

**Histórias do Design no Rio Grande do Sul – II** é uma obra que compila as pesquisas realizadas na disciplina 'Tópicos Especiais em Design: História do Design no Brasil', oferecida pelo Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS entre julho e setembro de 2023. Este é o segundo volume focado nas histórias do design gaúcho, sucedendo o primeiro volume originado em 2019. A disciplina, que teve suas raízes na FAUUSP em 2007, já percorreu São Paulo, Minas Gerais e Paraná, resultando em relevantes contribuições para a historiografia do design local, publicadas em livros, artigos, teses e dissertações.

A abordagem da Micro-história utilizada nessas pesquisas destaca-se por preencher lacunas na história de um Brasil continental, revelando tanto similitudes quanto peculiaridades regionais no âmbito cultural e industrial. A riqueza deste empreendimento acadêmico é ampliada pelas parcerias institucionais e docentes, como a colaboração entre o PPGDesign da USP e o PGDesign da UFRGS.

Este volume apresenta dez monografias selecionadas, que aprofundam temas que interligam o design com educação, saúde, artesanato, patentes, políticas públicas, sustentabilidade, moda e vestuário, identidade visual e jogos, contribuindo para a compreensão da rica trajetória econômica e industrial do Rio Grande do Sul e sua relação com o design. A continuidade desse projeto, iniciado com a publicação do primeiro livro em 2021, destaca a importância de registrar e valorizar as histórias do design regional, fortalecendo a identidade do design gaúcho e demonstrando a capacidade projetiva dos brasileiros em criar soluções inovadoras e de qualidade.

*Airton Cattani* – Editor

**HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL - II**  
Braga e Curtis (Orgs.)

# HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL - II

Marcos da Costa Braga  
Maria do Carmo Gonçalves Curtis  
Organizadores



# HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL - II

---

Marcos da Costa Braga  
Maria do Carmo Gonçalves Curtis  
Organizadores



# Mão Gaúcha: aliança entre artesanato e design

*Rosana Dutra Menezes  
Maria do Carmo Gonçalves Curtis  
Jocelise Jacques de Jacques*

## Introdução

**O**Rio Grande do Sul é uma terra de contrastes, onde a tradição e a contemporaneidade se entrelaçam de maneira única, dando origem a uma rica e diversificada cena cultural. No âmbito do artesanato e do design, essa fusão de elementos tradicionais e modernos é particularmente marcante. O projeto Mão Gaúcha emerge de modo significativo nesse diálogo entre passado e presente. Este capítulo trata da aproximação do design e do artesanato no Rio Grande do Sul pela lente do projeto Mão Gaúcha, abordando sua articulação no estado e investigando como o projeto se posicionou nessa trajetória.

O artesanato tem raízes profundas na cultura gaúcha e, junto com o design, que é agente transformador da estética e da funcionalidade, são elementos que historicamente ajudaram a moldar a identidade cultural do Rio Grande do Sul. A interseção entre esses campos resulta em produtos que não só preservam as tradições culturais, como se adaptam às demandas e tendências da contemporaneidade. Nesse contexto, o projeto Mão Gaúcha, como uma iniciativa pioneira, desempenha um papel fundamental.

Essa pesquisa se justifica pela necessidade de compreender

a evolução e os desafios enfrentados pela relação entre artesanato e design no contexto do Rio Grande do Sul, bem como os motivos que levaram à descontinuidade do projeto Mão Gaúcha, um marco nesse diálogo ocorrido entre o fim dos anos 1990 até a primeira década dos anos 2000. Além disso, o estudo destaca a importância da preservação das tradições culturais, ao mesmo tempo em que se promove a inovação no campo do design.

Para alcançar os objetivos propostos, esta pesquisa guiou-se pela perspectiva da Micro-História, analisando detalhadamente a trajetória do projeto dentro de um recorte temporal e espacial da história da cultura gaúcha. Numa abordagem qualitativa, a história oral foi empregada como procedimento metodológico, por meio de entrevistas com especialistas no campo do artesanato que fizeram parte do projeto, enriquecendo a pesquisa com perspectivas práticas e experiências pessoais. Segundo Neves (2003), “a história oral, ao dedicar-se a recolher depoimentos individuais, que se referem a processos históricos e sociais, apresenta inúmeras potencialidades metodológicas e cognitivas.”

Foram coletados depoimentos das artesãs associadas à Cooperativa dos Artesãos do Rio Grande do Sul Ltda. (COOPARIGS) Vivian Andretta e Vera Junqueira. Adicionalmente, foram recolhidos dados bibliográficos e análise de documentos. Adélia Borges e Marcela Lima contribuíram ao contextualizar a relação entre os dois campos e para compreender as complexidades envolvidas nessa interação. As dissertações de Mara Eliza Garske e Fabiane Escobar Fialho forneceram uma base sólida para a compreensão do projeto Mão Gaúcha e sua importância no contexto das indústrias criativas e do design. Elas dão acesso ao pensamento de Brunhild Fritsch, presidente e artesã da marca Mão Gaúcha desde sua criação,

de Vânia Fernandes, coordenadora da carteira de turismo e artesanato do SEBRAE-RS, de Angela Klein, coordenadora do projeto Mão Gaúcha de 1996 a 2004, da designer Heloísa Crocco e as das arquitetas Maria Cristina de Azevedo Moura (Tina) e Ana Luísa Lo Pumo (Lui). Como resultados da pesquisa, é possível afirmar que o estudo da trajetória do Mão Gaúcha demonstra que a interação do artesanato com design e canais de venda como redes de lojas demanda esforços por todos os envolvidos no processo. Nas relações interpessoais, a compreensão de que a interação design-artesanato significa uma alternativa vantajosa para ambas as partes. Na abordagem comercial, cabe realizar uma adaptação cuidadosa com as condições específicas com as quais os artesãos estão acostumados a trabalhar, possibilitando a manutenção das características do processo artesanal.

### **Considerações sobre artesanato e design**

Este tópico introduz os conceitos de artesanato e design, delineando suas características e interconexões e destaca a importância de sua consonância na criação de produtos de valor.

Há muita discussão em torno do conceito de ‘artesanato’. Diversos autores e organizações apresentaram suas próprias definições e categorizações. Dentre elas, está o conceito adotado pelo Simpósio Internacional UNESCO/ITC que diz:

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente a mão, com uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com o uso de matérias-primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas,



de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social. (UNESCO/ITC 1997, p.8).

Marcela Lima (2015) afirma que o universo artesanal não é uma realidade homogênea. Ele pressupõe modos de fazer diferentes, estilos de vida diferentes, visões de mundo diferentes e estéticas diferentes. Para o SEBRAE (2010), o artesanato é definido como qualquer atividade de produção que resulte na criação de objetos e artefatos finalizados, produzidos de forma manual ou com o uso de métodos tradicionais ou simples, demonstrando habilidade, destreza, qualidade e criatividade. Neste trabalho, o conceito de artesanato é definido como a habilidade de confeccionar artefatos manualmente, a fim de contar e/ou representar a história e cultura de uma região, de modo singular e original.

De acordo com o IBGE (2011), o Brasil possui aproximadamente oito milhões de artesãos. É provável que esse número seja maior devido à defasagem de tempo na coleta desse dado e à informalidade desse setor, especialmente nas áreas rurais, onde a prática artesanal é vista como uma atividade complementar e raramente é mencionada nos censos. Segundo estatísticas do IBGE (2011), o artesanato gera um movimento econômico de cerca de 50 bilhões de reais por ano no país e é uma fonte de renda para cerca de 10 milhões de pessoas. Destaca-se que em 67% dos municípios brasileiros o artesanato desempenha um papel significativo na economia local, podendo ser o ofício um dos cinco principais contribuintes para o PIB do país.

Um artesão que vive nas grandes cidades movimenta cerca de três salários-mínimos por mês; e o das pequenas cidades, meio salário-mínimo. Esses números são reais, temos feito levantamento nesse sentido. Então, se fizermos uma média de um salário-mínimo por mês por artesão e multiplicarmos por 8,5 milhões, teremos uma cifra de R\$55 bilhões anuais. (BORGES, 2011 *apud* LIMA, 2016, p. 12).

Na outra extremidade situa-se o design, cuja definição, assim como a do artesanato, diverge de acordo com os autores da área. Para Marcela Lima (2016), a definição de design é complexa e variável, já que deve ser considerado o contexto, as ideologias e os interesses de como, quando e por quem o termo já foi conceituado na literatura. Gustavo Amarante Bomfim (1994), considera que:

(...) essa atividade objetiva a configuração de objetos de uso e sistemas de informação. Configuração significa, por um lado, processo ou projeto (configurar), por outro lado, o resultado deste processo, isto é, a forma (a figura) e ambos pertencem à relação que se estabelece entre sujeito e objeto. (...) objeto é uma unidade entre forma e conteúdo. O conteúdo é a essência do objeto, isto é, o conjunto de elementos que definem sua natureza e utilidade. Forma, por sua vez, é a expressão da essência, ou seja, o conjunto de aspectos de um objeto, que se pode perceber sensorialmente, imaginar e representar. Forma e conteúdo dependem dos processos de produção (custos, fabricação, tecnologia, legislação etc.) e uso nos níveis objetivo, biofisiológico, psicológico, sociológico etc. e de variáveis gerais, como por exemplo as de natureza cultural e ecológica. Design é, então, essencialmente uma práxis que é acompanhada de teorias. Teoria e práxis são partes de um mesmo processo, cujo desenvolvimento objetiva uma situação ideal, pré-determinada por valores que almejam uma utopia. (BOMFIM, 1994 *apud* LIMA, 2016, p.15).

