

PRODUTOS COM TRADIÇÃO CULTURAL: UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE OS IMPACTOS CAUSADOS PELA PANDEMIA COVID-19 NAS COMUNIDADES PRODUTORAS DO ESTADO DE PERNAMBUCO.

DANIELA VASCONCELOS DE OLIVEIRA

Resumo

Este artigo trata de uma análise nas comunidades artesanais do Estado de Pernambuco, feitas pela equipe de iniciação científica em Moda e Consumo, diante dos impactos da Pandemia da COVID-19. Dentro do referencial teórico com o efeito de compreender melhor as comunidades e/ou cooperativas e a participação dos artesãos como protagonistas do processo de adaptação e mudança. Foram aplicados questionários e realizadas entrevistas com os artesãos durante a Fenearte/2021, para verificar as várias modalidades dos artesãos e como se adaptaram ao novo momento. Em paralelo também foi verificado como o designer pode atuar como agente transformador. O artigo é respaldado pelo Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidade Culturais (2019) e deixa espaço para continuidade e aprofundamento do passos para cidade humana entre os artesãos.

Palavras-chave: Cidade Humana; Artesãos; Pandemia.

Introdução

A cultura, a crença, os hábitos, são o legado de muitas sociedades que se preocupam em preservar a sua história. Costa (2015) sinaliza que na nossa contemporaneidade é comum a representação de formas e elementos gráficos de peças artesanais e etnográficas de várias culturas expressas de múltiplas formas, sendo ultimamente mais frequente o trabalho de parceria entre artesãos e designers que produzem objetos comercializáveis em maior ou menor proporção e na produção autoral, o que os torna individualizados e únicos.

De certo que há vários artesãos que são bastante criativos, porém a existência de demandas externas a exemplo da moda, estilo, qualidade de acabamento e outros requisitos não são explorados pelos mesmos, daí que o “olhar de fora” podem corroborar para a preservação das técnicas e tradições artesanais (CARVALHO, 2018).

Nesse sentido cumpre ressaltar que no Estado de Pernambuco são encontradas uma variedade de produtos com tradição cultural. Para citar inicialmente uma tradição cultural que foi objetivo de uma ação colaborativa externa, recorremos a Borges (2011) que descreve o trabalho nas olarias do Cabo de Santo Agostinho, Região Metropolitana do Recife (RMR) onde existe um polo produtor de cerâmica. Considerando que o Estado ainda atravessa a crise pandêmica da COVID-19 que afetou vários segmentos produtivos, este trabalho buscou estudar os impactos causados pela Pandemia nas comunidades que desenvolve produtos com tradição cultural, no estado de Pernambuco, através de um levantamento feitos em algumas comunidades artesanais e, posteriormente, sugerindo ações pautadas na metodologia para o desenvolvimento de cidades mais humanas.

Referencial Teórico

De modo geral, entendendo os conceitos que se aplicam a uma sociedade de mudanças, é notório salientar a necessidade da Teoria U para colocar em etapas a fim de causar um impacto positivo social.



EDUCAÇÃO 5.0
A Revolução da Aprendizagem

21 A 23
Setembro

A Teoria U de Otto Scharmer (2019) tem como percurso de solução inovadora: co-iniciar, co-sentir, presenciar e sentir, co-criar e co-evoluir, de modo que, inicialmente se tenha a introspecção, uma análise das crenças e pré-conceitos estabelecidos dentro de si diante de uma problemática a ser

sanada, que conseqüentemente levará ao ouvir e sentir em volta da situação que se está a conectar-se e, dessa forma, alcançar resultados na prototipação e teste.

Somada aos estudos propostos pela Teoria U e tendo em vista que no Estado de Pernambuco há uma multiplicidade de produções culturais, é possível de se aplicar os princípios dos seis passos para a cidade humana, estudo este fruto das pesquisas do IPCCIC – Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidade Culturais, em 2019, na formação do questionário para a pesquisa científica

Dentro desta perspectiva, este trabalho é um ponto de partida para estudarmos formas de ajudar o ser humano em sua prática artesanal como atividade de campo, no entanto é salutar compreender que há um longo caminho a ser percorrido e todos estes se pautam pelo amor como atitude pedagógica, base para todos os passos para uma cidade humana (IPCCIC, 2019).

O IPCCIC (2019) defende em seu estudo que o ser humano é alvo de mudanças e que podemos transformar situações desde que compreendamos que o mundo não “depende só de nós, mas depende de nós”.

