação e certificação de produtos que respeitam o meio ambiente e a sociedade - como os produtos orgânicos - a exemplo do IBD⁴⁰⁶, que visa dar garantia de procedência e qualidade orgânica de alimentos, naturais ou processados. Segundo o órgão, “na certificação, produtores e processadores são inspecionados e orientados segundo as normas de produção orgânica. O consumidor tem a garantia de um alimento sem contaminação química,

⁴⁰⁶ Instituto de BioDinâmica - <http://www.ibd.com.br>

cuja produção respeita o meio ambiente e o trabalhador”⁴⁰⁷. O órgão fornece certificações orgânicas, biodinâmica e EcoSocial (Mercado Justo ou *Fair Trade*), além de fornecer treinamento e favorecer protocolos de parcerias. As normas seguem legislações trabalhistas, ambientais e se preocupa em ligar o produtor e consumidor por laços de confiança, respeito e valorização mútua.

Para a certificação EcoSocial é preciso trabalhar atendendo princípios estabelecidos por acordos de cooperação internacional relacionados a gestão socio-ambiental como Agenda 21, Pacto Global, Metas do Milênio, Carta da Terra e Declaração Internacional dos Direitos Humanos, além de atender normas sociais estabelecidas pela OIT, IFOAM, FLO, SA 8.000. “Para serem certificados os empreendimentos devem cumprir todos os critérios mínimos listados na norma e, pelo menos, dois critérios de progresso relacionados ao desenvolvimento ambiental e dois relacionados ao humano e social, durante o ano de certificação. Os critérios de Comércio Justo são considerados critérios mínimos”⁴⁰⁸.

Além da consultoria da *ecodesigner* Bernadete Brandão, a Movime fez parcerias com a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) para pesquisa e desenvolvimento de móveis trançados em fibras naturais por alunos do curso de Tecnologia de Design de Móveis. De 2005 a 2007, quando ministrei a disciplina de “Projeto de Móveis Artesanais”, o foco foi o planejamento de um sistema de produtos que atendessem às características da empresa – processo artesanal, tradição do trançado, identidade ligada à comunidade de imigrantes italianos de Santa Felicidade, processo de produção em baixa escala, além de atender à demanda da indústria por inovação de produtos e a configuração de processos sustentáveis para fabricação.

Retomando as premissas norteadoras de ações de design em produtos locais, apresentadas por Lia Krucken⁴⁰⁹: reconhecer, ativar, comunicar, proteger, apoiar, promover, desenvolver e consolidar - na interação dos alunos de design com as indústrias de móveis artesanais, estas foram consideradas como base para a conceituação dos artefatos e planejamento dos processos.

Os alunos consultaram bibliografia sobre a história de Santa Felicidade e o processo de imigração italiana na região, entrevistaram

⁴⁰⁷ Fonte: <http://www.ibd.com.br>. Acesso em: 10 jul 2010.

⁴⁰⁸ Fonte: <http://www.ibd.com.br>. Acesso em: 10 jul 2010.

⁴⁰⁹ KRUCKEN, Lia. **Design e Território**: Valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Editora Nobel, 2009, p. 108.

artesãos e donos de artesanias, fizeram visitas técnicas nas indústrias para conhecer o processo de produção e circulação de artefatos, pesquisaram sobre fibras naturais, processos de beneficiamento, formas de trançado destas, fornecedores próximos e possibilidade de mesclas com outros materiais. Também coletaram informações sobre demandas de consumo do segmento de móveis artesanais no qual a empresa se insere.

O projeto previa a remuneração justa de todas as partes envolvidas – designer, artesão, proprietário da indústria, fornecedores e objetivava eliminar excesso de atravessadores, que desviam os artefatos de seus propósitos iniciais, afastam o consumidor do produtor e, na maioria das vezes, sobretaxam produtos, explorando quem faz. As relações de valorização de territórios e saberes locais foram o objetivo central das propostas.

Usualmente, no projeto de design está prevista a análise do ciclo de vida do produto que engloba, basicamente:

- Pré-produção (extração, beneficiamento e tratamento de matérias-primas);
- Produção (transformação dos materiais em produtos, montagem e acabamento);
- Distribuição (embalagem, transporte e armazenagem);
- Consumo (definição de consumidores, formas de circulação, espaços de exposição e venda);
- Uso (relações de uso previstas para consumidores);
- Pós-uso e Descarte (coleta, desmontagem, reciclagem e/ou incineração de sobras da produção e dos produtos após o uso).

Buscando ampliar estes conceitos e enquadramentos em etapas, de forma a considerar a complexidade de cada uma delas, conforme apresentado nos capítulos anteriores da tese, as ações previstas para serem implantadas na empresa Movime, enfatizaram as redes de valor e todos encadeamentos evidenciados buscaram comprometimentos entre parceiros, para que todos os atores envolvidos pudessem dimensionar seus papéis na teia de relações.

As experiências que tive, como professora da disciplina de *Projeto de Móveis Artesanais* UTFPR, possibilitaram compartilhar com alunos de Design os conceitos de Sustentabilidade e Artesanato e os aplicar em projetos de móveis para indústrias da região de Curitiba. Comento esta ação, pois criou vínculos entre alunos e

empresários/artesãos, proporcionou compartilhar saberes, o que incentivou alguns designers a adotarem em suas atividades profissionais um maior comprometimento com a teia social, uma vez que participaram do dia-a-dia dos artesãos, observaram suas dificuldades, aprenderam técnicas tradicionais e puderam abrir horizontes de atuação para além das grandes indústrias com produção seriada que normalmente constituem o universo de ação de designers.

Nas imagens da Figura 112 são mostradas fases da concepção e materialização dos produtos: estudos bi e tridimensionais conceituais, desenhos técnicos, modelos em escala reduzida, execução de *mockups*⁴¹⁰, discussão dos produtos com os artesãos para estudo de viabilidade, execução de protótipo nas indústrias parceiras (Movime, Raffinato, Minatto, Móveis Túlio), apresentação e avaliação final dos produtos de acordo com a rede de valor proposta.



⁴¹⁰ Técnica de construção rápida, do produto a ser produzido, confeccionado normalmente em papelão e em escala natural.



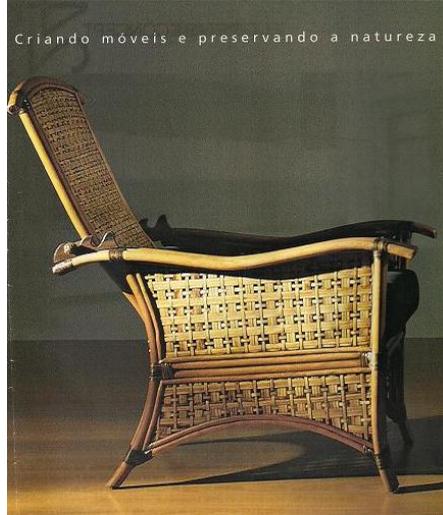
Figura 114: Fases de projeto, avaliação e apresentação de protótipos de móveis em fibras desenvolvidos por alunos da UTFPR em parceria com indústrias artesanais de Santa Felicidade.

Fonte: Fotos de autoria própria, 2006.

Esses futuros designers perceberam pela prática de uma ação projetual sustentável e comprometida com projetos de comunidades que, diante de modelos de produção e consumo capitalistas vigentes (de uma economia globalizante, marcadamente assentada em bases econômicas impessoais, sem a inclusão social de fato e desconsiderando inter-relações nas cadeias produtivas), tornou-se difícil criar produtos e sistemas sustentáveis, inserir de forma justa quem faz, além de ter sido excluída uma enorme parcela de pessoas do consumo. Diante deste “fracasso” do sistema capitalista baseado na exclusão, há necessidade de mudanças urgentes na forma de pensar os processos produtivos e relações de consumo.

Esta preocupação com as mediações na promoção de redes de valor sustentáveis ligadas a territórios, veio ao encontro da proposta central da tese que objetiva dar visibilidade a circuitos de materialização e significação de móveis artesanais e entendimentos da cultura material como potencializadora de relações sociais. Novas sociabilidades sugerem novas representações e relações entre sujeitos e artefatos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



[...] parte do barro com que modelam agora uma figura provém de outras que tiveram que desprezar e amassar, assim é com todas as coisas deste mundo, as próprias palavras, que não são coisas, que só as designam o melhor que podem, e designando as modelam, mesmo se exemplarmente serviram, supondo que tal pôde suceder em alguma ocasião, são milhões de vezes usadas e atiradas fora outras tantas [...] temos que ir buscá-las novamente, barro pisado que também elas são, amassado e mastigado, deglutido e restituído, o eterno retorno⁴¹¹.

⁴¹¹ SARAMAGO, José. **A caverna**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
Imagem: Publicidade da Amazonia Móveis. **Revista Kaza**, ano 4, n. 38.

A modo de tentar concluir, empresto de Saramago as palavras sobre o “eterno retorno”, apresentado como fato, nas obras e na vida. Nessa obra, a sensação do inacabado inquieta, provoca retornos e apresenta-se como abertura a percorrer e cartografar outros espaços, desvelar novos processos, que, por sua vez, podem oportunizar pesquisas, percepções e interações entre o design e o artesanato.

O artesanato ensinou-me que nem todos os círculos fecham-se, ao contrário, em direções espirais abrem-se infinitamente para outras e novas possibilidades. Dimensões do humano e do histórico, que o móvel artesanal performatiza, como elemento étnico, identitário, figurativo, moderno, tradicional, sustentável ou, simplesmente, anônimo (não-identidade), caracterizam-se como “aberturas” e, ao mesmo tempo, desconstruções⁴¹² que favorecem ações políticas no campo.