Nesse estudo, o design tem o significado de projeto. Para projetar, é necessário definir o que, por quem e para quem será feito, além dos recursos que serão utilizados. Hoje, o design representa uma abordagem abrangente do projeto, uma ferramenta poderosa para estimular o consumo, pois se tornou indispensável na contemporaneidade ao conferir características estéticas e funcionalidade à produção.

Muitos autores argumentam que o design teve sua origem em resposta à crescente demanda desencadeada pela Revolução

Industrial, que tornou os produtos mais baratos e diminuiu o tempo de execução, ampliando as possibilidades de consumo. Esse processo intensificou a necessidade de resolver questões relacionadas à estética dos produtos.

No livro 'Objetos de Desejo', Adrian Forty (2007) narra "a história do design como a história das sociedades", afirmando que as transformações no design refletem e exercem impacto nos mecanismos das economias modernas, estabelecendo uma relação recíproca entre esses dois elementos.

Diante das transformações que se desenrolam na sociedade contemporânea, marcadas pela crescente conscientização sobre a necessidade de reduzir o impacto ambiental humano, de mitigar a desigualdade social, buscar um crescimento econômico sustentável, reconfigurar as cidades de maneira mais humanizada e equânime e promover uma redemocratização, observa-se que o design passou a colaborar de maneira sinérgica com outras áreas de atuação (LIMA, 2016). No Brasil, uma abordagem que os designers adotaram é a intervenção no campo do artesanato, atividade que desempenha um papel significativo na economia e na cultura do país.

### **Artesanato e Design: interseção no contexto histórico nacional**

Este tópico aborda aspectos históricos da relação entre artesanato e design no Brasil, destacando como evoluíram ao longo do tempo e influenciaram-se mutuamente. A confluência do design com o artesanato ocorreu a partir dos anos 1960 graças às iniciativas pioneiras de Lina Bo Bardi e Aloísio Magalhães em valorizar os objetos artesanais e a cultura popular do país (LIMA, 2015). Embora nunca tenham se encontrado, há registros de ambos discutindo o

tópico sob uma perspectiva crítica. Para Bardi (1994),

[...] o artesanato como corpo social nunca existiu no Brasil, o que existiu foi uma imigração rala de artesãos ibéricos ou italianos e, no século XIX, manufaturas. O que existe é um pré-artesanato doméstico esparso, artesanato, nunca. (BARDI, 1994, p. 12).

Ao analisar a produção popular brasileira durante os anos 1970 e 80, Lina Bo Bardi destaca a importância dos objetos feitos com recursos limitados, muitas vezes utilizando materiais descartados pela indústria, como o retrato fiel dos "esforços desesperados de uma sociedade condenada à morte, que denuncia sua existência intolerável" (BARDI, 1994, p. 48).

Em contrapartida, Magalhães (1985) sustentava a ideia de que toda expressão criativa brasileira com traços de artesanato pode ser descrita como uma forma preliminar de design, ou pré-design, como o próprio autor conceitua:

"É possível até caracterizar-se esta alta inventividade como uma atitude que se poderia chamar de pré-design: o homem brasileiro estaria intuitivamente mais próximo de conceitos de design do que propriamente artesanais, no sentido clássico." (MAGALHÃES, 1985).

Isso ocorre porque, de acordo com o autor, essa expressão não possuía raízes profundas nem estabelecidas na manipulação da matéria-prima, o que, em sua visão, a diferencia do artesanato clássico: "Diria, de início que, na realidade, dentro dos padrões ortodoxos, não existe artesanato no Brasil. O que existe é uma disponibilidade imensa para o fazer." (MAGALHÃES, 1977, p. 131). No ano de 1975, Aloísio Magalhães fundou o Centro Nacional de Referência Cultural — CNRC. Operando independentemente do âmbito governamental, mas com o respaldo de 12 instituições públicas, o CNRC tinha como propósito aprofundar o entendimento sobre o Brasil. A partir dessa compreensão, buscava elaborar modelos inovadores para o desenvolvimento

social e econômico do país.

Dois anos depois, segundo a Confederação Nacional dos Artesãos do Brasil (CNARTS), a política de fomento ao artesanato brasileiro assumiu um caráter sistematizador quando o Governo Federal, via Ministério do Trabalho, instituiu o Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato (PNDA) com a finalidade de coordenar as iniciativas de promoção do artesanato, a produção e a comercialização do artesanato brasileiro. No período entre 1970 e 1980 houve um afastamento entre as duas áreas, com um notável antagonismo e resistência por parte dos designers em estabelecer conexões (LIMA, 2015). Um aspecto que pode explicar a postura destes profissionais é que sua formação é similar à ESDI e princípios racionalistas ligados à HFG Ulm.

Enquanto isso, o PNDA vinha sofrendo diversas reformulações e adequações às condições e definições, de acordo com cada momento vivido, influenciado principalmente pela globalização. Até que em 1991 foram revogados os Decretos retrocitados e instituído o Programa do Artesanato Brasileiro-PAB no âmbito do extinto Ministério da Ação Social e, posteriormente, passou a ser vinculado ao Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, que foi sucedido em sua competência pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior-MDIC (CNARTS, 2015).

Com o ápice da globalização nos anos 1990, promovido pela expansão do neoliberalismo, estabeleceram-se relações mais rápidas na produção, consumo e troca de bens e serviços. Nesse novo cenário, os artesãos que até então eram marginalizados e substituídos por profissionais que possuíam conhecimentos e habilidades técnicas voltados para a produção final e sua adequação às demandas do mercado de consumo, os artesãos passam a ser 'acolhidos' por entidades de caráter

mercadológico. Essas entidades, por sua vez, adotam estratégias para conquistar espaços e consumidores na contemporaneidade, desejosos por novidades. Uma delas era a criação de objetos novos para o mercado, valorizando gostos e culturas diferentes daqueles oferecidos pelo mercado industrial. Passam a defender a ideia de introduzir certas inovações nos produtos artesanais para melhorar sua competitividade comercial, mas repensando as ações de produção e consumo.

As barreiras culturais se tornaram mais permeáveis, permitindo o compartilhamento de conhecimentos nativos. A extinção dos modos produtivos pré-industriais não se concretizou. Pelo contrário, houve uma expansão do artesanato no meio social, promovendo uma atenção especial à sua função simbólica, conforme Borges (2011). Nessa ressignificação, o que passa a contar é a capacidade dos objetos de aportar ao usuário valores que só agora são reconhecidos, como o calor humano, a singularidade e o pertencimento.

O exótico entrava em evidência. Segundo Braga (2023), com a globalização, começa um movimento internacional da classe média: comprar 'coisas diferenciadas' que tivessem raízes culturais. Somam-se a isso as preocupações climáticas e ambientais, que resultaram em diversos movimentos de caráter sustentável como por exemplo a Eco 92<sup>I</sup>. Pouco depois, eclode no Brasil o Ecodesign. Lançado pela FIESP em 1997, em parte associado ao artesanato cultural, o Ecodesign é considerado um meio de renovação do design, como ocorreu em alguns países da Europa, como a Itália que nos anos 1960 se aproximou do artesanato popular. Assim, o artesanato é explorado pelo mercado internacional, pois há uma percepção global do artesanato como um forte ativo de exportação (BRAGA, 2023).

Conforme apontado por Borges (2011), começa então uma

1. A II Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, conhecida como eco-92, teve lugar no Rio de Janeiro de 3 a 14 de junho de 1992. Seu propósito era abordar as questões relacionadas à degradação ambiental global e promover discussões sobre o desenvolvimento sustentável. Realizada no centro de convenções do Rio Centro, a conferência reuniu representantes de 108 países. Durante o evento, foram aprovados importantes documentos, incluindo a Carta da Terra, a Agenda 21, a Convenção sobre Biodiversidade, a Convenção sobre Mudanças Climáticas e a Convenção sobre Desertificação. (Revista de audiências públicas do Senado Federal, 2012).

tendência em que essas entidades passam a deslocar ‘agentes do design’ para regiões do interior do Brasil, prestando serviços de consultoria aos Arranjos Produtivos Locais (APLS), para redescoberta e revitalização das tradições artesanais. Em busca de resgatar métodos antigos e introduzir novas perspectivas criativas, desempenham um papel ativo na adaptação dos produtos e processos de produção, ajustando esses produtos às demandas do mercado. Essa contribuição é particularmente notável nas iniciativas do SEBRAE, devido ao grande número de grupos de artesãos e designers envolvidos e a experiência acumulada no Programa e a abrangência em todo o território nacional. Destaca-se a contribuição dos designers Janete Costa, Renato Imbroisi e Heloísa Crocco, tendo esta última forte relação com o artesanato gaúcho.

