

Mestranda pela FAU-USP graduou-se em Artes Visuais pela ECA-USP (2012) e em Desenho Industrial pela Universidade Mackenzie (2011). Pesquisa sobre as trocas entre os atores sociais no processo de mercadorização de artefatos artesanais tradicionais mediados pelo design. Tem experiência na área de Design de Produto para o mercado náutico de luxo brasileiro.

Orientadora

**Maria Cecilia
Loschiavo dos Santos**

Nível de pesquisa

Mestrado

O deslocamento dos conhecimentos artesanais tradicionais pelo mercado de luxo

COMUNIDADES ARTESÃS MERCADO DE LUXO

ATORES SOCIAIS TROCAS DESIGN

O Programa do Artesanato Brasileiro está atualmente subordinado ao Ministério da Indústria, Comércio e Turismo e à Secretaria Especial da Micro e Pequena Empresa, assim, a diretriz estatal aponta para a criação da figura do artesão-empresário que é amparado por algumas agências de fomento, que viabilizam a inserção do artesanato no mercado. Para tanto, utilizam-se dos serviços do designer para adequar o objeto artesanal ao gosto do cliente. Quando esses designers são bem relacionados com a mídia especializada, esses objetos possuem destino certo no mercado de luxo, já que, além de portarem a assinatura de projeto do designer famoso, apresentam características correspondentes ao discurso legitimador desse mercado que é a raridade: são produtos disponibilizados em poucas quantidades, a mão de obra é especializada já que o saber fazer é aprimorado por gerações e, advém de lugares longínquos, perfeitos para a construção de um imaginário territorial a ser embutido na precificação desses produtos. Esta pesquisa mapeia a complexa rede de trocas entre esses atores sociais: as comunidades artesãs, as instituições de fomento que possuem o design como colaborador e o mercado de luxo. Para tanto, observou-se as relações de troca de três comunidades artesãs e seu mercado consumidor de luxo. Esse novo mercado foi alcançado após os produtos artesanais confeccionados pelas comunidades artesãs terem sido intervindos, projetados e/ou ressignificados por designers conceituados pela mídia especializada e circularem em importantes feiras de design, exposições e em mídias impressas e digitais, nacionais e estrangeiras, juntamente com um imaginário construído dos povoados.

Email

viviane.nicoletti@usp.br

Lattes

lattes.cnpq.br/

8206166446197129

Master's student at FAU-USP, graduated in Visual Arts at ECA-USP (2012) and in Industrial Design at Universidade Mackenzie (2011). Research about exchanges between social actors in the process of commodification of traditional handicrafts mediated by design. Has experience in product design for the Brazilian luxury nautical market.

Advisor

**Maria Cecilia
Loschiavo dos Santos**

Research Level

Master

The displacement of traditional craftsmanship by the luxury market

ARTISAN COMMUNITIES LUXURY MARKET

SOCIAL ACTORS EXCHANGES DESIGN

The Brazilian Handicraft Program is currently subordinated to the Ministry of Industry, Commerce and Tourism and to the Special Secretariat for Micro and Small Enterprises. Thus, the state directive points to the creation of the artisan-entrepreneur figure who is supported by some development agencies, which enable the insertion of handicrafts into the market. For this, they use the services of the designer to adapt the artisanal object to the preferences of the client. When these designers are well connected with the specialized media, these objects have a certain destination in the luxury market, since, besides carrying the signature of the famous designer, they present characteristics corresponding to the legitimating discourse of this market, which is the rarity: they are products available in few quantities, the workforce is specialized since the know-how is improved for generations and comes from far away places, perfect for the construction of a territorial imaginary to be embedded in the pricing of these products. This research maps the complex network of exchanges between these social actors: the artisan communities, the development institutions that have the design as collaborator and the luxury market. In order to do so, it was observed the exchange relations of three artisan communities and their luxury consumer market. This new market has been achieved after artisanal products made by artisan communities have been invested, designed and/or re-designated by designers of the specialized media, and circulate in important national and foreign design, exhibitions and print fairs along with an imaginary built from the villages.

Email

viviane.nicoletti@usp.br

Lattes

[lattes.cnpq.br/](http://lattes.cnpq.br/8206166446197129)

8206166446197129