

O *designer orgânico*: reflexões sobre a produção do conhecimento entre designers e louceiras em Itamatatua – MA

Raquel Noronha

Uma reflexão sobre a produção do conhecimento e as negociações entre os detentores de saberes acadêmicos e os detentores de saberes tradicionais: esta é a discussão proposta neste capítulo que analisa o contato entre artesãos, designers e turistas, nas disputas discursivas pelo denominado artesanato do quilombo, sua construção material e simbólica, e investiga como cada ator social envolvido impõe a sua forma de falar sobre artefatos e sobre identidade cultural.

O lugar do qual falo é o de pesquisadora – antropóloga e designer – que teve a oportunidade de realizar uma etnografia na comunidade remanescente de quilombo de Itamatatua, localizada no município de Alcântara, no Maranhão, entre 2010 e 2014. O contexto encontrado no povoado, que há mais de trezentos anos produz louça, especialmente as utilitárias, como travessas, potes e alguidares, é o da *chegada do turismo*¹ que, nas últimas três décadas, vem modificando as feições dos artefatos por lá produzidos e comercializados.

Dos quintais às prateleiras (NORONHA, 2015a) narra o fluxo dos artefatos como consequência de processos socioculturais que pude identificar em campo. A conversão de produtos utilitários em *souvenirs* para que os turistas “levem o quilombo para casa”, como costumam dizer as *mulheres que trabalham com o*

1 O encontro entre nativos e turistas é objeto de análise de diversos autores do campo da Antropologia do Turismo (MACCANNELL, 1989; COHEN, 1998; VAN DEN BERG, 1994). Neste artigo, trago a categoria *chegada do turismo* com um fenômeno em andamento, que ainda precisa ser problematizado. Mais informações sobre esta questão ver Noronha (2015b).

barro,² vem provocando diversos fenômenos que podem ser analisados à luz do design e dos estudos sobre a sustentabilidade, especialmente em seus aspectos culturais, em se tratando de um saber-fazer tradicional e, portanto, patrimônio imaterial de nossa cultura.

A redução do tamanho das peças para facilitar a compra pelos os turistas inviabiliza o contato corporal que secularmente molda o barro. As posições de trabalho deixam de enfatizar a escala corporal, nas quais as mulheres abraçavam, se envolviam corporalmente com seus artefatos, e passam a ser manuais, utilizando-se as bancadas do Centro de Produção Cerâmica, para onde se deslocaram, deixando para trás a produção nos antigos quintais.

Se o contato corporal entre as louceiras e os artefatos vem diminuindo, assim também acontece com a transmissão do saber para as jovens da comunidade. De uma produção de quase duzentos potes por mês, o que garantia o sustento de toda a família, hoje a renda mensal advinda da produção cerâmica raramente ultrapassa R\$ 250,00 por artesã, levando as mais jovens à busca pelo emprego assalariado nas cidades.

Itamatatiua já recebeu diversas consultorias de “qualificação artesanal” promovidas pelo Sebrae; é lugar privilegiado para os estudos antropológicos das categorias *terras de preto e terras de santo* (ALMEIDA, 2002; 2006; PAULA ANDRADE, 2003; PRADO, 2007; SÁ, 2007; PAULA ANDRADE; SOUZA FILHO, 2006), pelas peculiaridades de sua formação territorial. Acostumadas a receberem pesquisadores e turistas, as artesãs são orgulhosas de suas tradições, como a feitura da louça e os festejos para a dona das terras, Santa Tereza D’Ávilla.

É neste cenário, em que diversos atores sociais corroboram a constituição da identidade local, que os convido a analisar o processo de construção do conhecimento sobre a cerâmica que lá se produz. Como inquietações que me encaminharam para essa reflexão, parto da premissa de que os processos de construção dos saberes locais perpassam a questão do *fazer projetual*, atividade que é a pedra de toque do trabalho do designer, para analisar as relações que se estabelecem entre designers e artesãos.

Imaginando (e projetando para) o outro

Em inúmeras comunidades produtoras de artesanato no Brasil, é possível observar os processos colaborativos entre designers e artesãos (BORGES, 2011; NORONHA, 2012b; KRUCKEN; DE MORAES, 2009). Os matizes dessa relação são inúmeros e podem variar de uma ação bilateral em que os conhecimentos são

2 Em Itamatatiua raramente as louceiras se intitulam artesãs. Acionam tal categoria identitária apenas em contextos de disputas ou de demarcação de suas fronteiras políticas e simbólicas.

compartilhados até uma relação unívoca na qual o artesão é um mero replicador dos modelos projetados pelos designers. Muitos são os relatos e denúncias deste tipo de relação assimétrica, na qual uma visão de mundo se impõe a um sistema de conhecimento menos articulados com a economia de mercado.

