

## 1.

### Introdução

O interesse principal desta pesquisa é verificar se projetos autodenominados de responsabilidade social entre designers e artesãos podem proporcionar a geração de renda e a preservação das tradições sócio-culturais dos artesãos envolvidos.

Para verificarmos nossa hipótese, decidimos focar em exemplos de alianças onde empresas ou representantes de empresas ajudam grupos de artesãos ou comunidades a se ajustarem ao mercado fazendo isto explicitamente como uma finalidade social e não simplesmente uma terceirização. Estamos interessados em exemplos onde a empresa utiliza a *expertise* específica de seu mercado para a finalidade social e desta forma capacita e/ou promove estes grupos ou comunidades. Queremos nos aprofundar sobre a questão da relação entre o designer e o artesão, para analisarmos até que ponto esta relação influencia ou não uma produção que possa se tornar regular no mercado e conseqüentemente proporcionar a sustentabilidade econômica e sócio-cultural de comunidades ou grupos de artesãos tradicionais.

Definimos o mercado da moda como o mercado a ser verificado, pois este estudo teve início com a experiência de trabalho no programa de geração de trabalho e renda<sup>1</sup> da ONG Afro-brasileira, na qual nos dedicamos como coordenação por aproximadamente dois anos. Nesse período, a coordenação desse programa sentiu a necessidade de buscar parcerias com designers e estilistas que pudessem assessorar as artesãs no desenvolvimento da qualidade e estética de seus produtos a fim de inseri-las cada vez mais no mercado como produtoras e/ou trabalhadoras.

---

<sup>1</sup> O programa de geração de trabalho e renda da ONG Afro-brasileira é um programa que tem como missão inserir mulheres negras que fazem artesanato afro-brasileiro no mercado. Este programa contém várias ações: abertura de canais de comercialização, assessoria em empreendedorismo, fortalecimento da identidade racial, gênero, aumento da auto-estima, preservação da cultura, ampliação dos direitos de cidadania e liberdade, superação do racismo, sexismo e homofobia e melhoria da qualidade de vida. (Dados fornecidos por Sônia Santos – coordenadora geral da ONG Afro-brasileira).

A partir de conversas sobre este assunto com a diretoria do núcleo de responsabilidade social da instituição que representa o setor empresarial do estado do Rio de Janeiro – IRERJ, o núcleo resolveu desenvolver o Projeto Artesanato Industrial<sup>2</sup> em 2004. Portanto, foi escolhido como objeto principal de estudo desta pesquisa o Projeto Artesanato Industrial com ênfase nas artesãs da ONG Afro-brasileira.

O segundo caso a ser analisado abordará a experiência de parceria entre a empresa de moda Paulo Borges e o grupo de bordadeiras do bairro de Venda Nova em Belo Horizonte, Minas Gerais.

Antes de analisarmos estes dois estudos de casos práticos procuramos contextualizar e fundamentar teoricamente alguns pontos-chaves da pesquisa com a finalidade de dar seqüência lógica a esta dissertação e situar o leitor em relação às questões que norteiam nosso objetivo principal que é identificar os princípios de responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos.

A análise da pesquisa (que será feita no quarto capítulo) focaliza os resultados obtidos no trabalho de campo, para que possam servir como base para melhoria e desenvolvimento de futuras práticas, incentivo aos estudos e debates sobre este tema.

Escolhemos o autor John Button, informações nos sites brasileiros do Ministério da Ciência e Tecnologia, Ministério do Meio Ambiente, assim como do World Wildlife Fund for Nature Brasil e reportagens da revista do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável para contextualizar os temas grandes corporações e sustentabilidade do planeta.