Pensando desta forma e entendendo que é possível de se deixar transformar-nos, recorreremos a Brown (2020) que cita o exemplo do ciclo de vida de um determinado produto até o seu descarte final onde se encerra sua vida útil. O pensar como *designers* poderia encontrar novas formas ou utilidades como oportunidade para inovação, minimizando os impactos ambientais, somado a que nossa qualidade de vida seria melhorada.

Assim, para entender qualquer problema de design que tenha como foco o ser humano, o primeiro passo é a compreensão do escopo do problema. Isso evita que o foco do *designer* se restrinja a um espaço mínimo de seu contexto e sim projete pensando em um contexto maior, ou seja, verificando redes de interconexões e ampliando o seu perímetro de atuação (BROWN, 2019).

Metodologia

Este estudo é fruto de uma pesquisa Qualitativa dentro da Iniciação Científica do Programa FAC 4.0 da Faculdade SENAC PE, iniciado em 5 de junho de 2021.

O estudo principiou com um mapeamento de todo o Estado de Pernambuco (figura 1) e de posse das informações, foi feito um levantamento dos artesãos e a sua modalidade ou tipo de artesanania que trabalhava, conforme a Figura 1.

Figura 1: Inserção dos artesãos e Municípios de origem



Fonte: <http://www.artesanatodepernambuco.pe.gov.br/pt-BR/mestres/nossos-mestres/> acesso 2021

Como parte desse mapeamento foi realizada uma viagem para a Organização das Tapeceiras de Lagoa do Carro, no Município de Lagoa do Carro, sendo registrado por meio de fotos os processos manuais e como esse trabalho sustenta várias famílias que vivem desse modo de vida. Além disso, foram feitas entrevistas com as principais mulheres que atuam na tapeçaria.

Figura 2: Visita a comunidade de Tapeceiras de Lagoa do Carro



Fonte: autoras

Nossa metodologia foi baseada nos estudos do IPCCIC (2019) e resultou em um questionário que objetivava três norteadores para nossa pesquisa:

1. Identificação dos **desafios** vivenciados pelas comunidades produtoras de produtos com tradições culturais durante a pandemia COVID – 19;
2. Identificação das **limitações** existentes nas comunidades produtoras de produtos com tradições culturais durante a pandemia COVID – 19;
3. Identificação das **transformações** ocorridas nas comunidades produtoras de produtos com tradições culturais durante a pandemia COVID – 19;

Com as entrevistas e questionários realizados na Fenearte 2021, foram obtidas informações relevantes para a idealização do papel do *designer* nas comunidades, após dois anos de Pandemia.

Destacamos entre as várias modalidades de artesanias, o estande da cooperativa Café com Arte na figura 3, do município de Petrolândia, no Sertão do Estado que também foi visitado e a proprietária entrevistada durante a Feneart/2021, cuja mercadoria se atém a calçados e bolsas de couro de bode e tilápia.

Figura 3: Fenearte 2021



Fonte: autoras

A partir dos norteadores o estudo propôs no quadro 1 sugestões de ações nas comunidades pautadas nos pilares (1) coloca o ser humano em primeiro lugar; (2) formar cidadãos cocriadores; (3) fortalece o sentido de comunidade; (4) religa o ser humano ao meio ambiente; (5) fomenta a economia cocriadora e (6) educação em suas múltiplas formas.

Quadro 1: Seis dimensões para a cidade humana x ações futuras na comunidade

PILARES/DIMENSÕES PARA A CIDADE HUMANA	FUTURAS AÇÕES NAS COMUNIDADES
Ser humano em primeiro lugar	Exercitar o amor como atitude pedagógica.
Formar cidadãos cocriadores	Fortalecer o sentimento de que estamos no mesmo patamar (professores / alunos / artesãos).
Fortalecer o sentido de comunidade	Interagir com os artesãos por meio de práticas comuns e cooperação.
Religar o ser humano ao meio ambiente	Verificar quais mudanças podem ser efetivadas no campo individual e coletivo.