### **História e características do artesanato gaúcho e o desenvolvimento do design no Rio Grande do Sul**

Nesta seção serão examinados aspectos da história do artesanato gaúcho, suas características e o crescimento do design, demonstrando como ambos se entrelaçam na cultura regional. O Rio Grande do Sul abriga uma variedade de culturas moldadas por influências diversas, como os imigrantes italianos que se estabeleceram principalmente na região serrana do Noroeste; os alemães, que ocuparam o vale do Rio dos Sinos, ao norte de Porto Alegre; e os portugueses, que permaneceram na faixa litorânea. Incluem-se aí as culturas dos indígenas e dos escravizados africanos. Ao longo do tempo, as técnicas advindas dessas influências foram evoluindo e se ajustando às necessidades locais (LESSA, 1996).

O folclore gaúcho é muito rico, abrangendo tradições do povo, expressas em lendas, crenças, canções e costumes, além dos hábitos do Pampa. Esta região fica na fronteira

com o Uruguai e a Argentina, e se caracteriza pelo chimarrão, o churrasco e o traje típico gaúcho, como bombachas, ponchos e lenços no pescoço. Certos elementos fundamentais no artesanato gaúcho incluem materiais como algodão, linha, lã, couro não processado, metais preciosos como prata e ouro, arames, fibras vegetais como palhas de milho, trigo e arroz, além de recursos naturais como a bananeira, capim, junco, vime, taquara, madeira, chifre, cascos, ferro e couro, que são entrelaçados e trabalhados em teares (LESSA, 1996).

Já em relação ao design gaúcho, as ações que fazem parte da integração da área na indústria e na educação mostram que esse processo acontece de maneira diferente em comparação com o contexto nacional (CURTIS, 2017). Segundo Pesavento (1985), a designação de ‘celeiro do Brasil’ em relação à sua economia dificultou a introdução da indústria no Rio Grande do Sul. Com a região ainda ligada ao antigo modelo de produção em massa, a adaptação ao novo paradigma tecnológico foi adiada (CONCEIÇÃO, 2010 *apud* CURTIS, 2017). Além disso, a demora na institucionalização do ensino de design foi outra dificuldade. Entretanto, há muito tempo o gaúcho, como profissional de design de produto ou gráfico, mostra-se comprometido com a área, conseguindo alcançar um reconhecimento em todo o país ao longo das gerações, conforme afirma Braga (2021),

O campo profissional se desenvolveu no Rio Grande do Sul antes de ser iniciada a graduação em design em fins dos anos 1980. No começo da institucionalização do design, no Brasil, nos anos 1960, os designers gaúchos constituíam o segundo maior grupo de filiados à pioneira Associação Brasileira de Desenho Industrial, ABDI, atrás somente dos paulistas que tinham a sede da entidade. (BRAGA, 2021, p. 8)

Um indicador desse comprometimento foi o lançamento da primeira especialização nacional profissional em design de produtos: o programa de Pós-Graduação em Design



Industrial do Brasil, instaurado pela PUCRS em 1985, atendendo à demanda da Federação das Indústrias do Estado. Portanto, a implantação do design no Rio Grande do Sul é influenciada sobretudo pelas oportunidades de trabalho local e pela prática projetual da indústria, com destaque ao setor de utilitários domésticos, capitaneado por Bornancini e Petzold (CURTIS, 2017).

No entanto, o design não se limita a criar produtos, mas desempenha um papel significativo na organização da sociedade, promovendo o crescimento de projetos e produtos, permitindo a inclusão de uma variedade de pessoas e materiais no mercado. Uma maneira de fazer isso é a produção de produtos artesanais que envolvem técnicas especializadas e artesãos qualificados. Nesse sentido, o design entra em cena para potencializar o valor dos produtos artesanais e contribuir para a geração de renda dos artesãos, resgatando e promovendo a importância do artesanato local. No Rio Grande do Sul, uma das iniciativas que adotava esse tipo de abordagem foi o projeto Mão Gaúcha.

### **História e contexto do projeto**

Este tópico detalha a história e contexto do projeto Mão Gaúcha, delineando seus objetivos, abordagens, exemplos de produtos e colaborações que moldaram a cena artesanal e de design no Rio Grande do Sul. Em 1972, diante da miséria encontrada na Ilha Grande dos Marinheiros, RS, a irmã Marie-Eve Collard, da Congregação de Santo Agostinho, iniciou um trabalho social com as mulheres residentes da região. Foi fundada a Cooperativa dos Artesãos das Ilhas do Guaíba Ltda. (COOPARIGS) com o objetivo de produzir ponchos e cobertores de lã para geração de renda dessas mulheres. (FIALHO, 2012).

Como o acesso à ilha é dificultado nos meses de inverno, os artesãos ficavam isolados, estagnando a venda de seus produtos. A cooperativa então se mudou para o bairro de Higienópolis, em Porto Alegre, despertando interesse de um maior número de artesãos. Surgia a Cooperativa dos Artesãos do Rio Grande do Sul Ltda — COOPARIGS, em 1985. Seu principal objetivo era promover a formação profissional dos membros e outros artesãos (GARSKE, 2009).

Em 1990, com a intensificação da globalização, a concorrência de produtos similares de países vizinhos tornou o artesanato local menos competitivo. A inserção cada vez maior de lã sintética, roupas de inverno com outros tipos de fibras reduziu a demanda por lã. Em 1996, Brunhild Fritsch, uma das fundadoras e presidente da COOPARIGS, buscou a assistência do SEBRAE-RS com o objetivo de melhorar os processos de fabricação e o atendimento ao mercado, na esperança de revitalizar o mercado de artesanato local (GARSKE, 2009).

Inicialmente, a cooperativa ampliou sua variedade de produtos artesanais, incluindo materiais como couro, cerâmica, fibra, madeira, seda, pedras e prata. Isso aumentou a quantidade de produtos disponíveis. No entanto, era necessário impulsionar as vendas, promover o desenvolvimento do artesanato e torná-lo mais visível. Em setembro de 1998, com a parceria oficial entre SEBRAE-RS e COOPARIGS, nasceu o 'Mão Gaúcha' como uma estratégia organizada para revitalizar uma atividade de subsistência que estava quase extinta, buscando na tradição um novo conceito para o artesanato gaúcho (GARSKE, 2009).

### **Objetivos e abordagem**

A marca 'Mão Gaúcha' foi criada para destacar e dar visibilidade ao artesanato do Rio Grande do Sul, representando

uma ação de marketing no contexto do projeto. Nos primeiros anos, foram adotadas estratégias para sustentação de sua estrutura. Para isso, uma equipe técnica foi gerada e qualificada. Composta por consultores nas mais diversas áreas, especialistas responsáveis por treinamentos e oficinas possibilitaram aos artesãos adquirir habilidades variadas no uso da matéria-prima para a criação de suas peças. Além disso, foram ensinadas práticas de armazenamento e gestão de estoque, reutilização de resíduos e a exploração de alternativas de materiais (GARSKE, 2009).

Heloísa Crocco, uma das designers referência do artesanato filiado ao design, juntamente com Ângela Klein, coordenadora do projeto e do Programa SEBRAE-RS de Artesanato na época, convocaram a primeira seleção de designers que seriam responsáveis pela criação e desenvolvimento da marca, da comunicação visual, dos materiais gráficos e dos produtos. Dentre eles, Tina Moura e Lui Lo Pumo (FIALHO, 2012).

E eu e a Lui não éramos da área do artesanato, nada, nada. Nós éramos arquitetas, funcionando com interiores e design. (...) A Heloísa nos chamou porque conhecia a gente e confiou muito. (...) Ela, assim como o Renato Imbroisi, tem muita percepção, ela encontra pessoas estratégicas. Ela tem um olho... e, de fato, houve uma identificação muito grande. Então começamos. A Lui numa pesquisa de couro e eu numa pesquisa de palha. (...) A intenção era pontuar o produto artesanal, autêntico, de tradição. (...) Então era pegar um pouco a tradição do fazer, e fazer os produtos com esse olhar mais contemporâneo nas tipologias que nós achávamos. Era o couro, a fibra, a cerâmica e a lã. (...) Então se fez uma pesquisa e começou a se trabalhar com os mestres (MOURA, 2011 *apud* FIALHO, 2011).

Nas consultorias especializadas, os artesãos aprenderam diversas maneiras de tornar o produto mais atraente para os consumidores ávidos por novidades, utilizando técnicas de marketing, apresentação, combinação de cores e estímulo visual.

Planos de ação foram implantados com o objetivo de tornar o produto artesanal mais visível, atraente e competitivo possível, e transformá-lo em uma marca autossustentável, reconhecida regional, nacional e internacionalmente. Isso teria o potencial de fazer do artesanato um impulsionador social, cultural e econômico no estado, conforme afirma Vivian Andretta, artesã, arte educadora, designer e ex-estagiária atuante em diversos setores da COOPARIGS.

Foi um projeto pioneiro no sentido de pensar uma franquia de artesãos. A ideia era pensar um modelo mais padronizado de manualidade, com um controle de qualidade um pouco maior, uma sistematização maior, num modelo mais capitalista, de mercado. (...) Uma ideia de artesanato empreendedor, que até então era muito distante da realidade dos artesãos. Porém, a aproximação do SEBRAE, tornou possível enxergar o artesanato como parte do sistema de mercado, para além de sua feitura, através da comunicação de sua identidade (ANDRETTA, 2023).

