



## **Design, Tradição e Autonomia Feminina: as transformações sociais do Grupo Flor do Barro, Caruaru - Pernambuco**

### ***Design, tradition and female autonomy: the social transformations of the Flor do Barro Association, Caruaru - Pernambuco***

Maisa dos S. Farias<sup>1</sup>, Thomaz Henrique B. Lira<sup>2</sup>, Ana Carolina de M. A. Barbosa<sup>3</sup>, Germannya D. A. Silva<sup>4</sup>

<sup>1</sup>UFPE, Graduando, [maisa.farias@ufpe.br](mailto:maisa.farias@ufpe.br)

<sup>2</sup>UFPE, Graduando, [thomazbarroso@ufpe.br](mailto:thomazbarroso@ufpe.br)

<sup>3</sup>UFPE, Doutora, [anacarolina.barbosa@ufpe.br](mailto:anacarolina.barbosa@ufpe.br)

<sup>4</sup>UFPE, Doutora, [germannya.asilva@ufpe.br](mailto:germannya.asilva@ufpe.br)

**Resumo.** O presente artigo faz um relato da trajetória política de um coletivo de mulheres artesãs do bairro do Alto do Moura, Caruaru - PE pelo reconhecimento, visibilidade do trabalho artesanal e enfrentamento da estrutura patriarcal presente no território. O estudo utilizou o Modelo Atuação de Design e Artesanato, desenvolvido pelo Laboratório O Imaginário UFPE, como ferramenta metodológica para narrar o contexto sociocultural destas artesãs. Os resultados evidenciam a formalização de uma associação, o crescimento do número de integrantes e a conquista de uma sede.

**Palavras-chave:** *design social, artesanato figurativo, mulheres artesãs*

**Abstract.** *This article reports on the political trajectory of a collective of women artisans from the Alto do Moura neighbourhood in Caruaru, Pernambuco, as they strive for recognition, visibility for their craft work and to confront the patriarchal structure present in the area. The research used the Design and Craft Performance Model, developed by the UFPE Imaginary Laboratory, as a methodological tool to narrate the socio-cultural context of these craftswomen. The results show the formalisation of an association, the growth in the number of members and the acquisition of a headquarters.*

**Keywords:** *social design, figurative crafts, women artisans*



## 1 Introdução

O estado de Pernambuco é reconhecido nacionalmente por sua tradição e vocação artesanal com vários pólos de produção distribuídos por todo o Estado, dentre eles o bairro do Alto do Moura, situado no município de Caruaru, a 126 km do Recife, capital de Pernambuco. O Alto do Moura tem esse nome devido a uma família de sertanejos de sobrenome Moura, a qual se instalou na região. Com o passar do tempo, a argila da região, usada na produção de artefatos utilitários, trouxe fama ao povoado do Alto do Moura como “o lugar de oleiros”. Entretanto, só a partir da década de 1950, após as criações de Vitalino Pereira dos Santos, o Mestre Vitalino, o bairro passou a ser reconhecido nacionalmente pelo artesanato figurativo (Pereira, 2004; Andrade e Cavalcanti, 2020).

Atualmente, o Alto do Moura distingue-se como um lugar de densificação de artesãos ceramistas que dão continuidade à tradição do Mestre Vitalino. Essa característica do lugar atribui ao artesão uma marca, que pressupõe memórias e simbolismos tradicionais com visibilidade em todo o estado. Nas peças figurativas originárias do lugar são percebidas as relações de representação social entre o território e a história do artesanato. Todavia, chamamos a atenção para o fato de que entre os mestres da região a representatividade feminina é minoria (Santos, *et al.*, 2022).

Desde 2014, o Grupo Flor do Barro vem se consolidando como uma iniciativa formada por mulheres artesãs do Alto do Moura. Desde sua origem, o grupo tem como propósito fortalecer a prática artesanal entre as mulheres do Alto do Moura, com foco na promoção da igualdade de gênero no contexto do artesanato cerâmico figurativo. Esse território, amplamente estudado por diversas áreas do conhecimento, ainda preserva uma narrativa que valoriza sobretudo a produção cerâmica vinculada a sobrenomes de famílias consagradas, como os Mestres Vitalino, Zé Galego e Zé Caboclo. Contudo, as marcas do patriarcado seguem promovendo o apagamento da trajetória das mulheres que também contribuíram de forma significativa para a construção desse legado artístico.

Como aponta Saffioti (2015, p. 145), “o patriarcado refere-se a milênios da história mais próxima, nos quais se implantou uma hierarquia entre homens e mulheres, com primazia masculina”. Um exemplo recorrente na comunidade é a ausência de assinaturas femininas nas peças produzidas por mulheres, substituídas por nomes de pais, maridos ou irmãos, perpetuando a invisibilização de suas autorias.