---

<sup>2</sup> "Após várias conversas com as ONGs Afro-brasileira e Centro de Desenvolvimento Social, a associação das empresas do estado Rio de Janeiro – IRERJ - iniciou o Projeto Artesanato Industrial, e conta com a parceria da empresa Moda Eventos – empresa organizadora dos eventos de moda no Brasil". O Projeto Artesanato Industrial teve início em 2004 com a capacitação de 20 artesãs em sua maioria originárias de comunidades de baixa renda que utilizam recursos naturais e resíduos de indústria têxtil como matéria-prima. Parte delas são parceiras das ONGs Afro-brasileira e Atitude Comunitária, e parte são associadas às Cooperativas Costura Artística e Fuxicando. O objetivo do projeto é promover o crescimento e fortalecimento dos empreendimentos sociais formais e valorizar as técnicas artesanais como forma de oportunidade de geração de renda e de redução da desigualdade social através de ações como a capacitação dos artesãos através da assessoria de designers e a multiplicação das técnicas artesanais em oficinas ministradas pelos próprios artesãos. Fonte: Dados fornecidos pela IRERJ.

No campo da sociologia e antropologia Don Slater, Grant McCracken, Everardo Rocha, Mary Douglas e Baron Isherwood tratam do conceito consumo e do seu caráter cultural. Mais especificamente para definirmos conceitos como o consumo responsável, o comércio justo e definir as causas do consumo de produtos artesanais recorreremos aos autores Hélio Mattar, Fabíola Zerbini, Maluh Barciotte, Renata Pistelli, Alfonso Cotera Fretel, Eloise Simoncelli-Bourque, Néstor Garcia Canclini, John Wilkinson, Ricardo Lima e informações através do site do FACES do Brasil<sup>3</sup>.

Utilizamos o autor Egizio Valceschini e Loïc Sauvée para questões de produtos de denominação de origem e o mercado artesanal que eles caracterizam como mercado doméstico. Contamos ainda com a contribuição de John Wilkinson e da Wikipédia Enciclopédia Livre. Para nortear as questões pertinentes ao artesanato, escolhemos os autores Ricardo Lima e Vera de Vives.

Escolhemos as autoras Corinne Gendron, Veronique Bisailon e Ana Isabel Otero para nos orientar em direção à dinâmica entre os movimentos sociais, os mercados e a responsabilidade social empresarial.

Na área do design, e mais especificamente para tratar dos conceitos eco-design e design sustentável, e de suas respectivas normas e certificações consideramos os autores Ezio Manzini e Carlo Vezzoli, Victor Papanek, Thierry Kazazian e Alfredo Jefferson de Oliveira, assim como informações no site da ONG Imafloira.

Na identificação de ferramentas, metodologias, padrões, normas e processos de gestão da responsabilidade social, a pesquisa se baseou no site e bibliografias do Instituto Ethos.

O resultado do nosso trabalho de campo foi a análise de experiências de responsabilidade social de projetos autodenominados de

---

<sup>3</sup> Com o objetivo de fomentar a criação de um ambiente favorável à construção e implementação de um comércio ético e solidário foi formado o Fórum de Articulação para o Comércio Ético e Solidário do Brasil ou, simplesmente, FACES do Brasil. Constituído por ONG's, produtores, representantes governamentais, empresas, representações de trabalhadores e prestadores de serviços, este grupo agrega algumas das instituições que mais têm se destacado por trabalhar essa temática no Brasil. [www.facesdobrasil.org.br](http://www.facesdobrasil.org.br).

responsabilidade social entre designers e artesãos através do estudo de dois casos. O estudo de caso I – Projeto Artesanato Industrial (com ênfase nas artesãs da ONG Afro-brasileira) foi nosso principal objeto de estudo. O outro estudo de caso designer/estilista (empresa) e grupo de bordadeiras serviu como base para confrontação e comparação do estudo.

Usamos nomes fictícios<sup>4</sup> para os projetos, programas, instituições, empresas, representantes das empresas e instituições, designers/estilistas e artesãos nos dois estudos de caso. Usamos os nomes verdadeiros para o projeto de extensão do curso de Desenho Industrial da UFPE, o Projeto Imaginário Pernambucano e o Programa Cultura em Rede da empresa Vale, desenvolvido em parceria com a empresa Planeta Agência de Cultura.