### **Exemplos de produtos e colaborações**

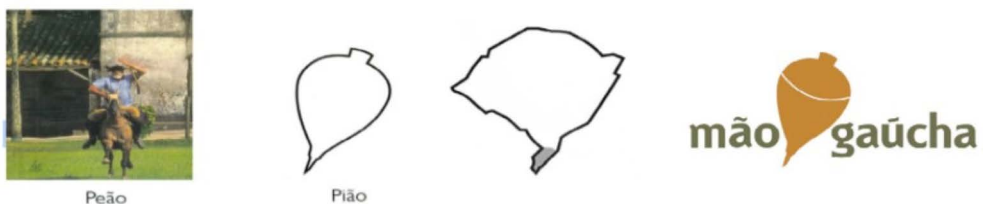
Nesta seção apresentamos uma seleção de produtos criados no projeto, destacando a habilidade e a criatividade dos artesãos envolvidos. Investigamos as colaborações notáveis que enriqueceram o processo criativo e acrescentaram valor às peças desenvolvidas. Como ponto de partida da relação, em 1998, o SEBRAE-RS e a COOPARIGS assinaram um convênio com a Associação Manos Del Uruguay para a implementação do projeto 'Design na Trama — Lã e Fios Alternativos'. Durante as oficinas de criação de produtos, ocorreu o primeiro contato entre artesãos e designers, com a participação de designers de diferentes lugares do mundo. Visavam capacitar os artesãos gaúchos e dar ênfase ao design, adicionando valor aos produtos que comercializavam. Além disso, os produtos resultantes das oficinas foram exibidos em várias exposições em locais



de grande relevância cultural e social, e apresentados em diversas feiras (SESCOOP, 2008).

O manual de identidade visual da marca (Figura 1) foi elaborado pelo designer mineiro Marcelo Drummond, além do catálogo de produtos, embalagens, expositores e um ambiente inteiro de uma loja (Figura 8). Foram desenvolvidas etiquetas com a marca<sup>2</sup>, certificados de origem e uma categorização dos produtos com base em suas diversas coleções (Figura 2). Foi produzido um estudo da iconografia da região do Rio Grande do Sul para fundamentar a criação das coleções. Os textos informativos foram concebidos pelo escritor Luís Fernando Veríssimo (BORGES, 2006).

Figura 1: Marca Mão Gaúcha (Acervo Ângela Klein).



Peão

Piã

Figura 2: Embalagens, etiquetas e display Mão Gaúcha (Acervo Ângela Klein).



No ano seguinte, foi criada a Central de Comercialização Mão Gaúcha (Figura 3), cujo propósito era coordenar as diversas fases do processo de venda dos produtos, oferecer apoio técnico e administrativo às comunidades de artesãos e promover estratégias de marketing. Como resultado dessas iniciativas, a renda mensal dos artesãos aumentou significativamente, registrando um crescimento de 200%. Assim foi criado o selo Mão Gaúcha para participar em várias feiras nacionais relacionadas à decoração, ao design e ao artesanato, com o objetivo constante de fomentar o desenvolvimento de negócios.

Figura 3: Central de Comercialização COOPARIGS e Mão Gaúcha (Ângela Klein).

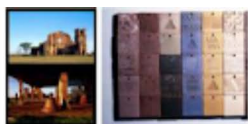


Com referência aos produtos, a primeira coleção lançada em 1999 foi assinada por Heloísa Crocco e levava o nome 'Missões'. Sua matriz partia da iconografia indígena das ruínas jesuíticas dos Sete Povos das Missões. Padrões, texturas e paletas de cores presentes nas ruínas arquitetônicas e fragmentos de cerâmica passaram por uma minuciosa investigação, conduzida por um antropólogo, e foram utilizados como inspiração para criar elementos de design de superfície (Figura 4). (CROCCO STUDIO *apud* PRUDÊNCIO, 2011).

2. Para a concepção da marca do Mão Gaúcha, o designer Marcelo Drummond explora a analogia formal do brinquedo pião como elemento central, que representa o contorno geográfico do Rio Grande do Sul e está ligado a uma lembrança afetiva para muitas pessoas, pois é um brinquedo artesanal. Nesse contexto, o designer concebeu uma marca que incorpora elementos da cultura local, o que é particularmente significativo, dado o forte senso de identidade e pertencimento dos habitantes do estado (AZEVEDO e DAMASCENO, 2019).



**Temática**  
**Arte e arquitetura**  
 Inspiração na arte popular gaúcha (fibra, couro e têxtil) e nos detalhes presentes no patrimônio edificado local



**Configuração estética**  
**Forma**  
 detalhes do patrimônio edificado local (linha missões)  
**Cor**  
 Utilização da cor natural dos materiais empregados



**Material**  
**Couro, fibra e têxtil**  
 materiais locais na confecção das peças.  
**Processos**  
**Técnica artesanal local**  
 Criação com bases nas técnicas artesanais tradicionais.

Figura 4: Materiais e técnicas (A CASA apud PICHLER, 2012).



Figura 5: Linha Couro Pampas (A CASA).



Figura 6: Linha Fibra (A CASA apud PICHLER, 2012).

A 'Coleção Serra' tinha como objetivo resgatar a tradição dos imigrantes italianos. O design diferenciado desses produtos foi um sucesso, resultando no primeiro grande pedido feito por uma renomada rede de varejo do estado, a Tok&Stok. Naquele momento, o artesanato gaúcho começava a se integrar com o design, ganhando presença em um dos principais locais de consumo industrializado e padronizado do país, conforme apresentado nas Figuras 5 e 6. Na Tok&Stok, a produção em massa e o design industrial, em sua forma mais pura, são vistos como símbolos de distinção, popularização e, paradoxalmente, elitização (FIALHO, 2012).

Figura 7: Puxadores Tina & Lui (Brunhild Fritsch) | Banco de Fibras (Catálogo 1999).



Em 2001, o setor teve um expressivo crescimento com a inclusão de 66 novos clientes, o treinamento de 486 artesãos, a comercialização de 20.932 produtos e uma receita anual de R\$ 180.000,00. A inauguração da primeira loja Mão Gaúcha no Shopping DC Navegantes ocorreu em 27 de junho de 2002, conforme a Figura 8. Além disso, o número de municípios envolvidos aumentou de 24 para 34 núcleos de produção (GARSKE, 2009).

Isso ajudou a COOPARIGS a se lançar no cenário internacional, por meio do empreendimento de exportação denominado AVEC<sup>3</sup>, o qual teve origem quando o designer Ivan Baj,

3. A Arcade Avec é uma marca de produtos de decoração fundada por Van Baj e Paulo Haub, a partir da paixão por objetos artesanais e pelo Brasil, com o objetivo de servir como uma instituição de caridade para conseguir oportunidade de trabalho para mulheres. (<https://www.badenbaden.nl/en/brand/arcade-avec-en/>).





Figura 8: Franquia Galeria 5ª Avenida Center (fotografia de Brunhild Fritsch) | Vista interna loja de Navegantes (fotografia de Ângela Klein).

de Bolzano, no norte da Itália, visitou o Brasil, conforme relatado por Vera Junqueira, artista visual, atuante na área da produção têxtil em seu ateliê de tecelagem manual, em Alvorada-RS:

(...) Eu vendia para a lojinha do MARGS<sup>4</sup>, que vendia uns artesanatos bem sofisticados, e eu vendia umas peças ali também. E um dia chegou um italiano, que estava fazendo turismo por Porto Alegre... e ele se encantou com as peças. Perguntou de onde vinha, e a atendente disse: “Da cooperativa dos artesãos...”. Ele foi atrás da cooperativa, chegou aqui em Alvorada, e daí a gente ficou trabalhando para ele por 18 anos. E se precisou de gente para trabalhar, porque era muito trabalho. Muito trabalho mesmo. Foi aí que a gente chegou a 40 pessoas. (...) Em 2008, o meu ateliê e outros três aqui da vila, nós quatro exportamos para a Itália 1 milhão. Alvorada produziu 1 milhão de reais em artesanato. Esse 1 milhão passou pela mão de todas. (JUNQUEIRA, 2023)

Para o projeto AVEC, foram criadas peças únicas destinadas à exportação (Figura 9), feitas a partir de materiais como lã, seda, algodão, palha, rami e palha de milho. (GARSKE, 2009)

O projeto Mão Gaúcha era altamente identitário, valorizando a cultura local ao incorporar elementos do patrimônio cultural, técnicas artesanais típicas e materiais gaúchos



Figura 9: Produtos COOPARIGS para Arcade Avec (Brunhild Fritsch).

em seus produtos. Cada linha de produtos tinha abordagens diferentes, algumas focando em cores e grafismos, outras nos detalhes do patrimônio histórico, mas todas mantinham um forte apelo identitário. Em 2011, a convite do Studio Altero, Heloísa Crocco criou uma coleção de maçanetas e puxadores inspirada na técnica de trançado de couro típica do Rio Grande do Sul. Ela combinou habilidades artesanais com métodos de produção em massa (Figura 10). O trançado de couro é uma técnica artesanal realizada por especialistas chamados de guasqueiros. Originalmente, a técnica era usada na fabricação de artigos de montaria e requer um trabalho meticuloso de alta qualidade (GARSKE, 2009).