Durante a pesquisa de campo em Itamatatiua, tive a oportunidade ouvir uma artesã que me relatou os impasses trazidos à comunidade por uma encomenda realizada por um grupo de designers que tinham a incumbência de produzir pequenos vasos para serem *souvenires* de um renomado banco. A única questão é que as peças tinham que caber em uma embalagem pré-determinada. *A priori*, isso não lhes pareceu um problema, porque era fácil reproduzir cem unidades de tamanhos semelhantes.

Contudo, a redução do tamanho das peças causada naturalmente pelo processo da queima, uma espécie de desidratação do barro, ocasionou uma perda de quase todas as peças, que ficaram pequenas demais para adequarem-se às embalagens. No forno, no qual são queimadas as peças, não há controle de temperatura porque é também um forno artesanal, a lenha, e o resultado final depende do local do forno no qual a peça se encontra, se mais perto ou mais afastado das chamas.

Este episódio ilustra as dificuldades das artesãs em solucionar uma demanda simples de mercado, e o que percebi durante o relato foi uma profunda decepção por parte das artesãs em não conseguirem atender à demanda.

Durante a pesquisa de campo, identifiquei diversos momentos em que as artesãs se deparavam com os impasses de adequar a sua produção ao *outro*; ao gosto do *outro*; ao que o *outro* espera encontrar no quilombo. E afinal, o que desejam os turistas no quilombo?

A “chegada dos turistas”, como é chamado o fenômeno divisor de águas para as mulheres que trabalham com o barro, trouxe em seu bojo mudanças que atingem o povoado e refletem-se em novos posicionamentos por parte das artesãs e a produção cerâmica consolida-se como *enfeite* (CANCLINI, 1983), *lembrança do quilombo*. O resultado do saber-fazer é modificado, qualificado, reinventado para atender a quem vem *de fora*. A forma, o acabamento, o processo criativo, a precificação, a identificação dos produtos, os materiais, a escala da produção, tudo vem se adequando às demandas externas. Os turistas, os consultores, os pesquisadores que chegam a Itamatatiua, participam com as artesãs da construção desses produtos e da ressemantização das identidades locais.

Problematizar a minha própria presença em campo, como antropóloga e designer, conduziu-me à percepção do uso de categorias profissionais como *layout*, *projeto*, *concepção*, *marca*, no diálogo entre as artesãs e os designers cujos trabalhos acompanhei, enquanto pesquisava em Itamatatiua. Foi possível observar situações de troca de saberes de forma assimétrica, em que o saber formal, acadêmico, impunha-se ao saber local, passado oral e corporalmente através de gerações.

O direcionamento da produção para o *outro*, fruto do processo de diminuição do consumo local, pelos próprios produtores da louça, que eram também consumidores, possibilitou o exercício de imaginação sobre o que o *outro* deseja. Os designers têm papel-chave na construção do imaginário local, na medida em que atuam como mediadores entre “os de fora” e os moradores do povoado.

Entre as idas e vindas – minhas, dos designers e dos turistas – as narrativas construíram-se, entrelaçando-se às estratégias locais de construção identitária e produção artesanal.

Tim Ingold afirma que o processo de perceber o mundo é construído por meio da imaginação, que, para ele, não se trata de criar imagens sobre aquilo que não existe. *Imaginar*, diz Ingold (2012b), é criar a partir de dentro, por meio da percepção e da ação, no próprio movimento, no próprio *tornar-se das coisas*. É tecer o mundo à medida que avançamos em sua percepção. É, sobretudo, uma forma criativa de se viver, em um mundo sempre em formação.

No encontro entre o pesquisador e os sujeitos da pesquisa, a imaginação sobre o outro se constrói no contato. Na situação que relato é possível ver como a imaginação sobre o outro provoca a criatividade das artesãs: durante uma tarde de trabalho no galpão, estávamos eu e três artesãs. A atividade era pintar a frio as bonecas já cozidas. Juntei-me a elas para conversar sobre a técnica da pintura e o processo criativo das bonecas.



Figura 1 Ensaio fotográfico As bonecas do quilombo. (continua)



Figura 1 Ensaio fotográfico As bonecas do quilombo. (continuação)

Fonte: elaborada pela autora, 2013.

A Figura 1 mostra o momento relatado e os vários tipos de bonecas produzidos. Durante a conversa, pergunto a Eloísa:

Raquel: Quem são estas bonecas? Elas são mulheres reais?