O trabalho de campo foi desenvolvido através de entrevistas junto aos representantes das organizações envolvidas nos projetos, artesãos, designers e através da análise de relatórios elaborados por estas organizações. A sistematização foi feita através de confrontação e agrupamento de idéias, assim como conclusões relevantes sobre a responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos para atingir a geração de renda e preservação das tradições sócio-culturais dos artesãos.

A sistematização e a análise da pesquisa seguiram indicadores previamente estabelecidos para atingir o objetivo e a hipótese da pesquisa (anexo IV). São eles: 1. relação entre designer e artesão; 2. geração de renda; 3. identidade (cultural, racial); 4. consumo responsável; 5. valor agregado (para o designer: assessoria, responsabilidade social, aprendizado de novas técnicas e seus produtos desenvolvidos de forma artesanal – para o produto artesanal: melhora da qualidade – para o artesão: especialização e capacitação em design, gestão e novas tecnologias; 6. comércio justo (remuneração justa e empoderamento); 7. autonomia do artesão/autoria do artesão; 8. assistencialismo X ações que contribuem para o desenvolvimento (projetos multiplicadores, que dão

---

<sup>4</sup> Anexo I.

autonomia, autoria, etc); 9. marketing social (ações compensatórias das empresas) X responsabilidade social; 10. projeto multiplicador; 11. acesso ao mercado interno e externo (inserção no mercado da moda – inserção em novos mercados); 12. aumento da auto estima do artesão; 13. influência do mercado; 14. capacitação dos artesãos pelos designers/estilistas; 15. empreendedorismo.

Usamos também como base para orientação da análise da pesquisa as ações e atividades específicas para a execução de projetos de geração de renda que têm como objetivo beneficiar os artesãos, assim como a experiência do Projeto Imaginário Pernambucano - projeto de extensão do departamento de Desenho Industrial da Universidade Federal de Pernambuco que é executado por professores, estudantes e técnicos de outros departamentos e em parceria com outras instituições. O Projeto tem como objetivo estudar as questões relativas à sustentabilidade do artesanato no estado de Pernambuco, promover o design, a cultura, a inclusão social e o desenvolvimento sustentável. É um projeto de intervenção em design que tem uma metodologia interdisciplinar que perpassa cinco eixos norteadores: gestão, design, comunicação, mercado e produção. (ANDRADE, RODRIGUES, CAVALCANTI E ARRAES, 2006)

No capítulo 2, nortearmos a pesquisa em direção às questões que são fundamentais para entendermos o processo do consumo, especificamente o consumo por objetos artesanais. O objetivo deste capítulo será delinear um histórico sobre as mudanças em direção ao moderno caráter do consumo, afirmar sobre o caráter cultural do consumo, apontar a preferência do consumidor por objetos artesanais e definir algumas características relevantes sobre o artesanato. Definiremos conceitos como consumo responsável, consumidor responsável, comércio justo, eco-design, design sustentável, produtos de denominação de origem e qualidade superior.

Faremos no primeiro momento, uma conexão entre o consumo, a responsabilidade individual e a responsabilidade social do indivíduo, com o intuito de sinalizar a importância destas ações. O autor John Button nos ajudou a sedimentar a idéia sobre a sustentabilidade do planeta.

Em seguida, traçaremos o histórico sobre as mudanças em direção ao moderno caráter do consumo até chegarmos ao ponto, o qual definimos como principal, que é o caráter cultural do consumo. Contamos com a fundamentação teórica de Gran McCracken para traçarmos este histórico. Ele baseia seus estudos em três obras dos autores Neil McKendrick, Rosalind H. Williams e Chandra Mukerji que apontam as origens do moderno caráter do consumo. Os trabalhos de Mary Douglas e Baron Isherwood, Don Slater e Everardo Rocha nos deram a contribuição para contextualizarmos e fundamentarmos teoricamente os significados sociais embutidos nos bens, nos direcionando a afirmar que o consumo é uma questão social e de valores, ou seja, o consumo é cultural.