Minha narrativa, que por vezes configura-se romântica, ingênua e até mesmo utópica, assim se constituiu pelo olhar que tive dos lugares que visitei, pela minha trajetória, que levou a perceber o móvel artesanal como algo “especial”, possível de se tornar objeto de investigação e, igualmente, pela latência da paixão que senti emanar das vozes dos artesãos com os quais conversei. Mesmo quando o(a) artesão(ã) não é mais o(a) trabalhador(a) que faz o trançado, e torna-se o(a) empresário(a) que gerencia a indústria (como Eromir Stival - Movime, Aparecido Noronha - Raffinato, Armando Túlio - Móveis Túlio), persiste a auto-imagem de si como artesão. Seriam os mestres-artesãos, aos moldes das corporações de ofício. Este sentimento de pertença a esferas marcadas pelo contato direto com a materialidade de artefatos que produzem – a manualidade do processo de trançado – marca as mãos e os corações de artesãos(ãs).

Evidente que as dinâmicas internas ao processo também produzem feridas. Em alguns casos, há inaptidão ao trabalho e exploração da mão-de-obra, especialmente quando este não é encarado como ofício. Entretanto, analisando a razão da resistência e continuidade do fazer artesanal em sociedades complexas, posso concluir que a proximidade com a materialidade, entre os artesãos, e o relativo domínio por estes de todas as etapas do processo, faz com que o artesanato e as fábricas artesanais sobrevivam mesmo inseridas no sistema capitalista.

Ao cartografar esse campo e tentar perceber quem são os atores nesses processos de rupturas, (re)significações, apropriações e

⁴¹² No sentido de Derrida, a desconstrução permite perceber a pluralidade de discursos e possibilidades de aberturas por uma política da diversidade e diferença. DERRIDA, Jacques. **El Monolingüismo del Otro**. Buenos Aires: Ediciones Manantial, 1997.

transformações, a inserção no campo permitiu-me traçar mapas de atores e redes de valor que, mais que sistematizações fechadas, objetivam representar e visualizar processos e encadear conexões existentes, além de outras possíveis, entre esses agentes.

Dentre os(as) atores(as) desses processos, destaco, em primeiro lugar, o papel fundamental de artesãos(ãs) e mestres, responsáveis pelo processo de materialização e tradução de narrativas objetuais de culturas. Também mediadores - como o design, a mídia - de certa forma, circulam, prescrevem e legitimam *performances* e representações sociais, ligando produção e consumo. Os(as) consumidores(as), por sua vez, são agentes fundamentais que se apropriam, usam e (re)significam artefatos em práticas cotidianas e processos de humanização, relacionando trajetórias sociais a trajetórias de artefatos. A existência de uma sinergia de desejos, demandas e projetos, entre a produção/circulação/consumo, mantém o espaço para artefatos, a exemplo desses móveis artesanais, atualizarem-se no tempo.

Em suas permanências e metamorfoses, o artesanato desempenha um papel fundamental no desenrolar de práticas socializantes e humanizantes. Trajetórias sociais são atravessadas por processos de *objetificação*, em relação mútua e dialética de construção de biografias. Saberes, memórias locais, ligação com a natureza e com culturas, tornam o fazer artesanal, simultaneamente, matriz e possibilidade. Matriz - porque materializa o trabalho humano e significa culturas. Possibilidade - porque pode atualizar-se em novos cenários e dialogar com distintos projetos e estilos de vida.

O artesanato potencializa a tradução e convergência da arte e a existência cotidiana, pertencendo a tempos e espaços marcados pela duração da experiência vivida. Um existir intenso que une a utilidade à contemplação, como obras da vida, em conjunções de temporalidades, espacialidades e materialidades. Significa a vida de artesãos(ãs), que tecem as fibras e, assim, participam da tessitura de histórias por artefatos materializados a partir de atos criativos do trabalho na produção. Ao circularem por diferentes mundos na esfera do consumo, por sua vez, os móveis escreverão outras histórias. Quem sentará nesta ou naquela poltrona? Qual criança será embalada neste ou naquele berço?

Mediando trajetórias plenas de significados e humanidades, o móvel artesanal traçado em fibras marca presença em lugares distintos (ocidente e oriente, pequenas comunidades e grandes metrópoles, espaços locais e globais) e resiste ao tempo (transitando entre o moderno e o tradicional). Mapear trajetórias e percorrer a complexa dinâmica de sua existência passa por compreender como, apesar de modismos, novos

estilos de vida e processos de mudanças sociais (desvios ou curtas temporalidades), ele transforma-se para acompanhar novos tempos, sem, contudo, perder uma certa *referência cultural*, uma *rota preferencial*, baseada na tradição (longa temporalidade) - o “eterno retorno” – marcado pelas diferenças.

Desta forma, como adiantei na introdução, dada a abrangência do tema, a estrutura da tese não obedeceu a uma linearidade temporal e nem espacial, assumindo, assim, o risco de circularidades, trânsitos e constantes retornos, em uma abordagem um tanto “orgânica”, aspecto também marcante em minha própria trajetória de pesquisa e de vida.

O objetivo central que norteou a pesquisa foi: cartografar (mapear, descrever e analisar) como materialidades e significados, atribuídos em trajetórias de móveis artesanais trançados em fibras, circulam, refletem, refratam e potencializam trajetórias sociais de sujeitos e como esses aspectos podem atualizar móveis em relações dialógicas entre quem os idealiza, materializa e usa. Para alcançar minimamente esta compreensão e traçar o que não passou de um esboço de trajetória, analisei a interação, mutuamente constituidora, entre artefatos e pessoas em processos de *materialização e significação*, em alguns contextos temporais e espaciais, englobando circuitos de produção, circulação e consumo. Ao buscar cartografar trajetórias de móveis artesanais trançados em fibras, relacionei-as a estilos de vida e à agência de atores, em processos de materialização, mediação de valores e de significados.

Os contextos do Brasil (Curitiba) e Itália (Milão) foram recortes espaciais definidos para possibilitar analisar contrastes entre lugares que, apesar da distância geográfica, apresentam aproximações entre: migrações e dinâmica cultural (a exemplo da imigração italiana no Brasil); aspectos técnicos de trançado e estéticos de móveis; atores na área de design (mediante intercâmbios, parcerias e redes institucionais entre centros de pesquisa), entre outras. Também foi um exercício de estranhamento, pois acostumados a passar pelas coisas e deixar de percebê-las, nossos olhos estão treinados para capturar e a mente para registrar e catalogar apenas aquilo que se aproxima de repertórios e esquemas circunscritos em “nosso” mundo, por vezes, ignorando *diferenças* tão importantes em processos de construção do mundo pela *alteridade*.

Os contextos do Brasil (Curitiba) e Itália (Milão), foram Para observar e analisar estes contrastes e aproximações, o caminho metodológico foi fundamental aos rumos da pesquisa. Observações e interações em espaços de produção possibilitaram acessar a *alma*

tangível e intangível do móvel em seu processo de *objetificação*. Incurções pela área da Antropologia do Consumo permitiram-me, mesmo que timidamente, percorrer trilhas e seguir rastros da cultura material em contextos de circulação e consumo, nos quais são articulados e negociados valores que, em certa medida, determinam por quais esferas os móveis circularão e quais estilos de vida poderão vir a significar e materializar.

Contextualizado o campo, no capítulo 1, busquei articular alguns conceitos que situam os móveis artesanais como expressão de culturas, mediadores e constituidores de relações sociais. A opção teórica centrou-se em articular e aproximar as esferas da produção e do consumo que, ainda, são consideradas independentemente em muitos campos. Como apontou Miller⁴¹³, em algumas situações, há relativa cegueira de algumas pessoas que planejam o ambiente construído e objetos, não raro, desconsiderando as consequências, os modos de apropriações e as transformações performatizadas por quem os produz e os usa cotidianamente.

Dentre os conceitos abordados, destaquei: os referentes a processos culturais e identitários; a constituição de territórios ligados à tradição de produção de artefatos artesanais; a concepção de *projeto* como *campo de possibilidades* na constituição de *estilos de vida* e as relações destes com processos de consumo - entendido como prática; e, também, noções para a compreensão de conceitos de meio ambiente e sustentabilidade, em processos de representação da cultura material, mediados por designers.

No capítulo 2, situei os móveis trançados em fibras historicamente, não em tempos cronológicos, mas em narrativas de *temporalidades* sob uma perspectiva relacional e circular. Percebe-se que uma longa temporalidade (permanências da tradição) é atravessada por curtas temporalidades (desvios, como o circuito da moda e novos estilos de vida), caracterizando o móvel trançado em fibras como expressão cultural objetificada, em tempos e espaços cronotópicos. As metamorfoses que sofre, acompanham ritmos de trajetórias sociais, sendo atualizadas. O objetivo foi mostrar como móveis artesanais trançados em fibras circulam por diferentes estilos de vida e regimes de valor, transitando, por exemplo, entre: luxo, simplicidade, tradição, modernidade, interior, exterior, étnico e, contemporaneamente, também

⁴¹³ MILLER, Daniel. Consumo como Cultura Material. Porto Alegre: **Revista Horizontes Antropológicos**, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

sendo relacionado a estilos de vida naturais e a ideais de sustentabilidade.

Neste capítulo, cartografei trajetórias e significados que, mais do que registros, pretenderam mostrar aberturas, para a percepção de que rupturas históricas não representaram “fins”, mas, sim, “(re)começos”. Brechas introduzem móveis em novas trajetórias e os desvelam como “novidades”, adaptando-se alguns elementos, sejam estes: formais, estéticos, materiais e/ou significados. O tempo é dimensão vivida no espaço, relacionalmente, prevendo recontextualizações de artefatos sem, necessariamente, abandonar referências culturais e/ou modos de produção tradicionais.

Com relação às *materialidades*, o capítulo 3 representou um tributo àqueles que abriram portas para que eu pudesse aprender a “lidar” com as fibras, conhecê-las e aproximar-me de um universo tão diverso e, ao mesmo tempo, tão próximo do mundo das fábricas de móveis seriados no qual, como designer de interiores e de produtos, estava acostumada a circular. O fazer artesanal mostrou-se marcado por outros ritmos, outra relação com as coisas, com o mundo do trabalho e com a vida. Espero ter passado o mínimo da sensação de acolhimento que experienciei nesta convivência. Racionalidade e emoção são possíveis de coexistirem neste universo, mesmo que entre tensões e conflitos que emergem em/de relações sociais e de trabalho.

