

# TRANS VERSO

## 06 Associação Flor do Barro: a trajetória política de um coletivo de mulheres artesãs sob o viés da interseccionalidade no design

recebido em 28/03/2026  
aprovado em 28/04/2026

## Associação Flor do Barro: a trajetória política de um coletivo de mulheres artesãs sob o viés da interseccionalidade no design

Maisa dos S. Farias

maisa.farias@ufpe.br

Universidade Federal de Pernambuco

Thomaz Henrique B. Lira

thomazbarroso@ufpe.br

Universidade Federal de Pernambuco

Ana Carolina de M. A. Barbosa

anacarolina.barbosa@ufpe.br

Universidade Federal de Pernambuco

Germannya D. A. Silva

germannya.asilva@ufpe.br

Universidade Federal de Pernambuco

**RESUMO (PT):** O presente artigo aborda a trajetória política de um coletivo de mulheres artesãs do bairro do Alto do Moura, em Caruaru - PE. A pesquisa detalha a busca por reconhecimento e visibilidade do trabalho artesanal, bem como o enfrentamento da estrutura patriarcal predominante no território. Metodologicamente, o estudo empregou o Modelo Atuação de Design e Artesanato, desenvolvido pelo Laboratório O Imaginário da UFPE, com um foco particular na análise dos eixos de gestão e comunicação. Essa abordagem permitiu uma compreensão aprofundada do contexto sociocultural em que essas artesãs estão inseridas. Os resultados obtidos destacam a formalização de uma associação, o crescimento do número de integrantes e a conquista de uma sede própria, evidenciando o impacto político da atuação como coletivo.

**Palavras-chave:** *design social; estrutura patriarcal; mulheres artesãs.*

**ABSTRACT (ENG):** *This article addresses the political trajectory of a collective of women artisans from the Alto do Moura neighborhood in Caruaru, Pernambuco, Brazil. The research details their pursuit of recognition and visibility for their artisanal work, as well as their confrontation with the prevailing patriarchal structure in the area. Methodologically, the study employed the Design and Craft Performance Model, developed by the Imaginary Laboratory at UFPE (Federal University of Pernambuco), with a particular focus on analyzing the axes of management and communication. This approach allowed for a deeper understanding of the sociocultural context in which these artisans are embedded. The results highlight the formalization of an association, the growth in the number of members, and the acquisition of their own headquarters, demonstrating the political impact of their work as a collective.*

**Keywords:** *social design; patriarchal structure; women artisans.*

## 1. Introdução

O estado de Pernambuco é amplamente reconhecido por seus diversos centros de produção artesanal espalhados por sua geografia. Dentre esses, destaca-se o bairro do Alto do Moura, situado no município de Caruaru, a uma distância de 126 km da capital, Recife. Com o passar do tempo, a abundância de argila na região, utilizada na fabricação de peças utilitárias, conferiu ao povoado a alcunha de “terra dos oleiros”. No entanto, foi a partir da década de 1950, impulsionado pela obra de Vitalino Pereira dos Santos, o Mestre Vitalino, que o bairro alcançou projeção nacional por seu artesanato figurativo (Pereira, 2004; Andrade; Cavalcanti, 2020).

Atualmente, o Alto do Moura configura-se como um polo de concentração de artesãos ceramistas que dão continuidade à tradição iniciada por Mestre Vitalino. Essa característica singular confere aos artesãos uma identidade própria, imbuída de memórias e simbolismos que se estendem por todo o estado. As peças figurativas produzidas localmente refletem as complexas relações de representação social entre o território e a evolução histórica do artesanato. Contudo, é relevante notar que a participação feminina entre os mestres da região ainda é significativamente reduzida (Santos *et al.*, 2022).

Conforme afirma 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 ilustrativo e recorrente na comunidade é a ausência de assinaturas femininas nas peças elaboradas por mulheres, frequentemente substituídas por nomes de figuras masculinas como pais, maridos ou irmãos, perpetuando a invisibilidade de sua autoria.