Eloísa: Ah, são as pessoas da comunidade. A gente vai modelando as artesãs mais velhas, que já morreram... Aí tinha Andreza. Fiz uma boneca de Andreza, há muito tempo atrás, e um homem do Canadá levou ela pra lá... Andreza foi viajar pro Canadá... (risos). Tem também Raimunda Preta, tem Chica Pimenta que a gente chamava Neusa. A gente fica pensando né, pra fazer os outros mais antigos.³

Feitas à imagem das antigas artesãs, as bonecas representam as que já morreram. Materializam pessoas do passado, que detinham o saber-fazer da cerâmica, ou outro saber específico. A “viagem de Andreza” revela o quão importante é a materialidade das bonecas que representam mulheres. O artesanato comprado

3 Entrevista concedida por Eloísa de Jesus à autora, em 9 de agosto de 2013.

por um estrangeiro, em seu trânsito intercultural (CANCLINI, 1983), leva a própria mulher representada, para conhecer outro país.

A ligação entre o material e as mulheres é aludida pelas artesãs por meio da materialidade do artesanato. Naquele momento de trabalho, pedi a Eloísa que descrevesse as peças que estavam sendo pintadas, por ela, por Rita, por Duca e por mim. O resultado é um passeio pelo cotidiano do lugar, com suas atividades, e pelas situações mais comuns na vida das mulheres do povoado:

Eloísa: Sempre eu gosto de fazer, eu faço algumas bonequinhas porque fico lembrando do passado, das mulheres daqui, até hoje também a gente gosta de fazer elas com pote na cabeça, de fazer feixe de lenha, porque eu lembro muito que tinha a Neuza né, que eu gosto também de fazer, que é aquela ali, porque ela só fazia louça assim com o bebê mamando e nua da cintura pra cima, aí ela faz assim, ainda tem a Maria Fonseca, que ela gostava de fazer [louça] de “coca”, as tiras todas pros pote, ela gostava de fazer de “coca” [de cócoras], e também a Raimundinha ali, que ela teve quase uns dez filhos, aí eu lembro que ela era, ia pra roça assim bem buchuda, ou pro barreiro, aí com o bebê assim na cintura, buchudona aí com o cofo na cabeça ou a lenha. Aí isso, por isso que a gente gosta de fazer elas. Tinha também o trabalho das parteiras... Tia Leoná, tia Tereza, até pouco tempo ainda arrumavam a barriga de todinha as crianças daqui...

O trabalho, a convivência nos afazeres domésticos, o cuidado com os filhos, o parto, as atividades extrativistas, a busca da água no poço, todas as atividades do cotidiano relacionadas ao universo feminino do povoado são representadas pelas bonecas do quilombo.

Perguntei se elas modelavam a si próprias ou a outras do grupo atual, e elas dizem que não, que faziam mais gente do passado. Na opinião de Duca é isso que os turistas buscam:

Duca: São só as antigas, as que são de antigamente. A gente não tem graça fazer, a gente já se conhece, né? Eu faço um monte só que eu escuto falar, Eloísa, Neide, Pirrixi contando... aí eu imagino e faço no barro. Os turistas querem o que é da tradição.

Raquel: E o que é tradição pra você, Duca?

Duca: É os antepassados, os antigos.⁴

4 Entrevista concedida por Eduarda Moraes à autora, em 10 de agosto de 2013.

A imaginação das artesãs sobre o passado, sobre as antigas artesãs, inspira as formas, as posições, as atividades a serem representadas pela boneca do quilombo. A *tradição*, trazida por Duca como elemento motivador para a compra das bonecas, é materializada com a modelagem das antigas louceiras.

Nos encontros provocados pelo turismo e por todas as mudanças que decorrem deste fenômeno, surgem as diferentes percepções dos diversos atores sobre a produção da cerâmica em Itamatatiua, principalmente quando o artefato é alçado a signo diacrítico da identidade étnica. O *souvenir*, que será colocado na estante, como prova da visita ao quilombo, tem uma história a contar.

Sobre a produção das bonecas é importante mencionar que não é um produto tradicional, mas que fora “trazido” por uma consultoria do Sebrae em meados dos anos 1990. De lá para cá, tornou-se uma das peças mais vendidas, e é também a mais cara da loja. Como símbolo do quilombo – aquele do imaginário do turista – a boneca encontrou seu lugar privilegiado nas prateleiras da loja e, supostamente, nas estantes das casas dos turistas. Ressalto, portanto, a identificação de um processo de acionamento de traços diacríticos do quilombo, por meio de um desenvolvimento de produto por um designer. As narrativas criadas e a forma como as artesãs se apropriaram da “nova tradição” mostram a sua capacidade imaginativa sobre o outro e a sua negociação pela própria forma de contar a história do quilombo. Ao turista é oferecido o que está no imaginário das artesãs sobre ele.