Descrevi algumas matérias-primas, ferramentas e técnicas utilizadas para a fabricação e, paralelamente, narrei relações de trabalho e vivências cotidianas que significam o mundo dos(as) artesãos(ãs) no contexto das fábricas e comunidades. Também apresentei breves considerações sobre a inserção do trabalho de designers e as consequências nas políticas de valorização de móveis artesanais. Foram apontamentos que objetivaram colaborar para futuras ações de designers, mais comprometidas com a valorização do trabalho, de tradições, culturas, identidades, sociedades e territórios.

No capítulo 4, percorri *espacialidades* para cartografar caminhos, formas de visualização, circulação de significados e narrativas sobre móveis artesanais. Dividi a análise em: *espaços físicos*, dentre os quais destaquei: interiores e exteriores domésticos, lojas, vitrinas, feiras e mostras; e *espaços em mídias*, dando relevo a catálogos, *folders* e revistas de decoração (abordados como espaços simulados em duas dimensões). Estes lugares são meios de comunicação que podem acionar trajetórias significativas, promovendo permanências e movimentos, incorporando atributos materiais e imateriais, que

classificam, ativam/desativam os móveis artesanais como mercadorias, em circuitos de circulação e consumo.

A riqueza dos “passeios” por ruas, lojas, vitrinas, mostras e feiras foi perceber como o móvel artesanal trançado em fibras assume características que o configuram como “camaleão” (como alguns interlocutores o definiram), capaz de transformar-se e inserir-se em contextos distintos. De espaços sofisticados a espaços populares, o móvel marca presença e assume identidades múltiplas. Este “ser” ou “não-ser” é questão de sobrevivência, de manter-se atualizado e contextualizado, atendendo a demandas e desejos de consumo e, principalmente, deve-se à opção de artesãos em aderir ou não a estruturas sociais preferenciais, determinantes de projetos e estilos de vida.

A discussão, iniciada nos capítulos anteriores, sobre a esfera da circulação, foi retomada e aprofundada no capítulo 5, para dar relevo ao papel dos mediadores no diálogo entre produção e consumo. Esses podem: acionar, valorizar, (re)significar, (re)afirmar ou transformar políticas de valorização do artesanato. Analisei como palavras e coisas constroem teias de significação do social, circulando representações e associando imagens do móvel artesanal trançado em fibras à natureza, às etnias, à tradição, à modernidade, ao luxo, à sustentabilidade, entre tantos outros enquadramentos possíveis e, em certa medida, legítimos em contextos específicos.

O ponto nodal do paradoxo experimentado foi a tentativa de compreender sinergias entre design, mídias e artesanato, em processos culturais e de valorização de territórios, identidades e trabalho. Esta discussão permeou o capítulo 6. O mundo contemporâneo, marcado pela heterogeneidade de tempos e espaços, (re)configura-se em movimentos que (re)posicionam narrativas sobre si, o outro e as coisas, em relações cosmológicas. Estas narrativas são tensas e conflituosas, posto que os movimentos de modernizar-se, afirmar-se e/ou atualizar-se para inserir-se (ou não) no mundo capitalista, escancaram diferenças, desigualdades, disputas políticas e simbólicas, entre campos do próprio artesanato, que se configura como arena de lutas e negociações. Estes campos foram mapeados como territórios que, ao aproximarem pessoas e revelarem práticas localizadas, constituem-se como possibilidade de organização coletiva para a produção e circulação de artefatos, com identidades e valores potencializados.

Artefatos *são* vistos como o que *revelam ser*, materialmente e/ou discursivamente, na esfera da circulação. Nesta, estabelece-se o diálogo entre produção e consumo, desde que os repertórios

comunicados encontrem ecos e provoquem aderência - simbólica e política - a projetos sociais e/ou individuais. Este movimento potencializa delinear estratégias para (re)compor trajetórias de artefatos, relacionando-as a trajetórias sociais, constituindo-se como um campo de possibilidades diante da fluidez e dinamismo dos dias de hoje.

Nem sempre é possível, ao móvel artesanal, competir com produtos industrializados, quando estes apresentam-se mais viáveis em determinados contextos de consumo, no entanto, há brechas para inserilos no mercado, acionando outras qualidades e relações, que não as de produtos “perfeitos”, em termos de padronização e seriação, que a indústria massiva produz. Nesta perspectiva, aponto o papel de designers como importantes mediadores entre produção e consumo, participando da configuração de alternativas que possibilitem circular artefatos artesanais, respeitando referenciais culturais e propiciando a articulação e o trânsito entre a tradição e a inovação, articulando e dando consistência a novos projetos, aderência a contextos significativos e atender a demandas de consumo.

Minha contribuição, ao mapear o campo com esta pesquisa, objetivou evidenciar trânsitos possíveis de móveis artesanais, em vários contextos, e ressaltar suas qualidades como artefato único, plural e metamorfoseante. Busquei enfatizar que o artesanato pode manifestar-se de diversas maneiras, cada qual, apresentando suas próprias aberturas e limites para interações. O planejamento de sistemas de artefatos e os processos que o envolvem, representado pela “rede de valor” dos móveis de Santa Felicidade, esquematizada na tese, objetiva aproximar dois grupos que foram separados com o advento da revolução industrial e do controle da produção pelo capital: os criadores/produtores e os consumidores. Numa perspectiva de sustentabilidade é fundamental que processos sejam compartilhados entre todos os envolvidos, considerando o design como interface em processos criativos comunitários.

Este novo campo que se abre aos designers, exige capacitação além de aspectos usualmente prescritos por metodologias projetuais mais tradicionais. É preciso iniciativa à análise e compreensão do campo (pela pesquisa de cunho mais antropológico da produção e consumo), permanente atualização e capacidade de gestão da complexidade⁴¹⁴,

⁴¹⁴ No âmbito da complexidade Pizzocaro aponta que as relações oscilam entre movimentos de conexões (ordenamento) e de caos (desordenamento). “Assim sendo, a complexidade somente existe quando ambas estejam presentes: nem a desordem e a ordem perfeita são complexas. O *complexus* é estar entre a ordem e a desordem”. Pizzocaro, Silvia: *Design e complessità*. In:

entendendo esta como uma rede de relações entre sistemas vinculados e interdependentes, no entanto, heterogêneos e distintos. Além das escolhas materiais e de processos relacionados à produção, também é fundamental considerar relações de trabalho envolvidas e significados atribuídos na *produção, circulação e consumo*. Estes convergem para a análise de valores de artefatos e seus arranjos, considerados como espaços privilegiados para valorizar referenciais culturais e/ou transformar estilos de vida.

Este processo, por se desenrolar em uma arena de conflitos e negociações, pode obscurecer e/ou subordinar a potência política, cultural, econômica, bem como significados tecidos na esfera da produção. Há de se considerar fortemente que, se de um lado a produção de móveis artesanais trançados é fruto de manifestações tradicionais (especialmente marcadas na produção), de outro, circula por esferas de consumo permeadas por movimentos capitalistas.

Aproximando o artesanato da indústria, ou melhor, apontando que as empresas que produzem móveis artesanais trançados em fibras são indústrias (com várias características que as definem como tal), mas com afastamentos (devidos a características peculiares do campo), busquei mostrar que a lógica econômica, com base no capitalismo, ao buscar traduzir o artesanato como mercadoria, pode acionar mecanismos, por vezes perversos, como: as relações de trabalho hierárquicas; os atravessadores que exploram; as grandes empresas que “engolem” as menores; e os processos de globalização que deslocalizam e tornam anônimo o trabalho de quem produz. No entanto, há de se considerar o protagonismo de atores envolvidos, que tem a autonomia de decidir as hibridações, inserções, contextualizações e atualizações que podem, querem (ou não), promover em circuitos de produção.

No entanto, há de se considerar o pressuposto que o móvel artesanal, considerado como um sistema “aberto”, apesar de ter certos códigos preferenciais “colados” na produção, na circulação acaba refletindo, representando e refratando contextos diversos, pois, como cultura material, medeiam relações éticas, estéticas, econômicas, culturais e históricas e, ao circularem, constituem-se em espaços de significação, de atuação política e como facilitadores de sociabilidades.

Movimentos sociais podem mudar práticas, mediadas por novos comportamentos, traduzidos em estilos de vida. Estes podem, por exemplo, significar engajamento a ações políticas de consumo, como:

“consumo verde”, “consumo ecológico” e “consumo sustentável”, tornando-se alternativas a novos *projetos* de vida (sejam estes por engajamentos ideológicos, políticos e/ou escolhas afetivas), além de metamorfoses sociais e ambientais possíveis. Os projetos, traduzidos individualmente e afirmados socialmente, são fruto de trajetória histórica coletiva negociada a partir de representações do mundo social.

As pessoas inventam novas designações para afirmar projetos, com “estratégias simbólicas que visam explorar as discordâncias entre o nominal e o real, apropriar-se das palavras para ter as coisas designadas por elas, ou das coisas, na expectativa de obter as palavras que as sancionam”⁴¹⁵. No caso do móvel artesanal, dentre tantas designações e filiações possíveis (étnico, tradicional, camaleão, natural), outra pode ser a do ser “sustentável” ou “ecológico”, o que o aproxima de pessoas que buscam traduzir valores, os materializando por sistemas de objetos.

Esta postura afina-se com a busca de visibilidade que as indústrias, em geral, passaram a adotar principalmente a partir de 1990, desembocando em estratégias para transformar produtos e processos em mediações “sustentáveis”, e comunicar estas mudanças aos usuários. Redes de valor de móveis artesanais trançados em fibras,

As reflexões que fiz na tese, apontam para a relevância de análises de redes de valor de móveis trançados em fibras que, em perspectiva sustentável, configuram-se como alternativas de interação e diálogo entre produção, circulação e consumo, (re)ligando produtos aos territórios e às comunidades que os produzem, de forma responsável, solidária e sustentável. Há, assim, a necessidade de ampliação do repertório discursivo do design sustentável, considerando - além dos materiais, processos, serviços e mudanças de estilos de vida - as relações culturais, históricas e sociais, ou seja, contextualizando ações para não homogeneizar, racionalizar o processo ou desrespeitar diferenças e diversidades.