A aproximação entre o Núcleo de Design e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e o Grupo Flor do Barro deu-se em diferentes momentos e contextos acadêmicos — ensino, pesquisa e extensão. O contato inicial ocorreu em setembro de 2020, através da Secretaria de Políticas para Mulheres de Caruaru, que promoveu uma oficina de biojoias com um grupo de mulheres ceramistas do Alto do Moura. A iniciativa buscava incentivar o uso do barro local, facilitar a produção e diversificar o público.

A partir deste encontro, foram concluídos, em dois anos, um trabalho de conclusão de curso e um projeto de extensão acadêmica intitulado “Flores do Barro”, ambos com a



perspectiva de usar o design para valorizar e fortalecer a produção e a comercialização do grupo, promovendo a sustentabilidade e a visibilidade do artesanato pernambucano (Santos, 2021; Santos *et. al.*, 2022)

A compreensão da cadeia produtiva do Grupo Flor do Barro, desde a extração da argila até a venda das peças, apontou que embora atuem coletivamente, cada artesã trabalha de forma individual em suas casas. Isso confirmou estudos anteriores sobre o artesanato do Alto do Moura, que também ocorre de forma isolada, mesmo em contextos familiares. As peças em argila são feitas por modelagem manual, queimadas em fornos de baixa temperatura e finalizadas com pintura fria. O impacto das primeiras ações foi expresso no desejo do grupo em adotar um modelo coletivo de produção, explorar novas técnicas de modelagem e ferramentas para manter de forma sustentável a tradição cerâmica (Santos *et. al.*, 2023).

Contudo, foi realizado um workshop com o Grupo Flor do Barro chamado Design Cerâmico para estimular a criatividade e o sentimento de pertencimento coletivo entre as artesãs do grupo. O principal desafio foi fazê-las ressignificar o barro a partir do conceito de joia de território, que une o valor simbólico das joias — tradicionalmente feitas com metais preciosos — com as técnicas, matérias-primas e referências culturais locais do artesanato. Assim, as peças passam a ser vistas como preciosas tanto pelo valor material quanto pelo valor cultural que carregam (Melo, *et. al.*, 2023).

Desde então, a parceria entre a equipe de Design e o grupo vem acontecendo por meio de ações continuadas de ensino e pesquisa. O presente artigo apresenta um relato da trajetória política protagonizada pelas artesãs pelo reconhecimento, visibilidade do trabalho artesanal e enfrentamento da estrutura patriarcal presente no território nos últimos cinco anos. Os resultados, ainda apoiados no Modelo de Atuação do Design no Artesanato, desenvolvido pelo Laboratório O Imaginário da UFPE, concentrou-se nos eixos de gestão e comunicação, identificando potencialidades e lacunas presentes na história e estruturação da Associação.

## **2 O Designer como Agente Social**

Este momento do texto propõe-se a refletir sobre o confronto entre as teorias clássicas e contemporâneas do design, com o objetivo de discutir seu papel como agente social. Nas abordagens mais tradicionais, observa-se que o conceito de design está intrinsecamente ligado ao processo metodológico, evidenciando esforços para romper com a rigidez dos modelos projetuais convencionais. Nesse contexto, destacam-se os estudos de Baxter, Lobach, Moraes, Manzini e Lupton.

No livro *Design Industrial: Base para a configuração dos produtos*, Lobach (2001) aborda princípios do design industrial, relacionando o processo de design de produtos às noções de funções práticas, estéticas e simbólicas. Sobre o design como método para o projeto de produtos, o autor descreve etapas, como: análise do problema, levantamento de requisitos e restrições, geração e seleção de alternativas, desenvolvimento de soluções



detalhadas e avaliação e melhorias. Além disso, são estabelecidas relações do design com a indústria e se destaca a ergonomia e coerência entre forma, função e contexto.

Lobach (2001) destaca uma mudança significativa na história do design, marcada pela transição do foco exclusivo na funcionalidade técnica para uma valorização das necessidades dos consumidores. Nesse contexto, o vínculo simbólico entre produto e usuário ganha centralidade, superando, em muitos casos, a função prática. Assim, o design passa a ser compreendido também como um mediador de significados e relações.

De forma semelhante, Mike Baxter, em seu livro *Projeto de Produto* (1998), propõe o uso de ferramentas estratégicas no desenvolvimento de produtos funcionais e competitivos. É uma referência importante no campo do design que posiciona o design de produto no centro da inovação. Baxter descreve o processo de desenvolvimento em etapas, tais como: Identificação de necessidades; Geração de conceitos; Desenvolvimento detalhado; Prototipagem e testes; Lançamento e avaliação pós-mercado.

O impacto do design na sociedade também é discutido por Dijon De Moraes em *Metaprojeto: O Design do Design* (2010). Ele enfatiza que a inovação no processo de projetar acompanha a evolução das necessidades e expectativas dos usuários. Através de uma análise crítica, Moraes demonstra como o ato de projetar não se limita mais apenas à criação de produtos, mas à construção de relações entre produto, consumidor e sociedade.