O campo da Antropologia do Turismo vem dando conta das discussões sobre os processos de *encenação* e *autenticação* das identidades culturais locais por meio do fenômeno turístico. A busca pelo outro, pelo exótico, pelo diverso é tema de discussão entre autores como Dean Mac Cannell (1989), Erik Cohen (1998), Pierre Van den Berg (1994). *Tradição* e *autenticidade* são categorias acionadas para acessar estes outros espaços, desejados pelos turistas.

O quilombo é este lugar em que os resquícios do passado ficaram acumulados e podem ser acionados no presente. Os turistas buscam estes espaços movidos pela curiosidade, por apreender através da presença e da vivência (o que pode parecer um paradoxo, pela extrema efemeridade de suas permanências nos locais), como é uma vida supostamente tradicional, a “verdadeira experiência quilombola”, como foi dito por uma turista.

As imagens construídas nestes encontros povoam o imaginário local, das artesãs, sobre o que buscam os *outros*, os *de fora*. É comum nos relatos que obtive nesta pesquisa a forma como as artesãs aludiam aos turistas ou mesmo aos gestores e aos consultores de projetos e pesquisadores: os *outros*, *eles*, os *de fora*.

O uso de termos que provocam uma indefinição sobre quem são essas pessoas que vêm de fora mostra o distanciamento entre a imagem construída sobre o público de seus produtos – os turistas – e o que estes últimos realmente esperam do quilombo.

Quilombo “para viagem”

Para trazer as imagens dos atores externos, lanço mão de um episódio no qual algumas turistas chegaram repentinamente a Itamatatuiá, no final de janeiro de 2012. Eram três mulheres que viajavam de férias, vindas do Rio de Janeiro: uma era jovem, tinha acabado de passar no ENEM, para medicina. Estava acompanhada pela mãe e pela tia. Tinham vindo conhecer São Luís e resolveram passar aquele dia em Alcântara. De lá, informaram-se da existência de um quilombo e disseram-se interessadas em conhecer o artesanato.

Foram acompanhadas até o povoado por um guia local. Chegaram em carro particular, já por volta das 15h. Ficaram cerca de meia hora no lugar. Entraram na loja e o guia adiantou-se em pedir a Eloísa para abrir o galpão, para que as visitantes pudessem conhecer o lugar de trabalho e verem as peças sendo preparadas.

No diálogo entre elas e Ângela, que estava na loja, as perguntas sempre incluíam a categoria *quilombo*. Essa fora a primeira vez em Itamatatuiá que ouvi as artesãs afirmarem que eram quilombolas. Nas conversas até então – era janeiro de 2012 –, ainda não tinham assumido este papel explicitamente para mim. Durante os meses em que estive em Alcântara, foi raro ouvir alguém de lá se autodenominar *quilombola* ou referirem-se ao lugar como *quilombo*. Além dessa situação, a outra vez que presenciei o acionamento da categoria pelas mulheres de Itamatatuiá foi na ocasião (dezembro de 2010) em que promovi um seminário entre as artesãs de Itamatatuiá, Brito e Santa Maria, quando realizava o mapeamento das cadeias produtivas dos artesanatos que produzem (NORONHA, 2011).

Ao descreverem e valorizarem os seus produtos, em uma atividade coletiva que denominei “vender o produto”, propus que ressaltassem as qualidades do seu artesanato para os outros dois grupos presentes. Neste momento, todos os grupos mencionaram que era “artesanato do quilombo”. Quando perguntei se eram quilombolas, afirmaram: “Sim, a gente se inscreveu para ser quilombola no seminário do Aconerug”, disse uma artesã de Santa Maria. Pirixi, que estava presente na atividade falou: “Sou quilombola, igual à minha mãe, igual a todos os meus antepassados”.

Na presença do *outro*, de quem é de fora, a fronteira étnica se estabelece: com a chegada das três mulheres, trazidas por um guia turístico, a artesã se identificou como *quilombola* e mostrou-lhes o *artesanato do quilombo*. Quando conversei com as *turistas*, disseram que “estavam querendo conhecer um quilombo verdadeiro há muito tempo, que no Rio não tinha quilombos como aquele”.



Figura 2 Ensaio fotográfico *Turistas conhecendo o artesanato do quilombo.*

Fonte: autora, 2013.

A categoria *tradicional* acionada pelas turistas desencadeou um rápido diálogo sobre o que consideravam como tal e a imagem do quilombo do passado, do clima bucólico do lugar, do ritmo de vida menos acelerado, das pessoas negras... as imagens eleitas como representativas do que consideram *tradicional* estavam ligadas ao universo do rural e ao tempo da escravidão.