Rastros de uma linguagem colonizante, historicamente, já abstraíram subjetividades, diversidades e diálogos interculturais, ao postular uma pretensa homogeneidade que rompe com o equilíbrio dinâmico e plural da vida. O diálogo de saberes e os ecos das vozes de comunidades podem gerar novos sentidos de ser no mundo, reconduzindo a ação social por caminhos mais sustentáveis. Para além

⁴¹⁵ BOURDIEU, P. A **Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: EDUSP, 2007, p. 425.

de correntes, definir sustentabilidade⁴¹⁶ e relacioná-la a outras áreas, a exemplo do design, principia por retomar como centrais e fundantes os termos natureza e ecologia⁴¹⁷. O termo “ecologia”, na raiz, define a ciência que estuda as relações entre os seres vivos e o meio em que vivem, com as recíprocas influências e interdependências. Colonizado por uma visão racionalista produzida pelo capitalismo para ajustar-se a ideais globalizantes e homogeneizantes do desenvolvimento e progresso como caminhos de mão única em um sentido evolutivo, em muitos casos, permitiu encobrimento de diversidades e desconsideração dos patrimônios materiais e imateriais locais. Teve seu sentido transformado em mecanismo de legitimação de sistemas totalitários de leitura e interpretação de relações ambientais e humanas, que justificassem a dominação e exploração. A natureza, ao ser “desnaturalizada” e “objetificada”, pode ser subjugada aos princípios desenvolvimentistas. Separada da dimensão humana tem inter-relações, interações e interferências obscurecidas.

Como coloca Enrique Leff, “a racionalidade dominante encobre a complexidade ambiental”⁴¹⁸ e, ao fazê-lo, legitima a destruição, pois afasta natureza e cultura, sujeitos e objetos, totalizando mundos e obscurecendo relações de alteridade. Alteridade, como capacidade de ver o outro na diversidade e pluralidade, promove o respeito e faz compreender nossa mútua constituição e interdependência. Ao se considerar ações voltadas à sustentabilidade, pode-se prever a construção da democracia ambiental, fundada em comunidades, em contextos específicos que transformam modos de conhecimento, em movimentos e mudanças que contribuam para a emancipação e o tecido de sentimentos do “ser no mundo” com harmonia, sentimento de pertencimento e corresponsabilidade.

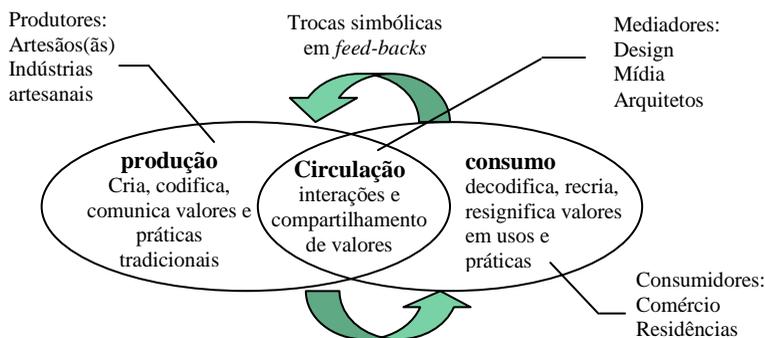
Aproximar produção e consumo, na esfera da circulação, configura-se como fundamental para criar uma positiva cadeia de valor

⁴¹⁶ Lester Brown, no início da década de 1980, definiu comunidades sustentáveis como aquelas que atendem suas necessidades sem comprometer as gerações futuras. Este mesmo conceito moral foi adotado mais tarde para compor o Relatório Brundtland, na questão do “desenvolvimento sustentável” - **Nosso Futuro Comum: Relatório Brundtland**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1990.

⁴¹⁷ Ecologia é uma ciência que estuda os seres vivos, as interações entre estes e o meio ambiente onde vivem. O conceito foi utilizado inicialmente, em 1866, pelo biólogo alemão Ernest Haeckel. A palavra deriva do grego - “oikos” significa casa e “logos” estudo. Estudo de como a terra e seus ecossistemas funcionam. Segundo o dicionário Houaiss (2001), o termo ecologia também prevê o “estudo das relações recíprocas entre o homem e seu meio moral, social, econômico”.

⁴¹⁸ LEFF, Enrique. Discursos sustentables. México: Siglo XXI Editores, 2008, p. 176.

de artefatos, pelo entendimento do artesanato como *processo*, com toda a dinamicidade e riqueza humana envolvida. Para traduzir, comunicar e socializar valores, mais que a tradicional “cadeia de valor” (pautada em conceitos economicistas e em organizações empresariais) hoje se fala em “rede de valores”, que contempla aspectos mediados por valores percebidos de artefatos: sociais, culturais, históricos, funcionais, ambientais, emocionais, éticos e econômicos. Artefatos são criados, materializados e codificados a partir de repertórios preferenciais comuns à esfera da produção; comunicados na esfera da circulação, onde ganham visibilidade e buscam compartilhamento de significados e aderência a projetos que relacionem quem faz e quem usa e; no consumo, materialidades e significados são decodificados e vivenciados em práticas e usos cotidianos, materializando e significando estilos de vida.



Quadro 4: Relações entre produção/circulação/consumo.
Fonte: Autoria própria, 2010.

Esse sistema, representado sucintamente no Quadro 4, é aberto e multidirecional, contempla mútuas interferências, inter-relações e negociações. A mediação do design pode enfatizar valores na interface das esferas da produção e consumo resultando em sistemas de interação e valorização de territórios, saberes, culturas, práticas sociais e ambientais, coerentes com o conceito de sustentabilidade. O designer, sozinho, não é capaz de transformar o mundo, entretanto, pode ser inspirador de muitas mudanças.

Redes de valor podem ser estruturadas de forma a estabelecer relações solidárias, coletivas e localmente instituídas, por atores que se relacionam e que “por meio de encontros e desencontros e do exercício

de debates e acordos, busca-se tacitamente a readaptação às novas formas de existência”⁴¹⁹.

Considerando a necessidade de maior compromisso com as “coisas do mundo” e com a “vida em comum”, ressalto que consumo sustentável não se trata só de consumir menos, aderir a estilos de vida ecológicos ou desmaterializar o consumo, mas de projetar um modo de alcançar uma melhor qualidade de vida para todos, sem prejudicar relações ecológicas do planeta⁴²⁰. A aproximação de estilos de vida mais ligados à natureza e à vida coletiva, pode traduzir-se como nova oportunidade para o artesanato. O fato de utilizar tradicionais técnicas de trançado, fibras naturais e representar práticas culturais de comunidades, possibilita comunicar produtos ressonantes a mercados e consumidores que, cada vez mais, valorizam atitudes “ecologicamente corretas” e o valor cultural e simbólico de artefatos.

Trajetórias, rotas e desvios, em contextos distintos, revelam aspectos importantes para pensar em como ocorrem transformações em materialidades, e como são acionados mecanismos de ativação e desativação de sentidos e representações que inserem móveis artesanais em diversos regimes de valor. Em textos de mídias e em narrativas de interlocutores(as), percebi ser recorrente acionar valores colados a determinadas categorias, que configuraram móveis em fibras como sistemas para: aconchegar, ostentar, repousar, combinar, consumir, inovar e sustentar culturas, memórias e histórias. Esse trânsito explicita a plasticidade e adaptabilidade a contextos e trajetórias. Os móveis artesanais em fibras, que ora obscurecem frente aos “mágicos” objetos “perfeitos” - produzidos em plástico injetado, acrílico ou metal, gerados por complexos processos computadorizados - ora sobressaem como objetos únicos, “imperfeitos”, depoimentos de vida e histórias de pessoas e sociedades.

Diante destas considerações e do “barro pisado”, amassado, modelado, ecoam, ainda, perguntas sobre a tese: o que fica como obra (inacabada), o que será retomado e o que será atirado fora? Será que as palavras conseguiram designar as coisas que foram vistas, pensadas, sentidas com tamanha intensidade? A sensação é que ainda há tanto a fazer, a dizer e a mostrar, que a pesquisa não passou do esboço de um começo – a ponta de um fio do novelo mal enrolado da vida. Dentre as

⁴¹⁹ SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. São Paulo: Record, 2000, p. 111.

⁴²⁰ De acordo com premissas da United Nations Environment Programme (UNEP). Disponível em: <http://www.unep.org>. Acesso em 20 ago. 2010.

lacunas, que ficam para pesquisas futuras, e como sugestão para outros projetos, aponto:

- Sistematizar o inventário de coleções de móveis de fábricas de Curitiba, com descrição de peças, processos produtivos, técnicas, materiais e estéticas.
- Partindo do mapa de atores e de redes de valor, avaliar quais são os “gargalos” que podem interferir em circuitos de produção e distribuição de matérias-primas e artefatos.
- Cartografar toda a trajetória - da criação, passando pela produção, circulação, ao consumo - de móveis que atendam requisitos que possam certificá-lo como sustentável. Seguir os passos sugeridos pelas ferramentas do *System Design Oriented* (SDO), incrementando o instrumento para torná-lo referencial na certificação de produtos sustentáveis.
- Aprofundar análises sobre relações de gênero percebidas no cotidiano de indústrias de móveis artesanais em fibras.
- Realizar etnografias de consumo com a finalidade de mapear: quem compra móveis em fibras; o que determina escolhas; onde compra; e compreender melhor relações de uso.
- Fazer uma análise de aproximações estéticas e produtivas entre as fábricas de móveis artesanais em fibras do Brasil e Itália.
- Analisar vitrinas e ruas de Curitiba, onde são mostrados móveis em fibras, para estabelecer contrastes com análises feitas em lojas de Milão.
- Analisar qual a eficácia de estratégias de circulação de móveis artesanais em fibras, em mídias impressas e digitais.