A influência das questões socioambientais, sustentáveis e culturais no design tornou-se um fator determinante, uma vez que esses aspectos definem tanto o perfil do consumidor quanto a identidade da empresa. A contemporaneidade trouxe uma nova perspectiva sobre o design, que passou a ser visto como um processo dinâmico e responsivo, em constante adaptação às demandas contemporâneas.

Nessa perspectiva, o papel social do design fica mais amplo, podendo ser um catalisador da formação de valores culturais e individuais. No livro *Quando todos fazem design* (2017), Ezio Manzini evidencia que o modo de fazer design passou por transformações significativas, especialmente no que diz respeito à sua função e aos sujeitos envolvidos no processo. Para o autor, a construção do pensamento em design, em especial na formação acadêmica de novos profissionais, deve ir além da lógica de mercado e priorizar a função social, entendida como algo que se configura na relação com outros sujeitos.

Diante disso, espera-se que os projetos de design promovam mudanças concretas, sendo aplicáveis na vida real. Para isso, é necessário escutar as comunidades envolvidas, conhecer seus costumes, métodos e ferramentas e desenvolver soluções em diálogo com esses contextos. Nesse sentido, o design deixa de ser um campo de exclusividades e passa a incorporar a perspectiva do “design difuso”, em que todos são potenciais agentes criadores de soluções em suas realidades.

A partir dessa perspectiva, espera-se que os projetos de design promovam mudanças efetivas e sustentáveis, que sejam aplicáveis na vida cotidiana das pessoas. Isso requer uma escuta ativa das comunidades envolvidas, o reconhecimento de seus saberes



locais, de seus costumes, métodos e ferramentas. O designer, nesse contexto, atua como um mediador entre diferentes formas de conhecimento, contribuindo para a construção de soluções coletivas que respeitem e valorizem os modos de vida existentes.

Esse entendimento amplia o papel tradicional do design, aproximando-o de práticas colaborativas e inclusivas que visam fortalecer o protagonismo das comunidades e estimular processos de transformação social a partir de suas próprias demandas e potências. Estudos mais contemporâneos do design sugerem caminhos como o design participativo, como uma solução para inclusão ativa do público ou partes interessadas no processo de design, desde o diagnóstico do problema até o desenvolvimento de soluções. Em vez de o designer criar "para" as pessoas, ele cria com elas.

As formas de cocriação e escuta ativa são temáticas em expansão que buscam testar práticas participativas que tornem o processo de fato eficiente com resultados que gerem transformação social. Algumas técnicas são: o desenvolvimento de mapas colaborativos; construção de protótipos feitos em conjunto; dinâmicas visuais com desenhos ou colagens; entrevistas abertas e caminhadas exploratórias.

Nessa perspectiva, o livro *Extra Bold: um guia feminista, inclusivo, antirracista, não binário para designers* (2023) organizado por Ellen Lupton, busca demonstrar que, para projetar e ter uma verdadeira inovação, é preciso que haja interações diretas entre o produto/pessoa, especialmente quando se considera a diversidade de corpos, culturas e vivências. É posto que projetos inclusivos atingem um público amplo quando têm a participação das pessoas que são diretamente impactadas por eles. Dessa forma o design social se torna um espaço de troca de experiências, promovendo soluções que realmente fazem sentido. O livro apresenta que:

O design é um conjunto de habilidades. É um conjunto de softwares. Essas coisas podem ser muito poderosas para contar histórias, para educar outras pessoas ou para introduzir conteúdos que não são encontrados na narrativa tradicional. Como designer, você tem o poder de contar sua própria história ou contar uma história sobre sua família, de onde quer que ela venha, ou até mesmo de pesquisar essas histórias e incorporá-las ao seu trabalho. É mais ou menos o que faria um artista, mas hoje você pode usar o design para criar coisas com as quais outras pessoas de sua cultura ou identidade se identifiquem. (Lupton, 2023, p. 214).

Além disso, o livro reúne exemplos de projetos criados por e para pessoas de grupos marginalizados, demonstrando como o design pode se tornar uma ferramenta de empoderamento, reconhecimento e representação. Ao propor essa mudança de paradigma, Lupton reforça que a inclusão não deve ser um complemento ao processo criativo, mas seu ponto de partida. Assim, o design social amplia seu potencial como prática transformadora, centrada na escuta, na colaboração e na construção de soluções transformadoras.