A colaboração entre o curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Campus do Agreste, e o Grupo Flor do Barro manifestou-se em múltiplos momentos e contextos acadêmicos, abrangendo ensino, pesquisa e, de forma proeminente, extensão. O primeiro contato ocorreu em setembro de 2020, facilitado pela Secretaria de Políticas para Mulheres de Caruaru, que promoveu uma oficina de biojoias para um coletivo de ceramistas do Alto do Moura. O propósito dessa ação era estimular o uso da argila local, otimizar os processos produtivos e diversificar o público consumidor.

Subsequentemente a esse encontro, ao longo de dois anos, foram desenvolvidos um trabalho de conclusão de curso e um projeto de extensão acadêmica denominado “Flores do Barro”. Ambos os empreendimentos tiveram como objetivo central empregar os princípios do design para agregar valor e impulsionar a produção e comercialização do grupo, contribuindo para a sustentabilidade e a projeção do artesanato pernambucano (Santos, 2021; Santos *et al.*, 2022).

A análise aprofundada da cadeia produtiva do Grupo Flor do Barro, desde a extração da matéria-prima até a etapa de venda das peças, revelou que, embora operem de forma coletiva, cada artesã executa seu trabalho individualmente em seu domicílio. Essa constatação alinha-se com estudos anteriores sobre o artesanato do Alto do Moura, que também apontam para uma prática isolada, mesmo em contextos familiares. As peças de argila são moldadas manualmente, submetidas a queima em fornos de baixa temperatura e finalizadas com pintura a frio. O impacto das ações iniciais foi evidenciado pelo desejo do grupo em adotar um modelo de produção colaborativa, explorar novas técnicas de modelagem e ferramentas para assegurar a continuidade sustentável da tradição cerâmica (Santos *et al.*, 2023).

Em um desdobramento posterior, um *workshop* intitulado Design Cerâmico foi implementado com o Grupo Flor do Barro, com o intuito de fomentar a criatividade e o sentimento de pertencimento coletivo entre as artesãs. O desafio primordial consistiu em promover uma ressignificação do barro, a partir da concepção de “joia de território”, que integra o valor simbólico inerente às joias — tradicionalmente confeccionadas com metais preciosos — com as técnicas, matérias-primas e referências culturais autóctones do artesanato. Dessa forma, as peças passaram a ser percebidas como valiosas não apenas por seu valor material, mas também pelo profundo significado cultural que carregam (Melo *et al.*, 2023).

Desde então, a colaboração entre a equipe de Design e o grupo tem se mantido ativa por meio de iniciativas contínuas de ensino e pesquisa. O presente artigo tem como propósito apresentar um relato da jornada política empreendida pelas artesãs nos últimos cinco anos, visando o reconhecimento, a visibilidade de seu trabalho artesanal e o enfrentamento das estruturas patriarcais arraigadas no território. Os resultados obtidos, ainda embasados no Modelo de Atuação do Design no Artesanato, desenvolvido pelo Laboratório O Imaginário da UFPE, concentraram-se nos pilares de gestão e comunicação, identificando tanto as potencialidades quanto as lacunas presentes na história e na estruturação da Associação.<sup>1</sup>

## 2. Diálogos teóricos no design: da metodologia projetual às práticas inclusivas

Esta seção se dedica a uma análise entre as concepções mais clássicas e as mais contemporâneas do design, com o intuito de elucidar seu papel como agente de transformação social. Nas abordagens mais tradicionais, o design é frequentemente associado a um processo metodológico linear, embora já se observassem esforços para transcender a rigidez dos modelos projetuais convencionais. Nesse panorama, as contribuições de autores como Baxter, Löbach, Moraes, Manzini e Lupton são particularmente relevantes.

Löbach (2001) explora os fundamentos do design industrial, estabelecendo uma conexão entre o processo de desenvolvimento de produtos e as dimensões funcionais, estéticas e simbólicas. Ao discorrer sobre o design como uma metodologia para a concepção de produtos, o autor detalha etapas cruciais, que incluem: a análise do problema, a definição de requisitos e restrições, a geração e seleção de alternativas, o desenvolvimento de soluções detalhadas, e a avaliação e aprimoramento. Adicionalmente, o autor discute as inter-relações do design com o setor industrial, enfatizando a importância da ergonomia e da coerência entre forma, função e contexto.