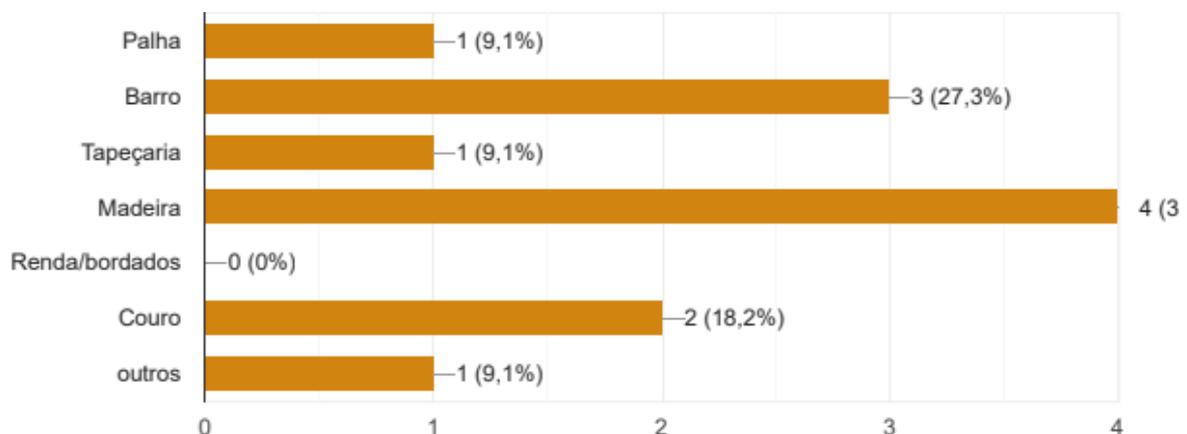
Fomentar a economia co criadora	Incentivar a colaboração mútua e destacar as potencialidades das comunidades.
Educar em suas múltiplas formas.	Anular hierarquias, permitindo a troca de saberes.

Somado aos pilares de uma cidade mais humana, usamos a metodologia *Thinking* para idealizar uma proposta de ação nas comunidades pesquisadas, com a finalidade de ligar os discentes e docentes do Curso de Tecnologia e Design de Moda na sociedade pandêmica.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Após a análise do questionário, no qual 12 comunidades foram ouvidas, foram obtidos os seguintes resultados referentes aos materiais trabalhados, como apresentado no Gráfico 1:

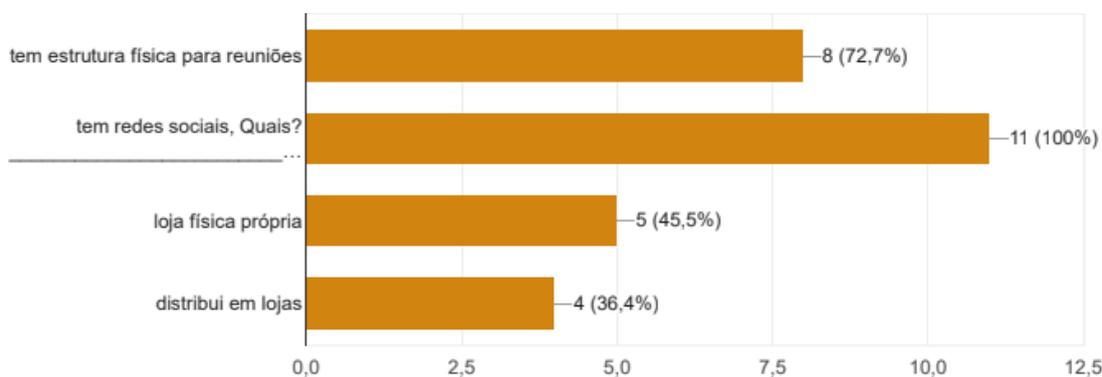
Quadro 2: materiais trabalhados pelas comunidades entrevistadas



Fonte: google formulário (2021)

Por outro lado, quando perguntado sobre a estrutura da comunidade, os dados, como mostra o Gráfico 03, apresentam que 100% dos entrevistados já possuíam redes sociais. Além de, 45% dispor de lojas físicas próprias ou 36% lojas de terceiros, sendo este um canal de vendas importante para as pequenas comunidades e que foram fechados durante a Pandemia.

Quadro 3: materiais trabalhados pelas comunidades entrevistadas



Fonte: google formulário (2021)

A partir das análises dos dados e seguindo os norteadores do estudo, inicialmente separamos três categorias (quadro 2) para melhor compreensão dos impactos causados pela Pandemia, nas comunidades entrevistadas.