Espero que este princípio, que esbocei na tese, seja inspirador (ou, ao menos, instigador de controvérsias) de outras obras, quem sabe mais precisas, concisas e com maior alcance. Também, ao revelar uma fragmentária cartografia do que representou e representa a tradição e a história do móvel artesanal trançado em fibras, para comunidades e culturas, busco motivar designers, e outros profissionais que interagem com o artesanato, a planejar ações de forma comprometida e justa para com os atores/autores, envolvidos em redes de valor.

Há de se ler, nas entrelinhas das tramas desses móveis e suas trajetórias sociais, nas marcas das mãos de quem os fez, nos imaginários de quem os deseja e nas *performances* de quem os usa, quais seriam os caminhos possíveis ou, quais “utopias” poderiam ser sonhadas e concretizadas (na medida em que uma utopia pode ser alcançada) como possibilidades para os móveis artesanais trançados em fibras

materializem ideais de sustentabilidade, promovam territórios, como o de Santa Felicidade, como polos moveleiros artesanais em fibras, preservando práticas e saberes, gerando trabalho e renda. Entre brechas discursivas configura-se possível produzir “novos conhecimentos, saberes e estratégias que permitam transitar em direção de um futuro sustentável”⁴²¹, construindo novos processos, embasados em diversidades culturais locais.

Concordando com Octavio Paz⁴²², para quem “o artesanato nos ensina a morrer e, assim, nos ensina a viver”, ao fechar esta etapa de pesquisa, morro um pouco. No entanto, fica uma vontade imensa de renascer, retomar o trabalho com o artesanato que, mais do que objeto de pesquisa, tornou-se paixão e “bandeira”.

Os pequenos movimentos que fiz, materializados nesta “coleção de palavras”, buscam ecos e conexões para tentar encontrar brechas e outros sonhadores, que permitam construir esta utopia em conjunto. As gotas de otimismo do texto parecem representar pouco diante do oceano que constitui o conflituoso estar no mundo contemporâneo. No entanto, como pregava Madre Tereza de Calcutá, “sem ela o oceano será menor” e, como “não posso fazer tudo, não me recusarei a fazer o pouco que posso”. Se, a esta gota se somarem outras, o oceano ficará maior e a coleção de palavras poderá transformar-se em ação e conjugar metamorfoses do tecido social.

⁴²¹ LEFF, Enrique. **Discursos sustentables**. México: Siglo XXI Editores, 2008, p. 15.

⁴²² PAZ, Octavio. **O Uso e a Contemplação**. São Paulo: Editora Cultura e Ação, Revista Raiz n. 3, 2006.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Rubem. **A Cozinha**. Disponível em: <http://www.rubemalves.com.br/cozinha.htm>. Acesso em: 02 dez.2010.
- APPADURAI, A. **A Vida Social das Coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EdUFF, 2008.
- _____. *Disjuncture and difference in the global cultural economy*. In: Featherstone, M. (org.). **Global Culture**. Londres, Sage Publications, 1990: 295-310.
- ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- BHABHA, Homi. **O Local da cultura**. Belo Horizonte: EDUFMG, 2007.
- BAKHTIN, M. M. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- _____. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1995.
- _____. **Questões de Literatura e de estética**: A teoria do romance. São Paulo: Hucitec, 2002.
- BALHANA, Altiva. **Santa Felicidade**: um processo de assimilação. Curitiba: João Haupt, 1958
- _____. **Un Mazzolino dei Fiori**. Curitiba: Imprensa Oficial, 2003.
- _____. **História do Paraná**. Curitiba: Grafipar, 1969.
- BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos Objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Lisboa: Edições 70, 1981.
- _____. **O óbvio e o Obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- _____. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Berthrand, 1993.
- _____. **Rhétorique de l'image**. Communications, n. 4, novembre, 1964.
- BELL, David; HOLLOWS, Joane. **Historicizing lifestyle**: mediating taste, consumption and identity from the 1900s to 1970s. England: Ashgate Publishing Limited, 2006.

BENJAMIN, Walter. *A Obra de Arte na Época de suas Técnicas de Reprodução*. In: **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP, 2007.

_____. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand, Brasil, 2003.

BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade: lembranças dos velhos**. São Paulo: T.A. Queiroz, Editora da Universidade de São Paulo, 1987.

BURKE, Peter. **Testemunha Ocular: história e imagem**. São Paulo: EDUSC, 2004.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CALVINO, Italo. **Coleção de areia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

_____. **As Cidades Invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

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

_____. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

CAPRA, Frijof. *Alfabetização ecológica: o desafio para a educação do século XXI*. In: Trigueiro, André (org.). **Meio Ambiente no Século XXI**. Campinas: Armazém do Ipê, 2005.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e Artefato: O Sistema Doméstico na Perspectiva da Cultura Material – São Paulo, 1870-1920**. São Paulo: Edusp/ Fapesp, 2008.

CARNEIRO, David. **As Artes e o Artesanato no Paraná**. Conferência realizada a 31 de janeiro de 1953, por ocasião do encerramento do primeiro seminário de Geografia e História do Paraná, no Instituto de Educação em Curitiba. Curitiba, 1955.

CHARTIER, Roger. *Do livro à leitura*. In: Chartier, Roger (org.). **Práticas da Leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil: Mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2004.

CORRÊA, Ronaldo O. **Narrativas sobre o processo de modernizar-se: uma investigação sobre a economia política e simbólica do artesanato recente em Florianópolis, Santa Catarina, BR**. Tese: Doutorado do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas: UFSC, 2008.

CRESTO, Lindsay. **A Re-significação da Relação entre Design e Tecnologia na Obra dos Irmãos Campana**. Dissertação de Mestrado: programa de Pós-graduação em Tecnologia. Curitiba: UTFPR, 2009.

DAL LAGO, Gabriella. **Un materiale nei secoli**. Udine: Stampa Tonutti Techniche Grafiche, 1982.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1984.

DE MORAES, D., KRUCKEN, L. **Design e sustentabilidade**. Coleção Cadernos de Estudos Avançados em Design, Belo Horizonte: EdUEMG, 2009. Disponível para download: www.tcdesign.uemb.br.

DERRIDA, Jacques. **El Monolingüismo del Otro**. Buenos Aires: Ediciones Manantial, 1997.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Images Malgré Tout**. Paris: lês Éditions de Minuit, 2003.

DORFLES, Gillo. **O design industrial e sua estética**. Portugal: Editorial Presença, 1978.

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico**. Campinas: Papirus, 1993.

FAJANS, Jane. **Açaí: From the Amazon to the World**. *Paper* apresentado na Universidade Federal de Santa Catarina, out. 2007.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem e Diálogo: as idéias lingüísticas do círculo de Bakhtin**. Paraná: Criar Edições, 2003.

FERNANDES, Loureiro. **Indústrias Locais**. In: Zulmara C. S. Posse (org.). **A Arte das Tradições Populares**. Curitiba: Editora UFPR, 1996.

FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FURTADO, Maria Regina. **Desvendando o artesanato: uma contribuição do Programa do Artesanato Paranaense – PAP**. Curitiba:

Secretaria de Estado e Ação Social/ Secretaria de Estado da Cultura, 1994.

FRY, T. *Ecodesign, sustentabilidade e desenvolvimento*. In: **Catálogo Prêmio ecodesign**. São Paulo: FIESP/CIESP; Centro São Paulo Design, 2003.

GOIDANICH, M. E. **Preocupação ambiental no supermercado**: como se comportam e o que pensam mulheres de camadas médias de Florianópolis. V ENNPPAS, Florianópolis, 2010.

GOFFMAN, Erving. *A Elaboração da Face*: uma análise dos elementos rituais na interação social. In: FIGUEIRA, Sérvulo (org.). **Psicanálise e Ciências Sociais**. Rio de Janeiro, Editora Francisco Alves, 1980, pp 76-114.

GUIMARÃES, Ana Lucia dos Santos Verdasca. **Design, Sociedade e Cultura**: significados dos arranjos espaciais e dos objetos em interiores domésticos. Tese de Doutorado do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas: UFSC, 2007.

GUIVANT, Julia S. **Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos**: apelando ao estilo de vida *ego-trip*. Ambiente & Sociedade – Vol. VI n°. 2 jul./dez. 2003.

HALL, Stuart. *Codificação/Decodificação*. In: **Da Diáspora**: Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HESKETT, John. **Desenho Industrial**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

IANNI, Octavio. **Raças e Classes Sociais no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

KOPYTOFF, Igor. **A Biografia Cultural das coisas**: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, A. *A Vida Social das Coisas*: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EdUFF, 2008.

Krucken, Lia. **Design e Território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Editora Nobel, 2009.

LAGO, Mara. **Modos de vida e identidade**: Sujeitos no processo de urbanização da Ilha de Santa Catarina. Florianópolis: Ed. UFSC, 1996.

LEFF, Enrique. **Discursos sustentables**. México: Siglo XXI Editores, 2008.