Löbach (2001) também ressalta uma inflexão histórica no campo do design, caracterizada pela transição de uma primazia na funcionalidade técnica para uma crescente valorização das necessidades e anseios dos consumidores. Nesse cenário, a conexão simbólica entre o produto e o usuário adquire uma centralidade proeminente, muitas vezes superando a mera função prática. Consequentemente, o design passa a ser compreendido como um mediador de significados e interações.

De maneira análoga, Mike Baxter, em seu livro *Projeto de Produto* (1998), propõe a utilização de estratégias e ferramentas para o desenvolvimento de produtos que sejam simultaneamente funcionais e competitivos. Sua obra é uma referência base no design, buscando posicionar o projeto de produto no cerne da inovação. Baxter delinea o processo de desenvolvimento em

<sup>1</sup> Este artigo é uma versão revisada e ampliada de trabalho anteriormente apresentado em congresso (Farias *et al.*, 2025). A presente versão incorpora modificações substanciais, incluindo revisão teórica, atualização de dados e reestruturação analítica.

fases distintas: identificação de necessidades, geração de conceitos, desenvolvimento detalhado, prototipagem e testes, e lançamento e avaliação pós-mercado.

O impacto do design na sociedade é abordado também por Dijon de Moraes em *Metaprojeto: O Design do Design* (2010). Ele sublinha que a inovação no processo projetual evolui em consonância com as necessidades e expectativas dos usuários. Através de uma análise crítica, o autor demonstra que a atividade de projetar transcende a simples criação de produtos, abrangendo a construção de relações complexas entre o produto, o consumidor e a sociedade.

As influências de fatores socioambientais, de sustentabilidade e culturais no design tornaram-se fatores determinantes, moldando tanto o perfil do consumidor quanto a identidade corporativa. A era contemporânea redefiniu a percepção do design, que agora é visto como um processo dinâmico e adaptável, em constante evolução para atender às demandas atuais.

Nessa perspectiva expandida, o design assume um papel social mais abrangente, atuando como um catalisador na formação de valores culturais e individuais. Manzini (2017) argumenta que a prática do design passou por transformações significativas, especialmente no que tange à sua função e aos atores envolvidos. Para o autor, a construção do pensamento em design, particularmente na formação de novos profissionais, deve ir além da lógica de mercado, priorizando sua função social, que se manifesta na interação com outros indivíduos.

Diante disso, espera-se que os projetos de design gerem mudanças tangíveis e aplicáveis no cotidiano. Para tal, é imperativo que se estabeleça uma escuta ativa das comunidades envolvidas, compreendendo seus costumes, métodos e ferramentas, e desenvolvendo soluções em diálogo com esses contextos. Nesse sentido, o design transcende sua esfera de exclusividade, incorporando a noção de “design difuso”, onde todos são potenciais criadores de soluções em suas realidades.

Essa compreensão expande o escopo tradicional do design, aproximando-o de práticas colaborativas e inclusivas que visam empoderar as comunidades e fomentar processos de transformação social a partir de suas próprias demandas e capacidades. Estudos mais recentes no campo do design propõem abordagens como o design participativo, que busca a inclusão ativa do público ou das partes interessadas em todas as fases do processo de design, desde o diagnóstico do problema até a concepção das soluções. Em vez de o designer criar para as pessoas, a premissa é criar com elas.

As metodologias de cocriação e escuta ativa representam áreas em expansão, dedicadas a testar práticas participativas que garantam a eficácia do processo e a geração de resultados com impacto social. Algumas técnicas empregadas incluem: o desenvolvimento de mapas colaborativos, a construção conjunta de protótipos, dinâmicas visuais com desenhos ou colagens, entrevistas abertas e caminhadas exploratórias.

Nessa linha de pensamento, a obra *Extra Bold: um guia feminista, inclusivo, antirracista, não binário para designers* (2023), organizada por Ellen Lupton, defende que a verdadeira inovação no design requer interações diretas entre o produto e as pessoas, especialmente ao considerar a diversidade de corpos, culturas e experiências. O livro postula que projetos inclusivos alcançam um público mais amplo quando contam com a participação daqueles que são diretamente afetados por eles, transformando o design

social em um espaço de intercâmbio de experiências e promovendo soluções verdadeiramente significativas. A obra de Lupton (2023, p. 214) afirma 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.