Dessa forma, entendemos que o design não é neutro. Design é uma prática moldada por valores culturais e sociais, e projetar para todos significa considerar ativamente aqueles



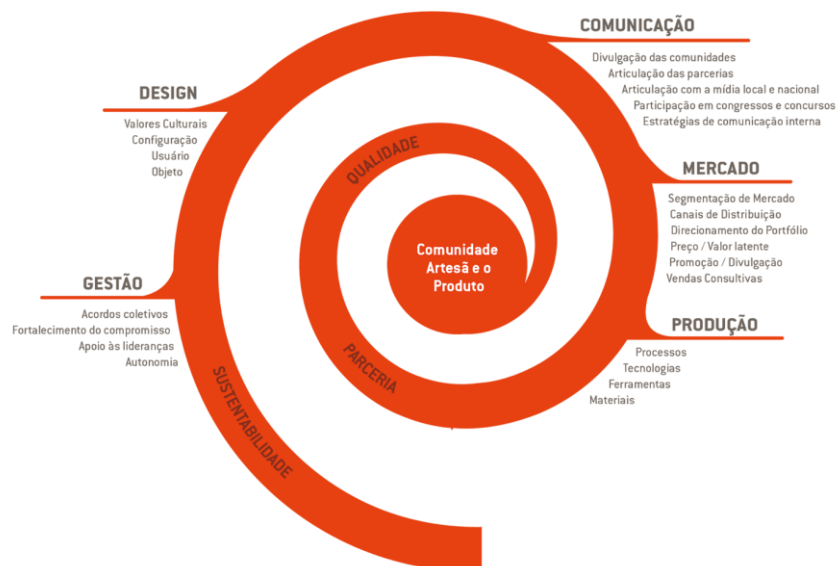
que historicamente foram e são marginalizados. Assim, a pesquisa optou por um modelo metodológico que valoriza a escuta, a participação e o reconhecimento dos saberes locais, apresentado a seguir.

### 3 Desenho do Estudo

Este estudo adotou como método de investigação os pressupostos dos eixos de gestão e de comercialização do Modelo de Intervenção em Design no Artesanato, desenvolvido pelo Laboratório O Imaginário da UFPE, Figura 1, em virtude de sua experiência consolidada na integração entre ensino, pesquisa e extensão junto a comunidades produtoras de artesanato. O foco principal das ações do laboratório é a comunidade artesã e seus produtos, promovendo a compreensão e o reconhecimento de seu contexto, suas realidades e fontes de inspiração.

Esse modelo foi estruturado a partir da vivência direta com as comunidades artesãs, e se organiza em cinco eixos interdependentes: design, produção, gestão, comunicação e mercado. Conforme Andrade e Cavalcanti (2020), a prática de design valoriza as tradições populares, as habilidades dos artesãos e o uso consciente dos materiais. Trata-se de um processo de criação colaborativa entre designer e artesão, respeitando os parâmetros culturais e sociais das comunidades envolvidas.

Figura 1 – Modelo de atuação do Laboratório de design O Imaginário da UFPE.



Fonte: Laboratório de Design O Imaginário.

O eixo da produção respeita o modo de vida e o saber fazer das comunidades, ao mesmo tempo em que busca aperfeiçoar os processos produtivos, melhorar as condições



de trabalho e promover o uso sustentável dos recursos naturais. O eixo de mercado direciona a produção das comunidades parceiras para segmentos específicos capazes de reconhecer o valor agregado ao produto, assegurando uma remuneração justa e a continuidade da prática artesanal. A gestão tem como objetivo a formação, articulação e consolidação de grupos, com foco na construção de acordos coletivos e na busca por autonomia e as ações de comunicação visam disseminar informações de forma eficaz e estratégica, sensibilizando a opinião pública quanto à importância do artesanato e ao valor dos seus criadores.

O formato em espiral do modelo sinaliza uma construção contínua e integrada, baseada nas relações entre a comunidade artesã e o seu contexto, por meio das trocas inerentes à dinâmica dos sistemas vivos. Nesse sentido, a gestão e a comunicação atravessam transversalmente todos os eixos.

#### **4 Resultados e Discussões**

A mulher sempre esteve presente na produção das artes figurativas no Alto do Moura, mas o seu papel ficou mais restrito a ser mãe, esposa, cuidadora, com uma tripla jornada de trabalho. A influência das questões relacionadas ao gênero, estruturadas nessa lógica patriarcal, provocou o não reconhecimento dessas mulheres como artistas. O destaque se volta só para os homens, já que eles não tinham impedimentos para participarem de feiras e exposições, e tinham mais tempo livre para se dedicarem ao ofício, visto que não lhes cabiam as tarefas do trabalho reprodutivo.

Embora tenha tido origem na psiquiatria, o conceito de gênero se tornou popular a partir dos movimentos feministas norte-americanos de segunda onda. O contexto de luta pelos direitos das mulheres e dos homossexuais cresceram na década de 1960 em razão de mudanças, como a pílula anticoncepcional, e a inserção da mulher no mercado de trabalho, que permitiram olhar para o sexo como algo que vai além da finalidade reprodutiva (COSTA, p.273, 2020).