- LEITE, Miriam Moreira. *A fotografia e as Ciências Humanas*. In: **Retratos de Família**. São Paulo: Edusp, 1983.
- LUCIE-SMITH, Edward. **Furniture: A Concise History**. London: Thames & Hudson, 1997.
- LUPION, Marina Ribas. **Vime: da lavoura ao produto final**. Curitiba: SENAR – PR, 2005.
- MALUF, M. e MOTT, M.L. *Recônditos do Mundo Feminino*. In: Sevcenko, Nicolau. **História da Vida Privada no Brasil 3**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. pp. 367 - 423.
- MANZINI, Ezio / VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de Produtos Sustentáveis**. Os Requisitos Ambientais dos Produtos Industriais. São Paulo: EDUSP, 2002.
- MANZINI, E.; JEGOU, F; MERONI, A. *The Design Plan: a tool for organizing the design activities oriented to generate sustainable solutions*. Amsterdam: **Conference Proceedings of sustainable Product-Service Systems**, 2003.
- MARINS, Paulo César. *Habitação e vizinhança*. In: SEVCENKO (org.). **História da Vida Privada no Brasil 3**. São Paulo: Cia. das Letras, 1998.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- MATOS, Sônia Missagia de. **Artefatos de gênero na arte do barro: masculinidades e femininidades**. Revista de Estudos Feministas. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, ano 9, segundo semestre de 2001, pp. 56-80.
- MAUSS, Marcel. **As Técnicas do Corpo**. Extraído do Journal de Psychologie. v. 32, n. 3, 1935.
- MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.
- MENDES, Mariuze D. **A Fragmentária História da Fábrica de Móveis Martinho Schulz: tradição e modernidade na produção artesanal com fibras de Curitiba**. Dissertação de Mestrado defendida no PPGTE. Curitiba: UTFPR, 2005. Disponível em:

<http://www.ppgte.ct.utfpr.edu.br/sites/default/files/dissertacoes/2005/184.pdf>

MENDES, M.; Medeiros, J. **Design e Comunidades**: reflexões sobre uma aproximação mediada pelo trabalho artesanal. Curitiba: Anais P&D, 2006. Disponível em: <http://www.design.ufpr.br/ped2006/home.htm>. Acesso em: 12 nov. 2010

MILLER, Daniel. **Stuff**. Cambridge: Polity Press, 2010

_____. **Material culture and mass consumption**. Oxford: Blackwell, 1987

NADALIN, Sérgio Odilon. **Paraná**: ocupação do território, população e imigrações. Curitiba: SEED, 2001.

NASCIMENTO, Marilzete B. **Aspectos Técnicos e Sociais Para a Sustentabilidade da Produção e Artesanato do Vime**. Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Engenharia Florestal do Setor de Ciências Agrárias da Universidade Federal do Paraná, 2009.

NOVELO, Victoria. org. **La capacitación de artesanos en México**, una revision. México: Plaza y Valdés, 2003.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Vitrinas**: acidentes estéticos na cotidianidade. São Paulo: EDUC, 1997.

ONO, Maristela M. **Design e cultura**: sintonia essencial. Curitiba: Edição da autora, 2006.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

OSTROWER, Fayga. **Universos da Arte**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

PARMEGANI, Carlo-Tomazo. **Spirito Mobili**: Piero Gervasoni. Udine: Litto immagine, 2009

PATERSON, Mark. **Consumption and Everyday Life**. Great Britain: Routledge, 2006.

PAZ, Octavio. **O Uso e a Contemplação**. São Paulo: Editora Cultura e Ação, Revista Raiz n. 3, 2006, p. 82-89.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **Exposições Universais**: espetáculos da modernidade do século XIX. São Paulo: Hucitec, 1997.

REDE, Marcelo. **Estudos de Cultura Material**: uma vertente francesa. In: São Paulo: Anais do Museu Paulista. v.8/9, 2003. pp. 281-291

RIAL, Carmen. **Das casas de antigamente à casa decorada**. Revista Ciência Hoje, 1992.

_____. **Guerra de imagens**: o 11 de setembro na mídia. In: Antropologia em Primeira Mão. Florianópolis: PPGAS, 2003, pp. 1 a 19.

_____. **Auto-construção**: estudo de caso entre um grupo de classe média. Florianópolis: PPGAS, UFSC, 1984.

_____. *Mídia e sexualidades: breve panorama dos estudos de mídia*. In: GROSSI, Miriam Pillar; BECKER, Simone; LOSSO, Juliana Cavilha M.; PORTO, Rozeli Maria; MULLER, Rita de Cássia F. (orgs). **Movimentos sociais, educação e sexualidades**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

_____. Publicidade e etnia no Brasil. In: PINHO, José Benedito (org.). **Trajetória e questões contemporâneas da publicidade brasileira**. 2. ed. São Paulo: Intercom, 1998.

_____. **Dez anos depois, revisitando “Japonês está para TV assim como mulatos para cerveja”**: estereótipos raciais e étnicos na publicidade brasileira. In: Wolff, Cristina Scheibe; Fáveri, Marlene; Ramos, Tânia Regina Oliveira (orgs). *Leituras em Rede: gênero e preconceito*. Florianópolis: Mulheres, 2007, pp. 429-456.

SAMAIN, Etienne. (org.). **O Fotográfico**. São Paulo: Hucitec, 1998.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **O Design Pop no Brasil dos anos 1970**: domesticidades e relações de gênero na Revista Casa & Jardim; Tese de Doutorado do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas: UFSC, 2010.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. **Móvel Moderno no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: Editora da Universidade de São Paulo, 1995.

SANTAELLA, Lucia. e NÖTH, Winfried. **A Imagem**: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 1999.

SANTOS, José L. **O que é Cultura**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996.

SARAMAGO, José. **A Caverna**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SAUVÈ, Lucie. *Uma cartografia das correntes em educação ambiental*. In: Sato, M. e Carvalho, I. (orgs.). **Educação Ambiental: pesquisa e desafios**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

SCHAPOCHNICK, Nelson. *Cartões-postais, álbuns de família e ícones da intimidade*. In: SEVCENKO, Nicolau. (org.). **História da Vida Privada no Brasil. República: da Belle Époque à Era do Rádio**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, pp. 423 a 513.

SEVCENKO, Nicolau. (org.). **História da Vida Privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SIMMEL, G. **The Philosophy of Money**. London: Routledge, 1979.

SHULMANN, Denis. **O Desenho Industrial**. São Paulo: Papyrus, 1994.

SLATER, Don. **Cultura do Consumo e Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SONTAG, Susan. **On photography**. New York, Farrar, Straus and Giroux, 1977.

STALLYBRASS, Peter. **O Casaco de Marx: roupas, memória, dor**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

THOMPSON, E.P. **Costumes em Comum: Estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

URRY, John. **The Tourist Gaze**. London: Sage, 2002.

VELHO, Gilberto. **Projeto e Metamorfose: antropologia das sociedades complexas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. **Individualismo e Cultura**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987.

VERÍSSIMO, Francisco Salvador & Bittar, William Seba Mallmann. **500 Anos da Casa no Brasil**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.

VEZZOLI, Carlo. **System Design for Sustainability**. Italy: Maggioli Editore, 2007.

_____. **Design de Sistemas para a Sustentabilidade**. Salvador: EDUFBA, 2010.

Sites:

Anais P&D, 2006. Disponível em: <http://www.design.ufpr.br/ped2006/home.htm> - eixo temático Design Social. Acesso em: 12 nov. 2010.

Revista Sebrae n° 5, julho/agosto 2002.

Site: <http://www.bambudesign.it/>. Acesso em nov. 2010.

WBCSD (Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável), a ecoeficiência é uma estratégia de gerenciamento que cria maior valor com menor impacto, menor poluição e com menor utilização de recursos ambientais. Disponível em: <http://www.wbcdsd.com>). Acesso em: 31 mar. 2007.

Nosso Futuro Comum: Relatório Brundtland. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1990.

Oficina Nômade: www.oficinanomade.com.br. Acesso em: 02 dez. 2010.

UNEP - United Nations Environment Programme. Fonte: <http://www.unep.org>. Acesso em agosto de 2010.

Um breve histórico e especificações técnicas do material podem ser acessados no site: <http://www.formica.com>

<http://www.lens.polimi.it> - tools.

<http://www.cni.org.br/portal/data/pages/FF80808121C7C7500121D3230ED127D0.htm>. Acesso em: 23 set. 2010.

http://www.bienalbrasileiradedesign.com.br/bienal2010/?page_id=90. Acesso em: 20, set. de 2010.

www.ikea.com.

http://www.ikea.com/ms/it_IT/the_ikea_story/people_and_the_environment/ikea_social_initiative.html. Acesso em set. 2010.

www.oficinanomade.com.br. Acesso em: 02 dez. 2010.

<http://www.casacor.com.br/acasa/acasa.htm>. Acesso em 06 jun. 2010.

<http://www.unisol.org.br/site/home.asp>. Acesso em: 25 jul 2010.

Mon Oncle. Jacques Tati: França 1958.

MACHADO, Deonilda, presidente do CNARTS. Depoimento disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/noticia>. Acesso em: 09 set. 2009.

GONÇALVES, Isabel, membro da diretoria do CNARTS. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/noticia>. Acesso em: 09 set. 2009.

Entrevistas:

BRANDÃO, Bernadete, entrevista concedida à autora em Curitiba, jul. e out. 2009.

DAL BEN, Mirco. Entrevista concedida à autora em Milão, 28 nov. 2009.

DAL PRÁ, Domenico. Entrevista concedida à autora, em Mason Vicentino, jan. 2010.

DESERTI, Alessandro. Entrevista concedida à autora em Milão, jan. 2010

FERRO, Adarcísio, entrevista concedida à autora em Curitiba, fev. 2005 e 2008.

KARAN, Rodrigo. Entrevista concedida a Ana Staben em Curitiba, 2004

MEISSNER, Erico. Entrevista concedida à autora em Itapoá, abr. e jun. 2005.

NORONHA, Aparecido. Entrevista concedida à autora em Curitiba, abr. 2005 e out. 2008.

PROSERPIO, Carlo. Entrevista concedida à autora em Milão, dez. 2009.

SIDONA, Anna. Entrevista concedida à autora em Milão, fev. 2010.

STIVAL, Emilene. Entrevista concedida à autora em Curitiba, jun. 2009.

STIVAL, Eromir. Entrevistas concedidas à autora, em Curitiba, jun. 2004 e set. 2009.

TÚLIO, Armando. Entrevistas concedidas à autora em Curitiba, out. 2005, out. 2008 e ago. 2009.

TÚLIO, Estela. Entrevista concedida à autora em Curitiba, abr. 2005.

TÚLIO, Silvano. Entrevista concedida à autora em Curitiba, abr. 2005.

ULLMANN, Christian: Entrevista concedida à autora em Curitiba, mar. 2010.

ZANNOTI, Izair. Entrevista concedida à autora em Curitiba, 2005.