Conforme mencionado por Brunhild Fritsch, a COOPARIGS ganhou reconhecimento devido à excelência de seus produtos,



Figura 10: Linha de puxadores e maçanetas com trançados artesanais em couro — Móveis Total.

4. Museu de Artes do Rio Grande do Sul (<https://www.margs.rs.gov.br/>).

5. Marca carioca de moda urbana. (FANELLI, 2018)

à qualidade de sua produção e à originalidade das cores obtidas por meio de tinturas naturais da lã. Isso a tornou fornecedora de tapetes e mantas para lojas de alto padrão no bairro dos Jardins, na cidade de São Paulo, uma área prestigiosa na capital paulista. Ângela Klein acrescenta que o projeto forneceu produtos para marcas de renome tanto nacional quanto internacional, como a Osklen<sup>5</sup>. Além de criar utensílios exclusivos para marcas famosas, o projeto Mão Gaúcha comercializou uma parte significativa de sua produção para cerca de 110 revendedores em todo o território nacional, inclusive no estado do Amazonas (FIALHO, 2012).

A seguir (Figuras 11 e 12), alguns exemplos de produtos em fibra, cerâmica, couro e têxtil dos setores do projeto.

Brunhild Fritsch relata que, por mais de uma década, a cooperativa comercializou seus produtos em uma rede de lojas europeias chamada Boutique Le Tiers Monde, afiliada a uma ONG em Luxemburgo que promove iniciativas de comércio de produtos de países do terceiro mundo, especificamente na Alemanha e na Áustria. Em 2006, a cooperativa recebeu doações sem obrigatoriedade de reembolso de uma ONG internacional sediada no Principado de Liechtenstein. Essa doação possibilitou a compra de equipamentos destinados a melhorar as condições de trabalho (FIALHO, 2012).

Ao explorarmos exemplos inspiradores de produtos e colaborações, constatamos o potencial e as realizações significativas do projeto Mão Gaúcha. Contudo, cabe analisar atentamente os fatores que contribuíram para a descontinuidade do projeto, tema do próximo item.

### Motivos que levaram à descontinuidade do projeto

Contar a história do Mão Gaúcha é contar a história da COOPARIGS. Mesmo que a comercialização dos produtos fosse independente, a produção não era, já que os artesãos eram os mesmos. As narrativas desenvolvidas simultaneamente entre as duas iniciativas resultaram em desafios e efeitos desfavoráveis, que se tornaram pautas compartilhadas entre COOPARIGS e Mão Gaúcha (FIALHO, 2012). Por um longo tempo, o SEBRAE-RS esteve ligado ao Mão Gaúcha no que se referia a questões burocráticas de administração do projeto, já que os artesãos não tinham domínio de práticas financeiras ou de gestão. Apesar de todos os esforços da entidade, investindo dinheiro, infraestrutura, conhecimento técnico e intelectual, o grupo nunca conseguiu alcançar a capacidade de se manter por si só e operar de forma independente (GARSKE, 2009).

Figura 11: Catálogo Mão Gaúcha (Fabiane Fialho).



Figura 12: Catálogo Mão Gaúcha (Fabiane Fialho).



Conforme relatado por Brunhild Fritsch (FIALHO, 2012), a administração sempre se mostrou uma das áreas mais suscetíveis a problemas, apresentando equívocos desde a contratação de funcionários até falhas significativas no monitoramento de vendas e estoque, além de dificuldades relacionadas à logística e ao relacionamento entre os membros associados, culminando em concorrências internas, devido aos conflitos e rivalidades entre os dois principais setores, a tecelagem e o couro. Além disso, alguns grupos, como os envolvidos na cestaria e no bordado, tinham suas contribuições mais destacadas no Mão Gaúcha, enquanto outros, como o grupo da tecelagem, eram mais proeminentes na cooperativa. Dado que a marca tinha uma visibilidade maior, mas na perspectiva dos artesãos a tecelagem desempenhava um papel fundamental na manutenção da cooperativa. Essa competição interna entre os grupos acabou fragilizando a manutenção tanto da COOPARIGS quanto do Mão Gaúcha, culminando na quebra da parceria com o designer Ivan Baj. Em uma conversa acerca dos montantes que a cooperativa recebia pelos produtos exportados para a Itália, surgiram divergências de pontos de vista entre os membros. Isso resultou num rompimento que levou a COOPARIGS a perder seu principal cliente e a saída de muitos artesãos têxteis.

Em 2005, a COOPARIGS solicitou nova intervenção do SEBRAE-RS, que elaborou um plano de ação para modificar o estatuto da cooperativa e incentivar a aproximação e colaboração dos artesãos de outros grupos apoiados pela entidade, visando fortalecer a COOPARIGS e criar novas lideranças.

Segundo a artesã Vivian Andretta (2023), foi necessária uma equipe externa de profissionais formados em áreas específicas para coordenar cada demanda. E, para que isso se sustentasse, era preciso um alto volume de vendas num cenário

em que não havia muitas ferramentas de comunicação, em comparação com os dias atuais. A constante inovação, com diferentes propostas, era fundamental. Tudo deveria ser feito em um processo muito rápido para que a marca se mantivesse aquecida no mercado, o que não aconteceu.

(...) E não se tinha essa rapidez para atingir tanto o mercado, com o volume de venda que fizesse com que essa equipe se mantivesse. Então, aos poucos foram se demitindo funcionários e as demandas continuavam... até que não se teve mais braço para as coisas continuarem funcionando. E poucos artesãos sabiam o que fazer, porque não foram instrumentalizados para isso (ANDRETTA, 2023).

Diante disso, muitos artesãos concluíram que seu trabalho servia apenas para custear o salário dos funcionários. Não se sentiam mais como donos da cooperativa e sim como prestadores de serviço. Constavam um volume muito grande de vendas sendo realizado, mas sem um retorno, um lucro para investir na própria cooperativa. Em 2008, novamente com o apoio do SEBRAE-RS e com uma longa negociação, a COOPARIGS retomou o contato com a Tok & Stok para fornecer novos produtos. Embora a venda tenha ocorrido, os prazos de entrega não foram cumpridos, resultando no cancelamento da última linha de produtos pela rede. A dificuldade em motivar os artesãos a criar novos produtos e a ineficiência em cumprir os prazos de entrega eram um problema constante.

Surgia um novo problema, de natureza metodológica, entre design e artesanato, dificultando sua relação. Referia-se à produção e ao consumo no contexto do mercado que, do ponto de vista do design, é considerado uma obrigação fundamental, mas pela ótica do artesanato está sujeito a diferentes preferências e estados de espírito das pessoas. Segundo Lima (2016), “os designers se consideram superiores, ao mesmo tempo em que enxergam o artesão como inferiores e realizam suas ações de acordo com seus interesses sem considerarem as reais



necessidades dos artesãos.” Conforme relatado por Vivian Andretta, os artesãos entendiam a proposta da iniciativa e, apesar de serem responsáveis por toda a produção demandada, não conseguiam se apropriar do projeto em si. Mesmo que o produto fosse criado com uma orientação do designer, do estilista, eles não sentiam que o projeto era deles também. O feedback dos artesãos a respeito dos projetos atendidos pelo SEBRAE-RS indicava que o formato do processo era vertical, ou seja, o designer expunha uma proposição pronta e orientava o artesão como deveria concebê-la, sem muito diálogo. As ideias eram repassadas aos artesãos que, por sua vez, faziam as peças-piloto e protótipos até que os designers definissem quais peças comporiam o catálogo.

(...) Era muito mais a ideia de um estilista, ou seja, faço os croquis, faço os desenhos e o artesão então elabora tecnicamente como aquilo vai se resolver. O maior desafio era encontrar essa sutileza entre: sim, eu preciso entregar algo desejável pelo mercado, mas que esse desejável não faça perder a substância do artesanato. Tanto da técnica, quanto do modo de fazer, quanto da estética envolvida ali, pois também é importante levar a “estética” do artesão. (ANDRETTA, 2023).

Esse formato passou a ser questionado pelos artesãos. Alguns questionavam a forma como o design estava intervindo nos modos e na simbologia do fazer artesanal, alterando seu significado ao não respeitar o seu processo:

(...) Mas então a gente tem um erro. Porque o mercado então não está querendo aquilo genuinamente, ele só quer aquilo enquanto mão de obra. Ele só quer parte daquilo. Então, de que forma a gente pode usar dessa estética, dessa ética, desse valor, desse material, desse modo de fazer sem perder o que o mercado quer, que o mercado deseja, mas sem desmanchar o significado do artesanato, desmanchar o que ele tem de único? Eu entendo que o equilíbrio é muito desafiador. Eu sei que eu tenho que responder ao mercado, mas eu não posso ferir esse modo de fazer e nem essa estética do artesão. Para ele, aquilo é belo. Foi bem difícil... (ANDRETTA, 2023).