No conjunto de imagens (Figura 2), trago algumas referências que ajudam a mapear o que está sendo chamado de *tradicional* e o papel desempenhado por essas turistas no quilombo. O ambiente bucólico com palmeiras, a cena das mulheres transportando a água na cabeça – uma com o balde de plástico, outra com o pote de cerâmica –, tudo isso remete ao imaginário de um lugar congelado no tempo, onde as tradições podem se reproduzir sem o contato – ou com muito pouco contato – de forma oposta ao que ocorre nas grandes cidades. E é este o quilombo que as turistas pretendiam conhecer.

E isso tudo, simbolicamente, viaja dentro daquela caixa, “marcada” com o selo de Itamatatiua. Além de peças em cerâmicas a preços módicos, leva-se o quilombo e a experiência de ter estado lá, tudo embalado “para viagem, por favor!”.

Por que achavam aquele quilombo tradicional? Na noite daquele mesmo dia conversei com três artesãs que exercem funções importantes na Associação – presidente, tesoureira e secretária – sobre a busca dos turistas pelo quilombo, e sobre o fato de se identificarem como quilombolas. Na conversa, ouvi as seguintes palavras:

Neide: Ser quilombola dá orgulho para a gente. Quando a gente diz que é preto, lembra do sofrimento dos nossos avós, do passado, da escravidão. Sendo quilombola a gente tem mais [acesso à] saúde, tem aposentadoria... E [os *outros*] têm mais interesse pela gente. Somos pretos, mas somos quilombolas também!⁵

O discurso sobre serem *pretas*,⁶ serem *quilombolas*, surge como opções, muitas vezes dicotômicas, que convivem no cotidiano das artesãs. É pertinente notar que as categorias identitárias são acionadas perante o meu questionamento, ou pela presença de turistas. A identidade, retomando as reflexões de James Clifford, não é uma história linear. “Como o sorriso do gato da Alice”, diz o autor, ela é intermitente, e surge quando é conveniente... (CLIFFORD, 1988).

5 Entrevista concedida por Neide de Jesus à autora, em 18 de janeiro de 2012.

6 A categoria identitária mencionada refere-se à categoria territorial de Itamatatiua e outros povoados do território

A contenção dos materiais

Em todo processo da cadeia produtiva da cerâmica de Itamatatiua, é possível perceber a luta para conter os materiais. Parece que em cada etapa da produção a tendência dos materiais é sair do controle do artesão e direcionar-se para a sua desintegração. Retira-se a argila mais profunda para garantir a textura perfeita para o trabalho; adiciona-se areia para evitar que a louça rache na queima; amassa-se com muito cuidado para extrair pedras e gravetos que provocariam as rachaduras; armazena-se o barro coberto para evitar a evaporação excessiva; guarda-se as peças em caixas d'água para controlar o tempo de secagem e organizar o processo de acabamento das peças... Em cada momento da cadeia produtiva é preciso conter os materiais para que haja o melhor aproveitamento da fornada, que em linhas gerais só acontece uma vez por mês. É importante mencionar que acontece em determinada fase da lua, e as mulheres não podem trabalhar no período menstrual. Caso estas interdições também sejam desrespeitadas, corre-se o risco de as peças saírem rachadas do forno.

O processo de contenção que observei nas etapas da cadeia produtiva da louça de Itamatatiua é um processo identificado por Stuart Hall como uma das estratégias de sobrevivência da cultura popular na contemporaneidade. A contenção, na visão de Hall (2009), é um dos movimentos da dialética nos quais os estudos sobre cultura popular estão inseridos: o conter e o resistir. Por meio destas duas abordagens, o autor trata das clivagens que possibilitam os processos de ressemantização das práticas tradicionais.



Figura 3 Ensaio fotográfico *A contenção do material*. (continua)



Figura 3 Ensaio fotográfico *A contenção do material. (continuação)*

Fonte: autora, 2014.

Conforme a breve narrativa acima, os materiais e as forças da natureza estão em constante embate. O papel das artesãs é o de se anteciparem aos entraves da produção e conterem os materiais, chegando a um ponto de equilíbrio. A característica da *antecipação do resultado* (INGOLD, 2012b) é muito valiosa para pensar o processo criativo e o direcionamento da produção cerâmica para o gosto do turista. Este movimento de pensar à frente é o que caracteriza a atividade projetual – e como pontuei no item anterior, é o que propicia o processo da imaginação. Quando designers chegam a Itamatatiua, já encontram uma forma de produzir baseada nesta antecipação do resultado, do que é esperado pelo *outro*. Contudo, para Ingold, essas formas de antever – a do designer e a do artesão – diferenciam-se; a do artesão caracteriza-se por estar sempre “um passo à frente do material” e isso, na opinião do autor, “não é um modo de predeterminar a forma final das coisas, mas é uma forma de abrir caminho e improvisar uma passagem. Neste sentido, antecipar é olhar através do futuro, e não projetar o futuro a partir do presente” (INGOLD, 2012b, p. 6, tradução livre), como tradicionalmente é conceituado o projetar do designer.