Fontes de Imagens e informações:

Anuário Propagandista ‘Sul do Brasil’. Curitiba: Herbert van Erven, 1932, 1933, 1934, 1935, 1936, 1937.

Livro Azul da Cidade de Curitiba. Curitiba: Max Roesner & Filhos Ltda, 1936, 1937, 1938, 1939, 1940, 1942, 1943.

Ilustração Paranaense. Curitiba: J.B.Groff, 1933.

Indicador Comercial Paranaense. Curitiba: J. Pereira de Moraes, 1933.

Folhinha Propagandista ‘Sul do Brasil’. Curitiba: Herbert van Erven, 1930, 1932.

Monitor Commercial. Curitiba: Associação Commercial do Paraná, 1937.

Revista Interiores: ideas e tendencias. Barcelona: Prisma Publicaciones, ano 9, número 21, jul.2008.

Revista Burda: Vivere la Casa. Milano: Edizioni Raffi, set.2007, p. 73.

Revista Casa Claudia. São Paulo: Editora Abril, 1998 a 2010.

Moroso. Disponível em: <http://www.moroso.it/>. Acesso em: nov. 2010.

Revista Casa Claudia. Disponível em: <http://casa.abril.com.br/coberturas/feiras-eventos>. Acesso: 26 jul. 2010.

Alotof. Disponível em: <http://alotofdesigngroup.wordpress.com/about/>. Acesso em: 27 jul 2010.

Museu A Casa. Disponível em: http://www.acasa.org.br/arquivo_objeto.php. Acesso em: out. 2010.

Msc cruzeiros. Disponível em:

<http://www.msccruzeiros.com.br/multimedia>. Acesso em: dez. 2010.

Jollygiunco. Disponível em: www.jollygiunco.it. Acesso em: nov. 2010.

Revista Sebrae nº 5, julho/agosto 2002.

APÊNDICE

Breve apresentação dos artesãos entrevistados.

Entrevistados	Profissão
FERRO, Adarcísio 	Artesão. Um dos primeiros funcionários contratados por Móveis Túlio. Atual professor de trançado e arteção autônomo.
MEISSNER, Erico 	Administrador. Sócio-proprietário de Móveis Martinho Schulz.
NORONHA, Aparecido 	Artesão. Antigo funcionário de Móveis Túlio e atual proprietário da Raffinato.
PEREIRA, Antônio 	Artesão. Antigo funcionário de Móveis Schulz. Atual funcionário de GS Móveis, trabalha com trançado de móveis.
STIVAL, Eromir 	Artesão. Proprietário da Movime.

TÚLIO, Armando		Artesão / Administrador. Atual proprietário de Móveis Túlio.
TÚLIO, Silvano		Artesão / Administrador. Um dos antigos proprietários de Móveis Túlio.
ZANOTTI, Izair		Artesão. Antigo funcionário de Móveis Schulz. Hoje tem uma fábrica de varões de madeira para cortinas.

Armando Túlio

O apresento como representante da família Túlio, pioneira no setor de móveis em fibras de Santa Felicidade. Herdou de seu pai o ofício de artesão, compartilhando durante muitos anos a administração de Móveis Túlio com seus irmãos, Silvano e Algacir. A fábrica já teve quase cem funcionários e, atualmente, resiste com seis artesãos que executam todo o trabalho. Recebeu-me em seu “refúgio”, como chama sua chácara, onde guarda lembranças de outras épocas, como os carroções, maquinários que eram usados para beneficiar vime, móveis e objetos antigos, além de garrafas do último vinho que produziu com seu pai, há quase 50 anos, que, generosamente, compartilhou com minha família. Pequenos detalhes que demonstram o valor que dá à cultura material, às práticas que herdou dos ancestrais e que, principalmente, revelaram como artefatos e práticas se relacionam, recompondo memórias e histórias. Nesta chácara, planta o vime para experiências genéticas e “lida” com animais para “fugir da rotina urbana”, já que, como afirma, “o dia-a-dia na cidade é estressante demais”.

Adarcísio Ferro

Um dos primeiros funcionários a trabalhar com os “Túlio”, na antiga fábrica Móveis Túlio. Um dos artesãos mais habilidosos e experientes da região, hoje tem sua própria “fabriqueta”, prestando serviços a indústrias maiores, como a Raffinato e Movime. O Sr Adarcísio, ou “Darci”, como prefere ser chamado, é um profundo conhecedor de técnicas de colheita, preparo e trançado do vime, tendo trabalhado para a “Fundação Cultural de Curitiba” como instrutor de cestaria. Acredita que, se o governo incentivasse mais, poderia repassar este conhecimento para muitos jovens, que, com o devido estímulo e apoio, continuariam a tradição, além de ser uma forma de gerar novas oportunidades de trabalho e inserir socialmente pessoas que não encontram mais os tradicionais empregos “com carteira assinada”. Recebeu-me em sua residência, compartilhando as memórias sobre o início da produção moveleira artesanal e os significados do artesanato e das fibras para a comunidade. Contou histórias sobre as tradições, emocionando-se, às lágrimas, ao rememorar a época difícil que foi o começo da produção em Santa Felicidade. Com ele tive aulas de trançado, aprendendo algumas tramas e princípios do trabalho com o vime.

Eromir Stival (“Romi”).

Descendente de italianos vindos do Vêneto no final do século XIX. Trabalhou com o tio- Geraldo Stival, um dos pioneiros da produção de cestaria em Santa Felicidade, na fábrica de Móveis Stival. Por volta do final da década de 1960, fundou uma empresa própria, hoje conhecida como Movime –apresentada em detalhes na tese. Abriu as portas para que meus alunos de Design, em inúmeras visitas técnicas, pudessem conhecer o cotidiano de uma indústria artesanal que produz móveis em fibras naturais e sintéticas. Conversas, entrevistas e etnografias na fábrica, permitiram reunir dados sobre a Movime, uma das indústrias pioneiras em Curitiba e que está há mais tempo mantendo a tradição familiar de trançado. Foi também uma das primeiras a inserir princípios de sustentabilidade e interações de design na criação de produtos e sistemas, o que mudou seu relacionamento com o mercado e consumidores.

Erico Meissner

Descendente de alemães que vieram para o Brasil depois da primeira guerra mundial, um dos proprietários da Móveis Schulz, atualmente vive em Itapoá, no litoral de Santa Catarina, tendo abandonado o ramo artesanal há mais de 30 anos. Definido como “enérgico” e “exigente” pelos seus funcionários, instalou na Móveis Schulz equipamentos e máquinas modernas, na década de 1950, e criou um sistema de trabalho e controle de qualidade aos moldes da produção fordista. Forneceu declarações importantes, apesar de renegar totalmente o passado envolvendo o artesanato, guardando uma mágoa muito grande desta época, principalmente, pela falta de incentivo do governo para levar adiante o empreendimento.

Aparecido Noronha (“Cido”).

É um dos proprietários da *Raffinato*. Trabalhou desde os 12 anos nos *Móveis Túlio* - pioneiros neste ramo - atribuindo a eles seu aprendizado das técnicas de trançado e acabamento dos produtos. Enaltece sua origem humilde e orgulha-se de ter uma fábrica com quase cem funcionários hoje. Empreendedor, fez parcerias com outros empresários para formar uma rede de comercialização de produtos. Afirma que, assim, se o móvel artesanal não está vendendo muito, pode “segurar as pontas” com os outros móveis e, assim, não “quebra”. Conhecedor das técnicas de trançado, não abandona o trabalho de artesão. Fez uma parceria informal com a Universidade Tecnológica Federal do Paraná, na qual lecionou, para produzir os móveis que os alunos projetaram na disciplina de Projeto Móveis Artesanais e dar orientações para a viabilidade produtiva dos mesmos.

Breve apresentação de designers entrevistados e/ou citados

Bernadete Brandão



A *ecodesigner* Bernadete Brandão formou-se em Design pela Universidade Federal do Paraná (1984). Especialista em Administração Estratégica e trainer em Psicoterapia em Biossíntese [IBB]. É coordenadora técnico-pedagógica da formação em *ecodesign* da Unindus/Fiep PR e diretora do escritório UIA ECO DESIGN – Consultoria e Projetos. Facilitadora do Núcleo Transdisciplinar de Soluções em Sustentabilidade (NUTRASS) e Consultora do Ministério da Integração/FAO para desenvolvimento regional e sustentável de comunidades. Professora da pós-graduação em Design e Gestão de Móveis – UTFPR. Foi empresária por 10 anos no setor de marcenaria e atuou para o segmento industrial de móveis desde 1994. Autora de várias patentes e inovações em produtos, tem a sua própria coleção de produtos ‘eco’(disponível para venda direta), além de produção em parceria ética e sustentável com empresas e comunidades. Participou de diversas premiações e Mostras de Design, inclusive na Europa, premiada no prêmio Nacional de Ecodesign pelo CSPD/FIESP – 2002.

Bernadete é amiga, parceira de ideais em ações em design e artesanato, especialmente em trabalhos com comunidades de artesãos. Sua maior preocupação é com a questão da sustentabilidade, entendendo esta de forma ampliada – além de aspectos ambientais, tem comprometimento com questões sociais, culturais e éticas.

Christian Ullmann



Desenhista industrial formado na faculdade de arquitetura, design e urbanismo da universidade de Buenos Aires – Argentina. Radicado no Brasil desde a década de 1990. Especialista em design para a sustentabilidade e no projeto de produtos e sistemas utilizando recursos naturais, de forma participativa, envolvendo comunidades e saberes tradicionais. Coordena a “Oficina Nômade”⁴²³, que tem como desafio o desenvolvimento local e a melhoria da qualidade de vida de artesãos. Foi premiado por seu trabalho, no Brasil e internacionalmente. Também planeja e organiza mostras, eventos e concursos que valorizem a interação do design e artesanato, a exemplo da curadoria da mostra Design & Natureza (em sua 6ª edição). Coordenador do NIDA - Núcleo de Inovação e Design em Artesanato do Programa Via Design do SEBRAE SP. Christian é articulador de ações que incluam comunidades em projetos de design, sempre buscando favorecer o processo de comércio justo, ou seja, dando valor a quem produz o artesanato.