É fundamental que a natureza do relacionamento entre os profissionais seja identificada corretamente, sobretudo ao atribuir os créditos pela criação:

O consenso é que criações coletivas devem ter assinatura coletiva. Associação x, com a orientação dos designers y e z, é uma alternativa que contempla a criação e o desenvolvimento em conjunto. Nos casos em que os designers criam sozinhos e encomendam a execução aos artesãos – que atuam, assim, como fornecedores -, o crédito mais adequado parece ser o design de y, produção de y e z – tal como ocorre com produtos industriais. (BORGES, 2011)

Segundo Marcela Lima (2015), há ocasiões em que alguns designers não projetam junto com os artesãos, impondo projetos sem futuro devido à relutância em compartilhar poder. Apesar da natureza social da atividade de design, há um mito de autonomia criativa e gênio criativo, levando alguns profissionais a desenvolverem ilusões grandiosas sobre seu trabalho e a se mostrarem pouco dispostos a compartilhar o ‘poder’.

Diante da situação relatada por Vivian Andretta, alguns artesãos, inclusive ela, tomaram a iniciativa de pensar uma metodologia de intervenção colaborativa, uma cocriação, na qual pudessem se colocar também como protagonistas e não ficar limitados a reproduzir ideias. Alguns artesãos foram atendidos. E os designers passaram a conduzir com respeito o modo artesão de fazer, além de defender uns aos outros, já que em algumas vezes as expectativas não eram atendidas, a ponto de gerar uma cobrança de padrão, de produtividade, um acabamento e um preciosismo que, no âmbito da linguagem artesanal, era inviável.

Eu tive uma experiência com o Renato Imbroisi (...) uma pessoa acolhedora, que sabia conversar com o artesão, que sabia provocar o artesão, que entendia a realidade do artesão. Ele entendia do “fazer”(...) o designer tem um olhar (...) que traz inspirações, e misturando referências, brincando com improváveis, provocando



conversas entre imagem, material e técnica. (...) E quando ele vem para o artesão, ele tem que saber elaborar esse diálogo, mas não pode esquecer que tem alguém ali, e é essa relação com o artesão que é definidora do resultado do trabalho. Se não tem uma relação de intimidade, de familiaridade com o fazer e com o próprio artesão, é muito mais difícil desenvolver o trabalho, porque daí eles ficam resistentes (...) quando o designer consegue, além dele ter o olhar do design que é buscar, brincar com essas referências, usando a criatividade, consegue estabelecer essa comunicação com o outro, para que o trabalho seja colaborativo, cocriativo. É uma criação em conjunto, não a criação do designer apenas. (ANDRETTA, 2023)

Paralelo a isso, segundo Vânia Fernandes, coordenadora da carteira do turismo e artesanato do SEBRAE-RS, a instituição estabeleceu um espaço no Mercado Público de Porto Alegre em 2006, inicialmente como parte de sua coordenação de turismo. No entanto, a SMIC<sup>6</sup> queria transformar o local em um ponto turístico, ao passo que o SEBRAE-RS criou uma loja para vender produtos desenvolvidos por projetos setoriais, como vinho, cachaça, turismo, mobiliário e artesanato. O contrato de locação da loja era de dez anos, sem pagamento de aluguel, com o SEBRAE-RS responsável pelas despesas. Ter um espaço de comercialização no Mercado Público era importante, pois Porto Alegre seria uma das sedes da Copa do Mundo em 2014, o que poderia promover o artesanato regional globalmente. No entanto, surgiram reclamações sobre a falta de renovação de estoque e problemas na prestação de contas, além de diversos desafios organizacionais. O SEBRAE-RS não tinha fundos específicos para o artesanato, mas planejava retomar o desenvolvimento de competências em gestão na COOPARIGS e criar um e-commerce de artesanato. No entanto, a instituição decidiu não renovar o contrato de locação da loja devido a controvérsias internas e ao interesse da SMIC em outras entidades. Em janeiro de 2012, o Espaço SEBRAE-RS de Artesanato fechou suas portas.

6. Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio ([http://www.portoalegre.rs.gov.br/op\\_prestacao/siglas.asp](http://www.portoalegre.rs.gov.br/op_prestacao/siglas.asp))

Os artesãos voltaram ao sistema familiar de produção, atendendo às suas demandas, com seus pequenos lucros, construídos à sua maneira. Era o fim do Mão Gaúcha.

### Avaliação do impacto do projeto

A intervenção no processo de criação, feita pelos designers e intermediada pelo SEBRAE-RS, gerou benefícios para as comunidades artesãs. A parceria com a Tok&Stok propiciou uma considerável visibilidade nos meios de comunicação, principalmente pelo caráter inovador do trabalho, a alta qualidade dos produtos e a reputação dos designers envolvidos. Fernandes *apud* Fialho (2012) afirma que cada coleção era promovida com destaque para o designer responsável, mas sempre com ênfase na valorização da produção artesanal e da região onde os produtos eram fabricados. Essa união demandou que a COOPARIGS adotasse uma abordagem mais empresarial, ocorrendo uma transformação na maneira como os artesãos produziam, se organizavam e encaravam o trabalho, adotando uma mentalidade empreendedora. Isso representou uma mudança significativa na cultura do grupo, indo além dos paradigmas tradicionais (FIALHO, 2012).

Os produtos tiveram um ganho muito alto em relação à estética, pois exibiam uma identidade em cada história construída, elevando o status e a qualidade da produção artesanal na economia regional e nacional. As atividades desenvolvidas pelo Mão Gaúcha proporcionaram a diversas famílias uma fonte de renda estável, o que melhorou suas condições de vida, aumentou seus ganhos e empregabilidade, como explícita o depoimento de Vera Junqueira:

(...) Era 1999 ... 2000... E era muito desemprego. E as mulheres estavam na miséria, ou eram faxineiras, ou prostitutas... tinha de tudo. Daí elas batiam palmas aqui na frente do ateliê: "Oi, tem tra-

balho?”. Elas nem sabiam o que que era. Elas sabiam que tinha trabalho, mas não sabiam o que iam fazer, e... eu me emociono muito com essa história, porque eu acho que é a parte mais rica da minha vida têxtil, é essa... e então elas sentavam no tear, sem nem saberem o que era aquilo, sem nunca ter feito nada um crochê na vida, nada... e às quatro da tarde, elas saiam com um cachecol no pescoço (...) e o grande sonho de todas que chegavam era máquina de lavar roupa. Isso era um sonho de consumo de todas elas! Pois todas tiveram máquina de lavar roupa, todas criaram os filhos... foi muito lindo, muito lindo. (JUNQUEIRA, 2023).

Esse relato atesta, de modo empírico, o design como uma ferramenta de ação para promover inovação social. O progresso pessoal e intelectual do grupo ao longo do projeto demonstra como o design pode ser um elo para promover ações, incentivando mudança social significativa aos grupos ou comunidades que enfrentam desafios econômicos consideráveis.

### **Legado e iniciativas relevantes na valorização do artesanato rio-grandense**

Segundo Vivian Andretta, o projeto Mão Gaúcha poderia ser considerado um divisor de águas, pois a partir de sua criação, o estado intensificou o olhar para o artesanato como identidade regional:

Muitos dos profissionais reproduziam modelos estéticos que não tinham relação alguma com seu contexto, o que foi a realidade da maioria deles, como por exemplo confecção de panos de prato com pinturas de personagens da Walt Disney, ou de personalidades da moda, reproduzindo o que as revistas de artesanato ensinavam. (ANDRETTA, 2023).

De acordo com a entrevistada, o Rio Grande do Sul tem sua própria história das manualidades, que muitas vezes vai se perdendo se não existe um trabalho de resgate dessas camadas, ou se atribuir outros sentidos para essas narrativas:

(...) no Mão Gaúcha se pegaram as técnicas, as matérias-primas, os saberes dos artesãos e combinou-se tudo isso com a inovação trazida pelo design, como uma ferramenta para manter vivo tudo isso. Então, eu preservo uma parte disso, e o que eu posso ressignificar? Trazer outra camada para que esse saber continue acontecendo, não uma narrativa congelada, num tempo histórico, mas como algo que segue um processo. E o design trouxe a inovação nesse lugar, a gente tem muito pra contar, mas a gente quer contar nesse momento em que estamos vivendo. Sair do saudosismo. Mas até onde eu posso mexer, sem descaracterizar? (ANDRETTA, 2023)

Isso é reforçado por Adélia Borges (2009) quando argumenta que o patrimônio cultural é extremamente valioso e insubstituível, algo que nenhum povo deve permitir-se perder. Portanto, ele não deve ser ‘congelado no tempo’, pois isso levaria à sua deterioração. Tanto o objeto do patrimônio quanto aqueles que o criam não estão isentos das influências externas. Para manter sua vitalidade, é necessário que eles estejam dispostos a se adaptar e evoluir constantemente. A autora sugere que os designers desempenham um papel crucial nesse processo de transformação, desde que atuem de maneira respeitosa em relação ao patrimônio (BORGES, 2003, p. 68).