A tradição da arte em barro no Alto do Moura teve início com as mulheres confeccionando peças utilitárias. Apesar disso, é fortemente associada ao Mestre Vitalino, que ganhou destaque a partir da década de 1950 e aos seus discípulos, Mestre Luiz Antônio, Mestre Manuel Eudócio, Seu Elias, Zé Rodrigues e Zé Caboclo, que conquistaram reconhecimento enquanto artistas, não só local, mas nacional e internacional.

Essa valorização concentrada em figuras masculinas acabou por estabelecer uma hierarquia na produção artesanal, dificultando o reconhecimento e o acesso das mulheres a esse campo artístico.

No estudo de Santos *et al.* (2022), foram encontrados poucos estudos, como o de Ismael e Cunha (2018), que mencionam figuras femininas na história do Alto do Moura, como Dona Ernestina, reconhecida como uma das pioneiras entre as mulheres artesãs da região. Suas obras dialogam com o legado de Mestre Vitalino, incorporando elementos do regionalismo popular nordestino.



#### 4.1 Gestão

De acordo com Santos (2021, p. 21):

“O grupo Flor do Barro, formado desde 2014 com o propósito de promover o reconhecimento das mulheres artesãs do Alto do Moura, conta atualmente com 20 (vinte) integrantes: Adriana Pereira, Carmélia Rodrigues da Silva, Cícera Otília, Cleonice Otília, Elisvanda Barbosa da Silva, Elizabete, Ivanise da Silva, Ivonete Soares da Silva, Janaína Barbosa de Melo, Kátia Rosana Rodrigues, Maria Claudineide, Maria de Lourdes, Maria do Socorro Rodrigues da Silva, Maria Margarida da Silva, Marliete Rodrigues da Silva, Mauricéia Henrique da Silva, Neirice Otília da Silva, Rosana, Socorro Vitalino e Teresinha Otília.”

No início, o grupo se reunia em um espaço cedido por um morador do Alto do Moura, que disponibilizou sua sala de reuniões para encontros, oficinas e exposições. Com a venda do imóvel, o grupo ficou temporariamente sem uma sede física. Posteriormente, ocupou por um breve período um espaço público destinado a políticas para mulheres, vinculado à prefeitura; no entanto, mudanças no cenário político local inviabilizaram a permanência no local.

Em 2020, o grupo tornou-se oficialmente a Associação de Mulheres Artesãs Flor do Barro, com vinte (20) integrantes. Segundo Andrade (2015), na perspectiva da gestão, ser uma Associação pode facilitar o uso estratégico de recursos, consolidar lideranças, promover a articulação entre os membros do grupo e possibilitar a negociação para a implantação de sistemas de produção, controle, divisão e aplicação de recursos, sempre por meio de ferramentas adaptadas à realidade local.

A Associação sempre foi composta por mulheres de diferentes gerações, muitas delas descendentes de mestres artesãos do Alto do Moura. Esse vínculo familiar reforça a transmissão intergeracional de saberes e garante a continuidade da tradição do barro. No entanto, as ações de coletivo eram pontuais e desarticuladas.

Nos últimos cinco anos, os discursos de valorização do artesanato feminino ganharam maior projeção, isto evidencia uma crescente consciência social e revela também um enfrentamento simbólico às estruturas patriarcais ainda presentes na sociedade do Alto do Moura. A mudança de comportamento não se restringiu à busca por espaço no mercado artesanal local. Este coletivo feminino, hoje, reúne sessenta e cinco (65) integrantes e vem expandindo suas atividades através: da realização de oficinas de modelagem em barro em escolas da cidade de Caruaru e na própria comunidade, visando a continuidade do ofício para as gerações mais jovens; da participação em feiras e eventos; da promoção de exposições com temas de datas comemorativas; e da realização de palestras para apresentar o trabalho do coletivo em espaços públicos de divulgação.

Em 2024, as artesãs adquiriram na própria comunidade um imóvel para sediar a Associação, Figura 2. Parte do valor do imóvel foi quitada, e o restante está sendo pago em um prazo acordado com o proprietário, representando um avanço significativo em termos de autonomia do grupo.



Figura 2 - Sede da Associação de Mulheres Artesãs do Flor do Barro.



Fonte: Os autores.

Como fruto da relação de parceria e confiança construída com a equipe de Design da UFPE, as artesãs compartilham aspectos de seu cotidiano e rememoram as trajetórias de suas mães e avós, mulheres que sempre enfrentaram a tripla jornada de trabalho. Embora expressem orgulho em manter viva a tradição, enfatizam que o reconhecimento pela arte que produzem é a principal motivação para a organização coletiva.

As narrativas de vida das artesãs são permeadas pela tradição do barro, como se suas histórias fossem moldadas juntamente com as peças que produzem desde a infância no Alto do Moura. A partir dos depoimentos, é possível identificar três funções principais no processo artesanal local: mulheres que modelam e pintam; mulheres que apenas modelam; e aquelas que “apenas” pintam, Figuras 3 e 4.