Essa abordagem de Ingold ajuda a problematização das metodologias de projeto de design, principalmente as que envolvem comunidades tradicionais. Como mencionei anteriormente, diversas são as críticas sobre as hierarquias entre saberes acadêmicos e os tradicionais, entre elas, principalmente, constam aquelas em que a criatividade do artesão é tolhida pelos direcionamentos estéticos-formais dos designers.

Em uma entrevista cedida ao sociólogo Paulo Keller (2011), o antropólogo Ricardo Gomes Lima fala de uma comunidade que trabalha com bordado, e que estes eram feitos em cores exuberantes, muito fortes e em combinações contrastantes. O grupo recebeu uma consultoria e para adequarem-se ao mercado, o designer responsável implantou a estética do *ton-sur-ton*. Agora os bordados eram beges sobre o tecido branco. Certo dia, o pesquisador chegou à comunidade e surpreendeu uma artesã bordando que, vendo-o, sentou em cima do bastidor, escondendo o trabalho. Ele a questionou, e a artesã, muito embaraçada, “confessou-se”: estava com saudades do seu bordado colorido e, de vez em quando, bordava do jeito de que ela gostava.

John Thackara (2008) chama a atenção para os modelos de desenvolvimento que privilegiam os valores ocidentais e da economia de mercado como única saída para a geração de inovação; por outro lado, afirma que para que as sociedades atinjam algum grau de sustentabilidade é necessário que os projetos se “localizem”, ou seja, que as soluções projetuais sejam projetadas em contextos reais, considerando-se os atores envolvidos na questão; outro aspecto enfatizado por Thackara é que o objetivo do designer não é especificar planos ou metas, mas é descobri-los no próprio fazer projetual.

Manzini (2015) posiciona o trabalho do designer na contemporaneidade a partir da sua capacidade de mediar e tangibilizar os processos projetuais, que cada vez mais vêm sendo empreendidos por cidadãos (designers difusos), com o intuito de criar soluções que viabilizem as demandas de suas próprias vidas. Neste sentido, o autor posiciona o *designer expert* – aqueles que detêm o conhecimento formal sobre o desenvolvimento de projetos – em um lugar de gestão dos processos criativos e projetuais, e não como um finalizador de produtos, apenas. Enfatiza, ainda, que os processos colaborativos em design se tornam uma ampla conversa multifacetada entre indivíduos e grupos, em colaboração ou em conflitos de pontos de vista (MANZINI, 2015).

A comparação entre o antever do designer e o antever do artesão, trazida por Ingold, e as observações sobre o fazer projetual trazidas por Thackara e Manzini ajudam a analisar a realidade encontrada em Itamatatua. A histórica submissão das artesãs ao que (e a quem) vem de fora, inicialmente os senhores de escravos, depois a Igreja, e na contemporaneidade, os consultores, precisa ser rompida para que a identidade – tão almejada por quem as visitas – seja valorizada por elas próprias.

Retomando a discussão de Hall, precisamos atentar aos processos de transformação cultural, que o autor descreve como sendo um “eufemismo para o processo pelo qual algumas formas e práticas culturais são expulsas do centro da vida popular e ativamente marginalizadas” (HALL, 2009, p. 232). O papel do designer em cadeias produtivas locais precisa ser repensado dentro da lógica da contenção e da resistência, como uma continuidade da própria maneira de trabalhar do artesão.

Para que uma abordagem da parceria dos processos de cocriação sejam eficazes em contextos como o aqui pesquisado, é necessário que se observem questões já há muito tempo discutidas por Thackara (2008), Manzini (2008), e aplicadas, com o “sabor local” por inúmeras iniciativas em todo Brasil e no mundo. Sabe-se que iniciativas que privilegiem ações da base para o topo (MANZINI, 2015) têm maior possibilidades de se estabilizarem e serem bem-sucedidas ao longo do tempo. Questões como temporalidade, localidade, ações que partam dos próprios saberes locais são de extrema importância para a viabilidade de práticas sustentáveis.