No próximo momento, seguindo a idéia sobre o caráter cultural do consumo, entraremos em detalhes sobre o que leva o consumidor a preferir a compra por objetos artesanais. Isto está conectado à questão da valorização da origem deste tipo de produto pelos consumidores. Neste momento, com a ajuda de relatos teóricos dos autores Nestor Garcia Canclini e Ricardo Lima definiremos os motivos pelos quais o consumidor compra objetos artesanais. E trataremos dos conceitos de consumo responsável, consumidor responsável, comércio justo, eco-design, design sustentável, produtos de denominação de origem e qualidade superior. Contamos com a contribuição dos autores Hélio Mattar, Fabíola Zerbini, Maluh Barciotte, Renata Pistelli, Alfonso Cotera Fretel, Eloise Simoncelli-Bourque para nos orientar teoricamente sobre os conceitos de consumo responsável, consumidor responsável e comércio justo. Com Ezio Manzini e Carlo Vezzoli, Victor Papanek, Thierry Kazazian para nos orientar teoricamente sobre os conceitos eco-design e design sustentável. E com Egizio Valceschini, Loïc Sauvée e John Wilkinson para nos orientar teoricamente sobre os conceitos de denominação de origem e qualidade superior. Finalizaremos o capítulo detalhando as características marcantes do artesanato. Os autores Ricardo Lima e Vera de Vives foram imprescindíveis e contribuíram de uma forma muito especial para fundamentarmos teoricamente este tema.

No terceiro capítulo contextualizaremos o surgimento da responsabilidade social empresarial, a dinâmica entre os movimentos

sociais, os mercados e a responsabilidade social, assim como a importância do design como ferramenta para ajustar a produção e impulsionar o comércio regular dos produtos artesanais nos mercados específicos como o mercado da moda. O objetivo deste estudo foi especificamente embasar e relacionar a teoria com as experiências práticas desenvolvidas pelas organizações não-governamentais e as empresas as quais foram nossos casos de estudo e analisadas no quarto capítulo. Contamos com as autoras Corinne Gendron, Veronique Bisailon e Ana Isabel Otero para nos orientar nesta direção e definir o conceito de novos movimentos sociais econômicos. Faremos um parêntese para o caso do Comércio Justo (Fair Trade) na Europa, um exemplo onde os movimentos sociais se orientam em direção à esfera econômica. Faremos também o relato de um exemplo sobre projetos de responsabilidade social com ênfase no artesanato o qual a empresa capacita artesãos para serem inseridos no mercado, através da assessoria de designers e outros profissionais.

No quarto capítulo, faremos a análise do nosso trabalho de campo com base nas questões que foram contextualizadas anteriormente nos primeiros capítulos, nos indicadores que definimos para as entrevistas, nas ações e atividades específicas para a execução de projetos de geração de renda que beneficiam artesãos e na experiência do Projeto Imaginário Pernambucano. Verificaremos especificamente exemplos de dois casos autodenominados de responsabilidade social entre designers e artesãos no mercado da moda: O Projeto Artesanato Industrial com ênfase nas artesãs da ONG Afro-brasileira e o caso de parceria entre a empresa de moda Paulo Borges e o grupo de bordadeiras do bairro Venda Nova em Belo Horizonte, Minas Gerais. Utilizaremos uma mistura de métodos para a análise dos estudos de casos, usaremos nossas reflexões e observações baseadas nas entrevistas e relatórios. Especificamente para o estudo de caso I, usaremos nossa observação participante, além de nossas reflexões e observações baseadas nas entrevistas e relatórios.