Figuras 3 e 4 - Encontro com as Artesãs do Flor do Barro.



Fonte: Os autores.



Percebe-se, no entanto, uma hierarquização implícita nos discursos da comunidade, que tende a desvalorizar a figura da mulher pintora, referida como “a que só pinta”. Esse entendimento se reflete na prática comum de assinar apenas quem modela as peças, o que mantém uma lógica tradicional em que o homem modela e assina a obra, enquanto a esposa ou filhas se encarregam da pintura, sem o devido reconhecimento.

Tal prática contribui para um sentimento de invisibilidade entre as artesãs que se dedicam exclusivamente à pintura. Algumas, inclusive, não se reconheciam como produtoras de arte figurativa por não manusear o barro cru — atividade tradicionalmente mais valorizada. Essa percepção reforça a importância de ampliar a compreensão sobre o fazer artístico, reconhecendo o valor de todas as etapas do processo artesanal.

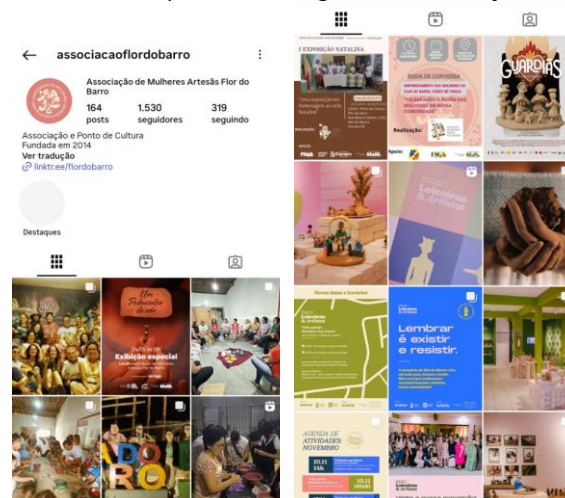
## 4.2 Comunicação

A comunicação entre os artesãos, seus produtos, os atores locais, o poder público e o mercado é um dos desafios dominantes na produção artesanal. Em 2021, Santos aponta que era necessário ampliar os canais de divulgação do Grupo de forma a possibilitar a venda das peças pelas redes sociais, ou seja, direcionar os ateliês para o mundo virtual.

Atualmente, na Associação Flor do Barro, essa comunicação tem se fortalecido por meio de diversas estratégias, como: a presença ativa em redes sociais; a participação em feiras e eventos culturais; além de inserções em mídias tradicionais.

O grupo mantém perfis atualizados no Instagram (@associacaoflordobarro) e no Facebook, utilizando essas plataformas para divulgar oficinas, eventos e conquistas, Figuras 5 e 6 (perfil e feed). Destacam-se os perfis digitais de duas das líderes, Socorro Rodrigues (@socorrorodriguesatelie) e Cleonice Otilia (@mestranicinhaotilia) com características profissionais de promoção do artesanato em barro do Alto do Moura e de suas atuações como mestras artesãs, Figuras 7 e 8.

Figuras 5 e 6 - Print do perfil do Instagram da associação flor do barro

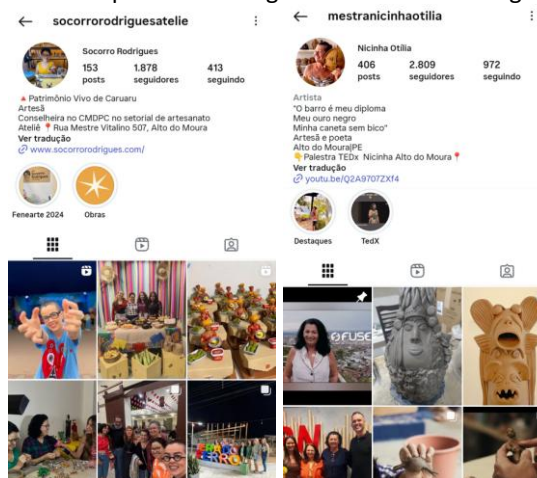


Fonte: @associacaoflordobarro



O perfil do Instagram da Associação apresenta características de gestão profissional, com foco em fortalecimento institucional. Observa-se o uso de links de contato, catálogos ou formulários, uma identidade visual padronizada e coerente, e a divulgação constante de parcerias estratégicas com instituições como o SEBRAE, a Rede Artesol e a UFPE — fatores que reforçam a credibilidade e o posicionamento do grupo no mercado.

Figura 7 e 8 - Prints dos perfis do Instagram de Socorro Rodrigues e de Nicinha.



Fonte: @socorrorodriguesatellie e @mestranicinhaotilia.

Essas redes também funcionam como canais de aproximação com a comunidade e o público consumidor. Em outubro de 2024, por exemplo, a Rádio Cidade 99.7 FM de Caruaru noticiou a oferta de cursos gratuitos promovidos pela associação, ampliando ainda mais sua visibilidade regional.