A disputa entre o que o mercado deseja e como os artesãos se adequam a essas demandas não é assunto novo. A questão que pretendo enfatizar diz respeito ao reconhecimento do artesão, a partir da sua forma de *antever* os entraves projetuais e o reposicionamento do designer, colocando-se em uma posição de organizador – a partir da sua forma de antever – respeitando e valorizando as práticas locais por meio do projetar do outro. Thackara indica tal posicionamento do designer:

Em vez de percorrer o mundo coletando informações sobre as vidas das pessoas, o desafio do designer aqui é criar sistemas para a troca do conhecimento tácito. Se quisermos trocar valor – em vez de simplesmente extraí-lo ou agir como turistas culturais – o que temos a oferecer? (THACKARA, 2008, p. 254).

A alusão ao papel do turista cultural – aquele que vai ao local, vivencia de forma efêmera e retira o valor desta experiência, sem deixar nada além de (algum) dinheiro – é extremamente frutífero para analisar o caso que ora apresento. O autor fala em troca e não em extração de valor. Neste sentido, o papel do designer não seria o de interferir ou requalificar a produção local, exercendo o poder simbólico de seu posicionamento, como detentor do saber acadêmico e especializado, mas o de mediador e intérprete entre os saberes locais e as necessidades do mercado.

Futuros possíveis para a relação entre designers e artesãos

O filósofo marxista italiano Antonio Gramsci cunhou a expressão *intelectual orgânico* para designar aqueles que produzem conhecimento na *práxis*, na luta con-

tra a hegemonia; reivindicava que todos os homens exerciam atividade filosófica e que todos poderiam refletir, para além da sua condição como subalternos (GRAMSCI, 2006). Venho aqui defender o ponto de vista de que construir metodologias colaborativas de design, na contemporaneidade, implica assumir a possibilidade de que todos os envolvidos na atividade projetual são *designers orgânicos*.

As visões de mundo que se estabelecem são frutos de disputas de poder, pela hegemonia de determinado ponto de vista. No âmbito desta discussão – a cocriação e o compartilhamento de saberes acadêmicos e tradicionais – a consciência da capacidade projetual do artesão precisa ser trazida à tona; o reconhecimento de sua visão de mundo deve ser o ponto de partida para os processos que descentralizem o fazer criativo e a condução do projeto pelos detentores do saber especializado, haja vista as críticas que paulatinamente vêm sendo observadas sobre os designers em contato com artesãos.

Ainda segundo Gramsci, a filosofia espontânea está contida na linguagem, no senso comum e no bom senso. Searas movediças sobre as quais transitamos, as visões de mundo e, principalmente, a antevisão da atividade artesanal precisam ser encaradas como meios para se chegar a projetos compartilhados. A possibilidade de identificação entre artesãos, designers e consumidores deve ser construída por meio dessa linguagem compartilhada que caracteriza os processos de cocriação.

O processo de transmissão do saber-fazer da louça em Itamatatua, como adiantei e discuto de forma aprofundada em outro estudo (NORONHA, 2016), era proveniente de um contato corporal que envolvia mulheres e louça em um movimento contínuo, em que corpos, mulheres e potes eram moldados mutuamente. A identidade da louça local, a louça de Itamatatua, é caracterizada pela cor mais escura que a de outros lugares – “a louça daqui é negrinha que nem nós!” – diz Eloísa, com frequência. A partir da experiência vivenciada no saber-fazer da louça é que estes traços identitários são construídos.

O *saber-fazer* – o conhecer e o colocar o conhecimento em prática – é a *zona de contato* entre os atores da cadeia produtiva e o material do qual a louça se constitui. O saber-fazer, por sua vez, inclui os corpos femininos, que modelam e são, ao mesmo tempo, modelados pelo saber.

Mais do que etapas de suas cadeias produtivas, a extração da matéria-prima, a modelagem, o acabamento das peças e a queima são momentos de transmissão do saber-fazer por meio da corporalidade. As mulheres se constituem enquanto artesãs, pretas e quilombolas, e a cerâmica de Itamatatua se constitui como tal, escura e quebradiça, como as artesãs costumam caracterizá-la. Mulheres e louça constroem-se material e simbolicamente ligadas ao território, através das gerações, por meio de um conhecimento e uma habilidade passados de mãe para filha.

A umidade, a força da gravidade, o fogo, o impacto do transporte, a manipulação das peças são parte do processo produtivo. “Deixados ao léu, os materiais

fogem do controle. Potes se quebram, corpos desintegram. Esforço e vigilância são necessários para manter as coisas intactas, sejam elas potes ou pessoas” (INGOLD, 2012a, p. 36).