Para Fritsch *apud* Fialho (2012), houve uma transformação no modo como os artesãos passaram a compreender seus produtos e o processo de produção. O uso de uma ampla variedade de materiais e modos na fabricação dos objetos, juntamente com a aplicação de novas técnicas e o trabalho em equipe resultaram em uma nova perspectiva sobre os métodos de trabalho, o processo criativo, a comunicação e a interação entre os artesãos. Isso promoveu o desenvolvimento pessoal e intelectual. Por seu turno, os designers se dedicavam à pesquisa de tendências, exploravam matérias-primas diversas, como fios de papel e seda, com uma gama de cores e texturas, e suas coleções eram concebidas com base nessa diversidade. Mesmo com a

expansão das atividades em diferentes grupos, os temas eram relevantes para todos. Isso resultou na criação de um trabalho diversificado, e ao mesmo tempo único, promovendo unidade e cooperação (FIALHO, 2012).

O Mão Gaúcha foi o primeiro programa de artesanato do estado que se destacou ao criar uma marca comercial exclusiva e a operar de maneira integrada em termos de gestão, produção e venda, sendo o único a obter a chancela de apoio da UNESCO (Figura 13), em 2002, que o reconhece como projeto social (GARSKE, 2009).



Figura 13: Selo Mão Gaúcha comemorativo do reconhecimento pela UNESCO (Brunhild Fritsch).

### Considerações Finais

No contexto desafiador do clima que já não mais apresentava as características típicas das quatro estações do ano e enfrentando adversidades de um mercado globalizado, o Mão Gaúcha proporcionou aos artesãos gaúchos que participavam do projeto recuperar o que lhes pertencia de direito: a capacidade de subsistência por meio do artesanato.

Diante das necessidades das famílias e da busca por um futuro mais promissor, o artesanato ganhou destaque e passou a desempenhar um papel crucial no desenvolvimento da região.

A premissa foi a de que era imprescindível estabelecer parcerias e inovar para se destacar em um mercado competitivo e em constante mutação. A inovação veio por meio da integração com o design, adicionando um valor significativo aos produtos artesanais. Na implementação do projeto, o Rio Grande do Sul resgatou parte de sua herança cultural e distribuiu os frutos dessa parceria bem-sucedida por todo o estado. Não foi necessário começar do zero, uma vez que o processo tinha raízes no trabalho de gerações anteriores.

Mas então, por que a relação design & artesanato não foi efetiva, a ponto de proporcionar continuidade ao projeto? Talvez as técnicas e metodologias fornecidas pelo SEBRAE-RS para treinamento e capacitação dos artesãos, que garantiam um modelo de gestão tradicional e padronizado, estivessem muito distantes de uma consciência mais cooperativista, exigida pelo perfil do projeto. De acordo com Keller *apud* Lima (2015), iniciativas de intervenção por parte de agências e políticas governamentais têm como objetivo preservar e destacar o valor do artesanato. No entanto, essas ações apresentam falhas em diversos aspectos, incluindo a falta de reconhecimento e promoção das necessidades dos artesãos, a não consideração dos conhecimentos locais e a reprodução de políticas top-down.

Além disso, redes de lojas como a Tok&Stok adotam um modelo de negócio que contradiz a essência da produção artesanal. Embora a loja buscasse atender à demanda por produtos artesanais, valorizados por sua singularidade e personalização, essas redes, devido à sua predominância no mercado, impõem condições comerciais extremamente desfavoráveis e desafiadoras para os artesãos, resultando na

contradição entre a busca por singularidade versus os prazos inviáveis para entrega. Não devemos subestimar a importância de canais de venda como esse, mas é essencial que as condições e abordagens comerciais sejam adaptadas de acordo com o contexto. Valorizar o artesanato apenas com fins comerciais leva à adoção de modelos de produção industrial, resultando em incongruências e na descaracterização do processo artesanal.

Ademais, conforme relatado pelas artesãs, os designers não participaram ativamente do projeto de forma colaborativa, estabelecendo vínculos interpessoais que poderiam potencializar a autoestima e valorização do artesão como profissional, já que este era um dos intuitos do projeto. Em vez disso, nomeavam estagiários responsáveis pela interlocução com os artesãos. Tampouco orientaram suas atividades em direção às iniciativas de cunho social ou educativo que incentivassem os artesãos a adquirir conhecimento, confiança em suas habilidades criativas, espírito empreendedor e no poder que a coletividade pode proporcionar. Priorizando a funcionalidade e a estética, limitaram sua atuação a criar objetos úteis e esteticamente agradáveis, considerando seu trabalho concluído quando os objetos eram concebidos com utilidade e configuração estética formal bem definidas.

Com frequência, designers e artesãos enfrentam desafios no trabalho colaborativo devido a desentendimentos e visões conflitantes. Designers podem impor projetos unilaterais, ignorando a perspectiva do artesão, enquanto alguns artesãos resistem em compartilhar o controle sobre sua criação. Isso pode resultar em conflitos e disputas de autoridade, gerando um ambiente prejudicial ao processo. Agentes de fomento desempenham um papel crítico nessas dinâmicas, estabelecendo diretrizes para designers e artesãos. Eles incentivam

os artesãos a desenvolver habilidades empreendedoras e a formar associações para fortalecer sua posição em relação a intermediários, mas também podem gerar conflitos internos devido à necessidade de empreendedorismo (LIMA, 2015).

O designer passa a ter acesso a conhecimentos que, de outra maneira, seriam difíceis de adquirir, além de explorar novas oportunidades de trabalho. Paralelo a isso, o artesão ganha a chance de reavaliar sua prática e criar soluções. Essa conexão também desempenha um papel significativo pelo “impacto social e econômico que gera e por seu significado cultural. Ela está mudando a feição do objeto artesanal brasileiro e ampliando em muito seu alcance” (BORGES, 2011).

Durante a realização desta pesquisa, algumas limitações surgiram, afetando a amplitude e a profundidade das informações coletadas. As principais limitações incluem a dificuldade de agenda das entrevistas com designers e representantes do SEBRAE-RS. O que resultou na falta de dados mais detalhados sobre a evolução do projeto, seu impacto econômico e social e a extensão de sua influência na promoção do artesanato e design no Rio Grande do Sul. Apesar dessas limitações, a pesquisa forneceu uma visão inicial sobre a interação entre artesanato e design no estado, a partir do projeto Mão Gaúcha. Visão que aponta várias oportunidades para estudos futuros.

Para uma compreensão mais profunda e holística das dinâmicas entre designers, artesãos e instituições de apoio, sugere-se a realização de entrevistas com designers e representantes do SEBRAE-RS. Além disso, estudos de caso específicos sobre artesãos e designers envolvidos no Mão Gaúcha poderiam fornecer insights detalhados sobre suas experiências e desafios. Assim como uma coleta de dados mais abrangente sobre o projeto, tanto qualitativos quanto quantitativos, em especial acerca dos demais setores de produção que integraram o Mão Gaúcha, é



fundamental para uma compreensão completa de seu papel no estímulo ao artesanato e design no Rio Grande do Sul.

Outra opção seria uma pesquisa futura a fim de ampliar a análise comparando o Mão Gaúcha com iniciativas semelhantes em diferentes regiões, identificando semelhanças e diferenças nas abordagens adotadas e nos resultados alcançados.

A avaliação das políticas públicas destinadas a promover o artesanato e o design no estado do Rio Grande do Sul emerge como uma área de pesquisa de grande relevância, explorando o impacto potencial dessas iniciativas. Além disso, uma análise mais aprofundada poderia se concentrar em setores específicos dentro do campo do artesanato e design, desvendando as particularidades e desafios únicos enfrentados por cada um e examinando como a colaboração entre esses dois domínios pode ser adaptada para se adequar a essas circunstâncias específicas.

Outro ponto crucial a ser abordado em pesquisas futuras seria a avaliação do impacto social e econômico a longo prazo do projeto Mão Gaúcha no desenvolvimento do Estado. Uma análise mais abrangente permitiria uma compreensão mais profunda de como essas parcerias podem moldar não apenas a indústria do artesanato e design, mas também o panorama econômico e social da comunidade e da região como um todo.

Em resumo, a integração entre design e artesanato não deve ser unidirecional, se limitando ao design influenciando o artesanato. O benefício é recíproco, os designers têm muito a aprender com os artesãos. O Mão Gaúcha é um marco nessa integração, evidenciando como o Rio Grande do Sul intensificou seu interesse nessa integração porque resulta em produtos que preservam as tradições culturais e se adaptam às demandas e tendências da contemporaneidade.

## Referências

ARTESOL, Artesanato Solidário. **Artesanato: Intervenções e Mercados – Caminhos Possíveis**. 2006, São Paulo, SEBRAE, São Paulo, 2007. Disponível em: <<https://www.artesol.org.br/conteudos/visualizar/Artesanato-intervencoes-e-mercados-Caminhos-possiveis-2007>> Acesso em 05 mar. 2024.

ASANA, **Modelos de gestão top-down e bottom-up: em que diferem?** Disponível em: <<https://asana.com/pt/resources/top-down-approach>> Acesso em 16 dez. 2023.

BADEN BADEN INTERIOR. **Arcade Avec**. Disponível em: <<https://www.badenbaden.nl/en/brand/arcade-avec-en/>> Acesso em 14 dez 2023.

BARDI, Lina Bo. **Tempos de Grossura: o Design no Impasse**. São Paulo: Instituto Lina Bo Bardi e P. M. Bardi, p. 64. 1994.