Além da comunicação digital, o grupo marca presença em importantes feiras e eventos culturais, como a Feira Nacional de Negócios de Artesanato (FENEARTE) e o Festival de Inverno de Garanhuns, muitas vezes com apoio de instituições como o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Pernambuco (SEBRAE-PE), o que contribui para o fortalecimento de sua imagem e reconhecimento no cenário do artesanato nacional

Outros desafios de comunicação destaques em Santos (2021) eram os relacionados à identidade visual e às embalagens de seus produtos. Atualmente, embora o grupo já disponha de uma marca institucional divulgada em suas redes sociais, as peças continuam sendo embaladas com materiais simples, como papel de livraria e plástico-bolha. Ainda não há uma padronização das embalagens em conformidade com a nova identidade visual, o que limita a percepção de valor dos produtos e dificulta o acesso a mercados mais exigentes.

Um bom exemplo da integração entre ações dos eixos de **gestão e comunicação** do Grupo Flor do Barro ocorreu durante o ano de 2024, quando uma parte do grupo, vinte e cinco (25) artesãs, com representações geracionais diversas, participou de um projeto organizado e desenvolvido por um grupo de pesquisadoras autônomas foi financiado pela



Fundação Nacional de Arte (FUNARTE, 2023). Durante três meses, elas passaram por uma formação sociopolítica realizada em encontros semanais, abordando temas como capitalismo, patriarcado, desigualdades de gênero, racismo, organização de mulheres, direitos humanos e violência contra as mulheres. Ao final desse processo formativo, cada participante recebeu a tarefa de produzir uma peça em barro inspirada nas reflexões e vivências construídas ao longo dos encontros. O projeto teve como culminância a exposição *Mulheres em Resistência: Louceiras & Artistas*, realizada no Alto do Moura e exibida por quarenta e cinco (45) dias.

Paralelamente, entre a formação inicial das artesãs e a exposição, foi promovida uma nova etapa do projeto voltada à juventude da comunidade e, durante três meses, dez jovens com idades entre 14 e 17 anos participaram de uma formação que abordou os mesmos temas discutidos pelas mulheres, com o acréscimo de conteúdos sobre diversidade sexual e uma formação específica em Mediação Cultural. Essa formação dos jovens já ocorreu no novo espaço adquirido pela Associação Flor do Barro. Além dos jovens, quatro mulheres adultas da comunidade também participaram da formação e estas atuaram, de forma remunerada, como mediadoras culturais durante a exposição, Figura 9.

Figuras 9 - Postagem do perfil do Instagram da Flor do Barro, do dia 05 de novembro de 2024.



Fonte: @mestranicinhaotilia.



As peças apresentadas expressaram, de forma sensível e autoral, as histórias de vida de cada artesã e sua relação com o ofício. A mostra recebeu a visita de mais de quinhentas (500) pessoas — número registrado no caderno de assinaturas — com visitantes oriundos de cinquenta e quatro cidades, dezessete estados brasileiros e três países, evidenciando o alcance e o impacto da ação. Este resultado demonstra que para além da sensibilidade às demandas contemporâneas do mercado, as artesãs desejam manter viva a identidade cultural de seu território.

## 5 Conclusões

A relação de confiança construída ao longo de cinco anos entre a equipe de Design da UFPE com a Associação de Mulheres Artesãs Flor do Barro reafirma o potencial do design social como ferramenta de transformação sociocultural, sobretudo quando articulado a práticas colaborativas e ao reconhecimento de saberes tradicionais. A adoção do Modelo de Intervenção em Design no Artesanato permitiu aprofundar o diagnóstico do contexto local e evidenciar tanto os avanços quanto os novos desafios enfrentados pelo grupo em sua trajetória de fortalecimento político e institucional.

A consolidação da Associação representa um marco na gestão do grupo pois facilita o acesso às parcerias estratégicas e contribui para a autonomia e sustentabilidade econômica do coletivo. O aumento expressivo do número de participantes, a conquista de uma sede própria e a atuação conjunta com instituições como o SEBRAE e a Rede Artesol fortalecem o grupo, no que se refere à formação e à visibilidade.

A atuação em redes colaborativas e a presença ativa nas redes sociais têm ampliado o alcance do grupo e contribuído para reposicionar as artesãs tanto no mercado quanto na memória coletiva da cultura popular nordestina. Assim, o percurso metodológico adotado neste estudo não apenas gerou subsídios para o fortalecimento da gestão e da comunicação do grupo, como também apontou caminhos para repensar o papel do design no enfrentamento das desigualdades de gênero e no reconhecimento de identidades historicamente marginalizadas.