A possibilidade de escolher materiais e controlar as forças sobre estes materiais, de conter o transbordamento das coisas, faz com que a atenção sobre o saber-fazer cerâmico recaia sobre estes momentos em que a experiência de trabalho e a vivência com os materiais autorizam a tomada de medidas contingenciais para a produção da louça.

Assumir a antecipação – o *foresight* – das artesãs posiciona-as em lugar ativo, considerando a experiência do fazer como o capital de negociação pela sua própria identidade como louceiras, quilombolas e pretas de Santa Tereza. O saber-fazer, denominação corrente nas políticas públicas contemporâneas para se referir ao artesanato, enfatiza dois conceitos representados pelos verbos que compõem o termo: o saber, acumulado através dos tempos, materializado no que é aludido como a *tradição* na produção artesanal; e o fazer, habilidade manual adquirida ao longo da experiência de vida do artesão, o que é considerado como sendo a principal característica do artesanato, o que o distingue de outros tipos de trabalho, pelas definições acadêmicas e políticas.

Referências

- ALMEIDA, A. W. B. *Laudo Antropológico de Identificação das Comunidades Remanescentes de Quilombo em Alcântara* (Vol. 1 e 2). Mimeo, 2002.
- _____. *Os quilombolas e a base de lançamento de foguetes de Alcântara*. São Luís: Ibama, 2006.
- BORGES, A. *Design + Artesanato. O caminho brasileiro*. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.
- CANCLINI, N. G. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- CLIFFORD, J. *The Predicament of Culture*. Cambridge: Harvard University Press, 1988.
- COHEN, E. Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 15, p. 371-386, 1988.
- GRAMSCI, A. *Cadernos do Cárcere. A filosofia de Benedetto Croce. Vol.1*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediação cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

INGOLD, T. Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 18, n. 37, p. 25-44, jan./jun. 2012a.

_____. **The work of the imagination in the texture of the present**. Texto da Conferência proferida na abertura do evento homônimo, promovido pelo PPCIS/ UERJ, em novembro de 2012b.

KELLER, P. Artesanato em debate: entrevista com Ricardo Gomes Lima. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 8, n. 15, p. 187-210, 2011.

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

MACCANNELL, D. Staged Authenticity. In **The tourist: a new theory of the leisure class**. New York: Schocken Books, 1989.

MANZINI, E. **Design, when everybody designs**. An introduction to design for social innovation. London; Cambridge: The MIT Press, 2015.

MILLS, C. W. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

MORAES, D.; KRUCKEN, L. (Org.). **Cadernos de estudos avançados em Design**. Belo Horizonte: EdUEMG, 2009.

NORONHA, R. Corpo e saber-fazer: da cosmologia à política. In SANTOS, D.; NORONHA, R.; CARACAS, L.; CESTARI, G. (Org.). **Artesanato no Maranhão: práticas e sentidos**. São Luís: EDUFMA, 2016.

_____. **Dos quintais às prateleiras: as imagens quilombolas e a produção da louça em Itamatatuiua – Alcântara – Maranhão**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015a.

_____. Era uma vez no quilombo: narrativas sobre turismo, autenticidade e tradição entre artesãs de Alcântara (MA). **Textos escolhidos de cultura e arte populares**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p. 43-60, mai. 2015b.

_____. Do centro ao meio: um novo lugar para o designer. In **Anais do 10º P&D**. São Luís, 2012a.

_____. Sobre a *louça*, o *linho* e a rede: processos contemporâneos de construção de valor e identidade entre artesãos de Alcântara (MA). **Revista Pós-Ciências Sociais**, v. 9, n. 17, p. 175-200, 2012b.

_____. (Org.). **Identidade é valor: as cadeias produtivas do artesanato de Alcântara**. São Luís: EDUFMA, 2011.

PAULA ANDRADE, M. De pretos, negros, quilombos e quilombolas: notas sobre a ação judicial junto a grupos classificados como remanescentes de quilombo. **Boletim Rede Amazônica**, ano 2, n. 1, p. 37-43. Rio de Janeiro: IRD/PPGAS-UFRJ/NAEA-UFRJ/NAEA-UFPA, 2003.

PAULA ANDRADE, M.; SOUZA FILHO, B. **Fome de farinha: deslocamento compulsório e insegurança alimentar em Alcântara**. São Luís: EDUFMA, 2006.

PRADO, R. **Todo ano tem**. A festa na estrutura social camponesa. São Luís: EDUFMA, 2007.

SÁ, L. M. **O pão da terra**. Propriedade comunal e campesinato livre na Baixada Ocidental Maranhense. São Luís: EDUFMA, 2007.

VAN DEN BERGUE, P. **The quest for the other: ethnic tourism in San Cristóbal, Mexico**. Seattle, Londres: University of Washington Press, 1994.