⁴²³ Site: www.oficinanomade.com.br. Acesso em: set. 2009.

Carlo Vezzoli

Co-orientador de minha pesquisa na Itália, financiada pela Capes. Pesquisador e professor do Politecnico di Milano. Responsável por produtos, serviços e sistemas (PSS) no Politecnico di Milano, Itália, professor de Environmental Requirement of the Industrial Product (Life Cycle Design) da Faculdade de Design do Politecnico di Milano University e membro do corpo docente do Mestrado em Design Estratégico. Coordena várias pesquisas nacionais e internacionais e a rede mundial Learning Network on Sustainability (LeNS), um espaço virtual (e presencial) de pesquisa e difusão de ações em sustentabilidade. No Politecnico di Milano, é o diretor do DIS (Unidade de Investigação em Design e Inovação para a Sustentabilidade Ambiental) e diretor do RAPI.LABO (Laboratório Ambiental de produto industrial, com base no departamento de Design Industrial). Gentilmente, em meu doutorado-sanduíche em Milão, oportunizou participar do cotidiano de pesquisa e trabalho da unidade de pesquisa que dirige. Durante o período em que participei das pesquisas, traduzi para o português uma ferramenta que o grupo do DIS desenvolveu para avaliar o impacto ambiental, social e econômico de produtos (SDO toolkit) e auxiliei na tradução e revisão técnica do seu mais recente livro “Design de Sistemas Sustentáveis”, lançado no Brasil em novembro de 2010.

Carlo Proserpio

Formado em desenho industrial no Politécnico de Milão. Seu trabalho é focado no desenvolvimento de estratégias para a integração de requisitos ambientais no desenvolvimento de produtos e serviços ambientalmente sustentáveis. Os principais campos de pesquisa são: Projeto do Ciclo de vida de produtos (Life Cycle Design); métodos de avaliação do impacto ambiental de produtos industriais (Life Cycle Assessment). Desde 2003 trabalha no laboratório de requisitos ambientais para produtos industriais (RAPI.labo) e a Politeca (centro de conhecimento em design). Em meu doutorado sanduíche abri as portas da Politeca para pesquisas de material bibliográfico e arquivos de tecnologias de materiais aplicados a produtos. Desenvolve projetos em parceria com o SENAC São Paulo, no desenvolvimento de produtos.

Ezio Manzini

Professor de desenho industrial no Politécnico de Milão. Diretor da unidade de pesquisa DIS (Design e Inovação para a sustentabilidade).

Coordenador do doutorado em desenho industrial e comunicação multimídia. Seu trabalho é focado nos seguintes temas: Inovação de sistemas de produção e consumo, particularmente, em estratégias entre políticas ambientais, sociais e projeto de produtos; Inovação social e design estratégico como motores para novas formas de desenvolvimento local sustentável.

Alessandro Deserti



Professor de Desenho Industrial, na Faculdade de design do Politecnico di Milano. Organiza e gestiona ações para o desenvolvimento de arranjos produtivos, principalmente no setor moveleiro em madeira. É chefe do curso de bacharelado em design de móveis, que funciona em parceria com o pólo moveleiro de Como, cidade do norte da Itália. Coordena o sistema DI.Labb - laboratório de didática e pesquisa em design do Departamento Indaco (Industrial design, arte, comunicação e moda).

Paola Navone



Nasceu em Turin, Itália. Graduiu-se em arquitetura no Politecnico de Turin, em 1973. Entre 1970 e 1980 trabalhou com

Alessandro Mendini, Ettore Sottsass Jr. e Andrea Branzi no Alchimia group, um grupo de designers que lançavam tendências e buscavam romper fronteiras entre arquitetura e design. Trabalha nestas duas áreas e também como designer de interiores, diretora de arte, professora e organizadora de eventos. Entre estes, exemplifica: Abet Laminati, Armani Casa, Knoll International, Alessi, Piazza Sempione, Mondo, Driade, Orizzonti, Arcade, Oltrefrontiera, Casamilano, Antonangeli, Dada, Molteni, Natuzzi, Roche Bobois and Swarovski. É diretora de arte da Gervasoni desde 1998, além de desenhar, pessoalmente, a maioria das coleções da empresa.

Patrícia Urquiola



Patricia Urquiola nasceu em Oviedo, Espanha em 1961 e atualmente vive em Milão. Ela cursou a faculdade de arquitetura do Politécnico de Madri onde graduou em 1989 tendo feito a conclusão de curso com Achille Castiglioni. A partir de 1990 até 1992 ela foi professora assistente nos cursos ministrados por Achille Castiglioni e Eugenio Bettinelli, ambos na Politécnica de Milão e E.N.S.C.I. em Paris. De 1996 a 2000 foi gerente do Lissoni Associati Group e em 2001 abriu seu próprio estúdio em Milão, focado no design de produtos e arquitetura. Desenha móveis para B&B, Bosa, De Vecchi, Fasem, Kartell, Liv'it, MDF Italia, Molteni & C., Moroso e Tronconi. Projetou show rooms para Knoll, Moroso, Sag 80, e Somma.

Fábricas citadas na tese e não apresentadas no texto.

Móveis Cerello

A história da empresa começou em 1898, no auge do ciclo do café, quando o imigrante italiano Anselmo Cerello veio da Itália para trabalhar numa fazenda cafeeira do interior paulista. A fábrica Armando Cerello foi fundada em 1902, em São Paulo, a partir de uma necessidade dos seus fundadores: produzir um invólucro para garrafas de vinho, facilitando o seu manuseio. Contatos com artesãos de outras regiões, a exemplo de Curitiba, que já trabalhavam com artefatos em vime, estimulou a empresa a produzir móveis e acessórios. Hoje a Móveis Cerello é uma das mais conceituadas do ramo de produção moveleira com fibras, sendo uma das mais antigas do Brasil, mantendo a tradição da produção artesanal e inovando nos produtos e materiais utilizados. Possui lojas em várias capitais do país e em Miami, nos Estados Unidos. Fonte: Disponível em: <http://www.armandocerello.com.br/> Acesso em 01 fev. 2011.

Móveis Saccaro

A empresa Saccaro também tem origem semelhante à Cerello. Da produção de envólucro para garrações de vime, passou a produzir pequenos acessórios trançados, passando a fazer móveis. A tradição do trançado vem de meados do século XX. A antiga tradição italiana de fabricação artesanal de cestas de vime e empalhação de garrações de vinho iniciou-se com que Albino Saccaro, que fundou a empresa.

Estabelecida no município gaúcho de Caxias do Sul, atualmente a empresa conta com 20 mil metros quadrados de área fabril, numa área total de 100 mil metros quadrados. Possui um quadro de colaboradores formado por 300 pessoas e produz em torno de 700 itens. Está presente no mercado brasileiro com lojas exclusivas e store in store nas principais cidades do país. Também fornece produtos para redes hoteleiras de alto padrão. No mercado externo, atua em 25 países. Fonte: Disponível em: <http://www.saccaro.com.br/>. Acesso em: 01 fev. 2011.

Raffinato

Inaugurada no dia 15 de maio de 2000, no bairro de Santa Felicidade - Curitiba - Paraná - Brasil, a Raffinato faz parte de um grupo de empresas, que se destacam não só por ser ponto de referência em produção com qualidade, mas também pelos compromissos assumidos: com a qualidade, tendo, em 2007, se filiado à ABIMAD – Associação Brasileira das Indústrias de Móveis de Alta Decoração, recebendo o Selo Quality for Export, reservados apenas para as empresas que foram analisadas pelo Programa Qualidade em Exportação Abimad e foram atestadas aptas para vender ao mercado internacional; com a Sociedade, por assumir responsabilidade pela geração de mais de 93 empregos diretos e firmar-se como uma das empresas mais competitivas da região; com a ecologia, primando pelo emprego da matéria prima de maneira sustentável, sem agredir ou degradar o meio ambiente.

A origem da empresa está ligada ao trabalho do artesão Aparecido Noronha, que desde os 12 anos trabalhou com o trançado de móveis, abrindo uma manufatura nos fundos de casa. Parcerias foram feitas com empresários, alavancando a produção. Hoje a fábrica tem cerca de cem funcionários diretos, além de terceirizar parte da produção em épocas de grande demanda. Disponível em: www.raffinato.com.br. Acesso em: 01fev. 2011.

Artefacto

A Artefacto é uma indústria recente, comparada às demais, tendo sido fundada em 1975. Os conceitos fundamentais que a empresa valoriza são: design, performance e valor. Mantém como diretrizes as tendências internacionais de estilo, qualidade e valor de mercado. Lidera o caminho para a expansão internacional e hoje, além de estar presente nas principais capitais do Brasil, conta com lojas nos Estados Unidos (Coral Gables, Fort Lauderdale), Caribe e México. A fábrica localizada em Iperó, São Paulo, possui 40.000 m², onde são desenhados, desenvolvidos e produzidos os móveis da empresa. É uma fábrica moderna, com departamentos totalmente equipados e controlados por profissionais especializados.

O espaço de produção inclui: metalurgia, junquaria, marcenaria, tapeçaria, vidraçaria e pintura, entre outros setores. Disponível em: <http://www.artefacto.com.br>. Acesso em: 01 fev. 2011.

B&B Itália

B&B Itália nasce em 1966, fundada por Piero Ambrogio Busnelli. Não é uma fábrica com origem na cestaria e tampouco esta é sua vocação. Na origem, se afirma com a técnica do plástico injetado, associada a projetos com tecnologia “de ponta” e foi uma das primeiras a valorizar o projeto de design em todas as etapas da produção. Contemporaneamente alguns designers têm introduzido os móveis trançados, principalmente para exteriores e usando preferencialmente as fibras sintéticas. Disponível em: <http://www.bebitalia.it/>. Acesso em: 01 fev. 2011.