Quadro 2: Desafios, Limitações e Transformações gerados pela Pandemia da COVID-19

DESAFIOS	LIMITAÇÕES	TRANSFORMAÇÕES
Dificuldades para vender os produtos	Ausência das feiras e eventos	Elaboraram projetos para editais de auxílio emergenciais
Acesso à matéria prima	Falta de recurso para compra de matéria prima	Criaram novos produtos
Reunião dos artesãos para produção	Distanciamento dos artesãos	Mudaram a forma de divulgar
Desistência de artesãos com o ofício	Trabalho isolados dos artesãos	Criaram novos canais de vendas

A exemplo da análise está a associação Café com Arte, que afirmou que com a Pandemia uma das grandes dificuldades dos artesãos foi o aumento no custo com a matéria prima e seu beneficiamento, o que fez a comunidade buscar diversificar seus produtos, como apresentado na Figura 4.

Figura 4: Sandália de couro de tilápia e tênis com couro de bode



Fonte: Autoras (2021)

Acrescido às categorias, a partir da pergunta: *com o retorno dos eventos/feiras o que você e sua comunidade espera para fortalecer o seu artesanato?* alguns depoimentos foram separados. Na análise dos resultados foi identificado as seguintes respostas:

“Que todos tomem a vacina, para que os turistas voltem a visitar o nosso Alto do Moura. Que voltem as excursões, que a prefeitura e os órgãos públicos invistam mais nos atrativos para nossos visitantes”[Entrevistado 7]

“Recuperar o crescimento da economia/ reinvenção e inovação do trabalho/ União e Solidariedade/Deus no Comando”[Entrevistado 5]

“Aumentar a quantidade de peças vendidas, a possibilidade de firmar parcerias diretamente com o cliente”[Entrevistado 8]

“Fazer novos projetos, criar novos design, mais divulgação”[Entrevistado 3]

“Que possamos refletir diante de toda essa situação, que passamos por conta da pandemia, como somos frágeis e dependemos uns dos outros.”[Entrevistado 6]

Após a análise dos resultados, verifica-se que todos os entrevistados foram afetados pela crise pandêmica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o estudo foi verificado pela equipe de pesquisadores do projeto de Iniciação Científica Moda e consumo, que os efeitos econômicos da pandemia da COVID-19 afetaram fortemente os artesãos, refletindo sobre preço da matéria prima, queda das vendas, ausência de eventos e feiras, entre outros fatores.

Face a falta de renda foi necessário a readequação das atividades laborais, incluindo a diversificação de produtos, a fim de ampliar as possibilidades de retorno financeira e assim sobreviver a mais uma

crise econômica no segmento de artesanaria. Os desafios foram pouco a pouco sendo vencidos com dificuldades e nota-se nas entrevistas a urgência de imprimir divulgações dos produtos; cuidados com a saúde, incentivando à vacinação contra a COVID-19.

É preocupante que alguns desistiram de seus ofícios e o olhar de uma *designer* pode captar falhas em alguma etapa do processo produtivo às vendas, uma vez que seu papel é solucionar problemas de design em quaisquer uma das etapas, onde caso não tenha a expertise para determinada situação, possa buscar especialista para tal a fim de resolver o impasse ou problema.

Por fim, é necessário um olhar para a última entrevista registrada no quadro 2. Nota-se que a artesã coloca que a pandemia da COVID-19 não é uma situação isolada, mas que exige uma reflexão para novas alternativas e sobretudo que em consonância com os Seis passos para a cidade humana dependemos uns dos outros. Esse pensar e refletir exige tempo, renúncia, corroboração, ação, diálogo, ou seja, um trabalho que não tem espaço para o isolamento, egoísmo, superioridade, mas sim para o amor como uma atitude pedagógica, se colocando no lugar do outro, buscando alternativas coletivas, conferindo o mesmo *status* a todos para falar e debater e por fim verificar potencialidades de forma a que todos possam ser beneficiados na comunidade

Referências bibliográficas

BORGES, Adélia. **Design + Artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo: Editora Terceiro Home, 2011.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CARVALHO, Mônica. **Artesanato Sustentável**. São Paulo: Editora Senac, 2018

COSTA, Marta Alexandra Fernandes. **A Importância do Design de Moda na Preservação da Cultura e Tradição: O Caso do Galo de Barcelos**. Dissertação - Universidade da Beira Interior, Faculdade de Engenharia Departamento de Ciência e Tecnologia Têxteis. Covilhã, p. 104. 2017.

IPCCIC. Instituto Paulista de Cidades Criativas e Identidades Culturais. **Seis passos para a cidade humana**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

LEITE, Pedro Pereira. **Diversidade Cultural, Economia Criativa e Dignidade Humana A educação patrimonial e a participação cidadã**. Research Gate, Lisboa, 2020.