BARROS, José D. Sobre a feitura da Micro-História. **Revista Opsis**. Goiás: Unidade Acadêmica Especial de História e Ciências Sociais da Universidade Federal de Goiás/Regional Catalão, v.7, n.9, p. 167–185, julho–dezembro, 2007.

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

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

BRAGA, M. C. (2023). **História do Design no Brasil no século XX: Design gráfico e de produto nos anos 1990**. PowerPoint de apoio à disciplina HISTÓRIA DO DESIGN NO BRASIL, lecionada remotamente em 21 de agosto de 2023, PPGDesign/UFRGS.

BRAGA, Marcos da C.; CURTIS, Maria do C. G. (org). **História do Design no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Marcavisual Editora, 2021.

CROCCO, Heloísa. **Artesanato e Design** – História de uma convergência. São Paulo: Quadrifóglia Editora, Revista Arc Design n.13. 2000.

CRONOLOGIA DO PENSAMENTO URBANÍSTICO. **Acontece no Rio de Janeiro a Conferência Mundial ECO 92**. Revista de audiências públicas do Senado Federal, 2012. Disponível em: <<https://cronologiadourbanismo.ufba.br/apresentacao.php?idVerbete=1591>> Acesso em 04 dez. 2023.

CURTIS, Maria do C. G. **O Fator Interacional no Desenvolvimento do Projeto de Produto**: Contribuição Metodológica de Bornancini e Petzold. 2017 [Tese] Doutorado em Design, Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

ENCICLOPÉDIA **Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira**. São Paulo: Itaú Cultural, 2023. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/evento652426/referencia>>. Acesso em 04 dez 2023.

ESPAÇO ALOISIO MAGALHÃES. **Artesanato e Desenho Industrial**: Um Processo Contínuo. Revista indústria & produtividade, 1985. Disponível em: <<https://aloisiomagalhaesbr.wordpress.com/historia-do-design/pre-design/pre-design/>> Acesso em 13 nov. 2023.

FANELLI, Karina X. **A percepção de valor de marca e os elementos do design**: como o consumidor da marca Osklen estabelece essa relação? 2018. [Monografia] Centro Acadêmico do Agreste, Universidade Federal de Pernambuco, 2018.

FIALHO, Fabiane E. **Design Estratégico e Artesanato**: O Caso Mão Gaúcha. 2012 [Dissertação] Escola da Indústria Criativa, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2012.

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

GARSKE, Mara E. **As Indústrias Criativas como Fator de Desenvolvimento**: O Caso do Artesanato no RS. 2009 [Dissertação] PPG em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul, 2009. Disponível em <http://hdl.handle.net/11624/1058> Acesso em 05 mar. 2024.

ITAÚ CULTURAL. **O Gestor Cultural Contra o Achatamento do Mundo, 2016**. Disponível em <<https://www.itaucultural.org.br/ocupacao/aloisio-magalhaes/o-gestor-cultural/>> Acesso em 29 de set. de 2023.

LIMA, Marcela F. **Design e Artesanato**: Relações de Poder. In: SBDS15 — 5º Simpósio de Design Sustentável, Blucher Design Proceedings, Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2015, p. 11–20.

LIMA, Marcela F. **Artesanato e Design**: Relações Delicadas. In: 12º P&D 2016 Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design: Blucher Design Proceedings, Belo Horizonte, UEMG, 2016, p. 51645174.

MARGS. Disponível em: <<https://www.margs.rs.gov.br/>> Acesso em: 16 dez. 2023.

NEVES, L. A. **Memória e História**: Potencialidades da História Oral. Uberlândia-MG, vol. 5, nº. 6, jan-jun 2003.

PESAVENTO, Sandra J. **História da Indústria Sul-Rio-Grandense**. Guaíba: Riocell, 1985.

PICHLER, Rosimeri F. **Identidade Cultural Gaúcha Aplicada no Desenvolvimento de uma Linha**



**de Luminárias.** 2011 [Monografia] Desenho Industrial, UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA, 2011.

PICHLER, Rosimeri F.; MELLO, Carolina I. **O design e a valorização da identidade local.** Design e Tecnologia, v. 2, n. 04, 2012.

PINTO AZEVEDO, L.; LOPES DAMASCENO, P. **Design e artesanato:** auxílio para o pré desenvolvimento de uma identidade visual. CHAPON CADERNOS DE DESIGN/ CENTRO DE ARTES/ UFPEL, v. 2, n. 1, p. 106-123, 15 jun. 2021.

PRUDENCIO, Ana V. **O tecer das mãos:** produção artesanal, design e sustentabilidade na serra gaúcha. 2012 [Dissertação] Mestrado em Ambiente e Desenvolvimento, Universidade do Vale do Taquari - Univates, 2012.

ROSSITER, Raíssa; SILVA, Milton C. **Programa do Artesanato Brasileiro (PAB).** Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviço, 08 de abril de 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/artesanato/conheca-o-pab/programa-do-artesanato-brasileiro-pab-1>. Acesso em 18 out. 2023.

SEBRAE. **Artesanato Brasil, 2016.** Disponível em / [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/dfad41051c6d27627519027375a462c0/\\$File/6078.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/dfad41051c6d27627519027375a462c0/$File/6078.pdf). Acesso em 22 de nov. 2023.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE, **Siglas das secretarias e órgãos municipais.** Disponível em: <[http://www.portoalegre.rs.gov.br/op\\_prestacao/siglas.asp](http://www.portoalegre.rs.gov.br/op_prestacao/siglas.asp)> Acesso em 16 dez 2023.

SESCOOP, **Série Desenvolvimento em Cooperativa:** Diagnósticos e Recomendações - COOPARIGS. 2008 Disponível em <<https://www.yumpu.com/pt/document/read/12761182/relatorio-de-diagnostico-vale-estep65-ocb>>

Acesso em 17 out. 2023.

SILVA, Luísa. **Design Para Sustentabilidade Através do Artesanato.** In: VIII Simpósio De Design Sustentável, SDS2021, Curitiba, UFPR, 2021.

UNESCO/ITC, **Final Report of the International Symposium on Crafts and the International Market:** trade and customs codification. Manila, Filipinas, de 6 a 8 de outubro de 1997. Disponível em <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000111488>> Acesso em 07 nov. 2023.

### Referências das Entrevistas

ANDRETTA, Vivian, 2023. **Depoimento de Vivian Andretta a Rosana Dutra Menezes,** em Porto Alegre, em 12 de setembro de 2023.

JUNQUEIRA, Vera. 2023. **Depoimento de Vera Junqueira a Rosana Dutra Menezes,** na cidade de Alvorada, em 21 de setembro de 2023.

Como citar este capítulo:

MENEZES, Rosana Dutra; CURTIS, Maria do Carmo Gonçalves. Mão Gaúcha: aliança entre artesanato e design. In: BRAGA, Marcos da Costa; CURTIS, Maria do Carmo Gonçalves. **Histórias do Design no Rio Grande do Sul, vol. II.** Porto Alegre: Marcavizual; 2024. p.35-75.

## HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL II

© dos autores – 2024

Projeto Gráfico: Dennis Messa da Silva

Diagramação: Alexandre dos Santos Rossi, Bruna Luz Vieira,  
Bruna Moreira Mattos Balestro, Roberto Bastos

Imagem da Capa: Capa Ideal Renner, de Patricia Comunello,  
2021. Editado por Bruna Luz Vieira

Revisão: Victor Lourenço

---

H673 Histórias do Design no Rio Grande do Sul – II /  
organizadores Marcos da Costa Braga [e]  
Maria do Carmo Gonçalves Curtis. – Pos-  
fácio de Fabio Pinto da Silva. Porto Alegre:  
Marcavvisual, 2024.

300 p.: il. : 16x21cm.

Inclui Referências.

ISBN 978-65-89263-75-3 (digital)

ISBN 978-65-89263-74-6 (físico)

Este livro é composto por pesquisas desen-  
volvidas na disciplina Tópicos Especiais em  
Design: História do Design no Brasil, do Pro-  
grama de Pós-Graduação em Design da UFRGS.

1. Design – História – Rio Grande do Sul. 2.  
Políticas públicas. 3. Sustentabilidade. 4. Identi-  
dade visual. 5. Moda. 6. Joias. I. Braga, Marcos da  
Costa. II. Curtis, Maria do Carmo Gonçalves.

CDU 745.6

---

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
(Jaqueline Trombin – Bibliotecária responsável CRB 10/979)



**Marcavvisual Editora**

[www.marcavvisual.com.br](http://www.marcavvisual.com.br)

### Conselho Editorial

**Airton Cattani – Presidente**

Doutor em Informática na Educação pela  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul/Brasil

**Adriane Borda Almeida da Silva**

Doutora em Filosofia e Ciências da Educação pela  
Universidade de Zaragoza/Espanha

**Aline Sanches**

Doutora em Filosofia pela Universidade Federal de São Carlos/Brasil  
e Universidade Denis Diderot Paris VII/França

**Celso Carnos Scaletsky**

Doutor em Ciências da Arquitetura pelo  
Instituto Nacional Politécnico de Lorraine/França

**Denise Barcellos Pinheiro Machado**

Doutora em Urbanismo pela Universidade de Paris XII/França

**Maria de Lourdes Zuquim**

Doutora em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo/Brasil