

CONTEÚDO PARA ASSOCIADOS DO ICCB

Agosto de 2018



Com título em caixa alta, a matéria de capa do mês de julho da revista *Veja São Paulo*, estimula a proximidade com o modelo consciente de capitalismo. Repórter *Veja*: Bárbara Öberg.

O artesanato contemporâneo ganhou um caráter diferenciado do que tradicionalmente se reconhece como “artesanato”. O que vem sendo feito e apresentado, tem estilo próprio e até edições limitadas. Além de suas características próprias quanto ao que é produzido, outro aspecto importante é compreender quem são os profissionais que criam cada um desses produtos.

É comum a muitos desses criadores, terem iniciado suas carreiras em áreas muito diferentes das quais atuam hoje. Ao apresentar a ceramista Sofia Oliveira, publicitária de formação, ou o engenheiro civil Neto Saad, o primeiro questionamento que surge é “por que há tantos profissionais deixando suas “excelentes” carreiras para seguir pelo empreendedorismo?” Além, é claro, de estimular perguntas como os motivos pelos quais o setor ter se tornado tão atrativo e estar crescendo ano a ano.

São fenômenos que se cruzam. De um lado indivíduos em busca de sentido para suas horas e, do outro, consumidores interessados em expressar suas convicções por meio de produtos feitos de forma específica.

Começamos pelos primeiros, os artesãos ou designers. Indivíduos interessados em construir algo relevante, com o melhor impacto possível, que tenha identidade, respeitando cada envolvido no processos. Essas mesmas pessoas, quando se veem atuando em áreas que o enriquecimento indiscriminado é a palavra de ordem, começam a questionar seu papel como cidadão, o sentido da sua existência ou,

simplesmente, a sensação de insucesso em se ocupar com tarefas sem qualquer propósito ou valores envolvidos - além do monetário.

Seguindo pela mesma ótica, os consumidores têm nos objetos que compõem seu universo material, representações de sua identidade, crenças e valores. Não se encontram nos shoppings centers produtos únicos, repletos de história e com o papel do produtor imprimindo personalidade e valor a tais objetos. Esse contato perdido com o advento da produção em massa, ganha força nas feiras de produtos manuais, nas redes sociais e seus conteúdos autorais. Além disso tudo, outro aspecto importante, é a busca por consumir conscientemente: comprar apenas o necessário, de preferência do pequeno produtor, que não explora o trabalho alheio e que imprime em cada objeto um pouco do que é.

São fenômenos sincronizados, que vão acontecendo coletivamente e em tempos de instabilidade econômica, poucas perspectivas profissionais e muito desejo em fazer diferente. No embalo dessa sincronicidade, feiras para venda de produtos feitos à mão, marketplaces e consultores especializados em artesanato seguem evoluindo graças ao setor anualmente.

Ao comparar grandes empresas conscientes com o modelo de trabalho de inúmeros artesãos, percebe-se que para seguir o modelo “Consciente” não é necessário liderar um setor ou ter um faturamento estrondoso. Ser consciente é um modelo de crença, que põe em cheque propósitos, métodos e relações com humanos ou não em todas as suas etapas.