Entretanto, persistem questões estruturais que dificultam a consolidação de uma produção efetivamente coletiva, como a manutenção de práticas produtivas individualizadas. As narrativas das artesãs revelam tensões simbólicas ainda presentes na divisão sexual do trabalho artesanal, refletidas na desvalorização de funções tradicionalmente atribuídas às mulheres, como a pintura das peças. Nesse contexto, sugere-se ampliar o entendimento sobre o fazer artesanal, reconhecendo a complexidade e a complementaridade dos processos que compõem a cadeia produtiva do artesanato cerâmico.

Por fim, concluímos o estudo sugerindo a ampliação da compreensão do design com base no feminismo de forma interseccional, ou seja, conectando gênero com outras dimensões, como raça, classe, deficiência e identidade de gênero. Assim, é possível incluir todas as pessoas marginalizadas, afastando-se de uma visão branca, liberal e hegemônica. Dentre tantos aprendizados gerados a partir das trocas extensionistas, de ensino e de



pesquisa realizadas com as artesãs, destacamos a denúncia que elas fazem ao mito do "gênio criativo" individual, geralmente homem. E, aqui, reforçamos a força do trabalho coletivo, colaborativo e de cuidado, temas centrais do feminismo.

## 6 Referências

ANDRADE, Ana Maria Q.; CAVALCANTI, Virginia. Laboratório O Imaginário: uma trajetória entre design e artesanato. **Recife: Zoludesign, 2020.**

ANDRADE, Ana Maria Queiroz de. A gestão de design e o modelo de intervenção de design para ambientes artesanais: Um estudo de caso sobre a atuação do Laboratório de Design O Imaginário/UFPE nas comunidades produtoras Artesanato Cana-Brava-Goiana, e Centro de Artesanato Wilson de Queiroz Campos Júnior–Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco. 2015.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos.** São Paulo. Editora Blucher, 1998.

COSTA, Brenda Capinã Botelho. Apontamentos sobre o conceito de Gênero e suas articulações com o Direito. **Revista Acadêmica Escola Superior do Ministério Público do Ceará**, Fortaleza, v. 12, n. 2, p. 265-286, 2020.

DE MORAES, Dijon; CELASCHI, Flaviano; MANZINI, Ezio. **Metaprojeto: o design do design.** São Paulo: Blucher, 2010.

FUNARTE. **Heroínas da Arte: Protagonismo e Resistência.** Edital FUNARTE RETOMADA - ARTES VISUAIS 2023, do Ministério da Cultura.

ISMAEL, E.; CUNHA, K. Mulheres Artesãs do Alto do Moura: suas histórias, memória e identidades. **João Pessoa: Marca de Fantasia, 2018.**

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais.** São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

LUPTON, Ellen *et al.* Extrabold: um guia feminista inclusivo antirracista não binário para designers. **Tradução: Maria Luisa de Abreu Lima Paz. São Paulo: Olhares, 2023.**

MANZINI, Ezio. Design: quando todos fazem design: uma introdução ao design para a inovação social. **São Leopoldo: Unisinos, 2017.**

MELO, Camila Wedja Francisco De *et al.* CERAMIC DESIGN WORKSHOP: A creative experience through territorial jewelry with the flor do barro group, alto do moura, caruaru – pernambuco/brazil. **MIX Sustentável**, v. 10, n. 2, p. 165–174, 29 maio 2024.

PEREIRA, Q. da C. **Design e artesanato: uma alternativa para o designer pernambucano.** 2004. 77 f. Monografia (Graduação em Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2004.

Rádio Cidade 99,7. **Associação de artesãs do Alto do Moura oferece curso gratuito.** Cidade 99,7 FM, Caruaru, 9 out. 2024. Disponível em: <https://cidade997.com.br/associacao-de-artesas-do-alto-do-mora-oferece-curso-gratuito/>. Acesso em: 8 maio 2025.



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
*Mundos por vir\_*

X SDS 2025 - Sustainable Design Symposium

**3 a 5  
DEZ  
2025**

São Luís - MA



SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero patriarcado violência**. 2.ed.—São Paulo: Expressão Popular: Fundação Perseu Abramo, 2015.

SANTOS, Jessyane Alves dos *et al.* Handicraft Productive Chain: a mapping of the ceramic women of the Flor do Barro group through the social and sustainable dimensions of the historical context of Alto do Moura, Caruaru-Pernambuco/Brazil. **e-Revista LOGO**, v. 12, p. 110–129, 1 nov. 2023.

SANTOS, Marília Brandão da Silva. **Grupo Flor do barro**: a cerâmica narrativa de mulheres artesãs do Alto do Moura – Caruaru / PE. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2021.

SANTOS, Marília Brandão; BARBOSA, Ana Carolina; SILVA, Germannya D.'Garcia. THE LOOK OF DESIGN ON NARRATIVE CERAMICS FROM GRUPO FLOR DO BARRO-CARUARU/PE. **MIX Sustentável**, v. 8, n. 2, p. 143-153, 2022.