Adicionalmente, o livro apresenta exemplos de projetos concebidos por e para grupos marginalizados, ilustrando como o design pode ser uma ferramenta de empoderamento, reconhecimento e representação. Ao propor essa mudança de paradigma, Lupton enfatiza que a inclusão não deve ser um elemento secundário no processo criativo, mas sim seu ponto de partida. Dessa forma, o design social expande seu potencial como prática transformadora, centrada na escuta, na colaboração e na construção de soluções inovadoras.

Conclui-se, portanto, que o design não é uma prática neutra. Ele é intrinsecamente moldado por valores culturais e sociais, e projetar para todos implica considerar ativamente aqueles que historicamente foram e continuam sendo marginalizados. Assim, a presente pesquisa adotou um modelo metodológico que prioriza a escuta, a participação e o reconhecimento dos saberes locais, o qual será detalhado na seção subsequente.

### **3. Desenho metodológico**

O presente estudo fundamentou sua abordagem metodológica nos princípios dos eixos de gestão e comercialização do Modelo de Intervenção em Design no Artesanato. Este modelo, desenvolvido pelo Laboratório O Imaginário da UFPE e ilustrado na Figura 1, foi selecionado devido à sua comprovada eficácia na integração de atividades de ensino, pesquisa e extensão junto a comunidades artesanais. A atuação do laboratório concentra-se na comunidade artesã e em seus produtos, buscando aprofundar a compreensão e o reconhecimento de seu contexto, suas realidades e suas fontes de inspiração.

Este modelo foi concebido a partir da experiência direta com as comunidades de artesãos e estrutura-se em cinco eixos interconectados: design, produção, gestão, comunicação e mercado. Conforme apontam Andrade e Cavalcanti (2020), a prática do design, nesse contexto, valoriza as tradições populares, as habilidades inerentes aos artesãos e a utilização consciente dos materiais. Trata-se de um processo de criação colaborativa, que envolve designers e artesãos em um diálogo constante, 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 visa respeitar os modos de vida e os saberes tradicionais das comunidades, ao mesmo tempo em que busca otimizar os processos produtivos, aprimorar as condições de trabalho e promover a utilização sustentável dos recursos naturais. O eixo de mercado tem como objetivo direcionar a produção das comunidades parceiras para segmentos específicos que sejam capazes de reconhecer o valor agregado aos produtos, garantindo uma remuneração justa e a continuidade da prática artesanal. A gestão, por sua vez, foca na formação, articulação e consolidação de grupos, com ênfase na construção de acordos coletivos e na busca por autonomia. As ações de comunicação, finalmente, buscam disseminar informações de maneira eficaz e estratégica, sensibilizando a opinião pública sobre a importância do artesanato e o valor de seus criadores.

A representação em espiral do modelo sugere uma construção contínua e integrada, que se baseia nas relações dinâmicas entre a comunidade artesã e seu ambiente, por meio das trocas inerentes aos sistemas vivos. Nesse sentido, os eixos de gestão e comunicação perpassam transversalmente todos os demais eixos, atuando como elementos articuladores e facilitadores.

#### 4. Resultados e discussões

Historicamente, a presença feminina na produção das artes figurativas no Alto do Moura sempre foi marcante, contudo, seu papel foi frequentemente circunscrito às esferas da maternidade, conjugalidade e cuidado, resultando em uma tripla jornada de trabalho. A influência de questões de gênero, enraizadas em uma lógica patriarcal, culminou na falta de reconhecimento dessas mulheres como artistas. O protagonismo era direcionado exclusivamente aos homens, que não enfrentavam impedimentos para participar de feiras e exposições e dispunham de mais tempo para se dedicar ao ofício, uma vez que as responsabilidades do trabalho reprodutivo não lhes eram atribuídas.

Embora tenha suas origens na psiquiatria, o conceito de gênero ganhou ampla popularidade a partir dos movimentos feministas norte-americanos da segunda onda. O contexto de luta pelos direitos das mulheres e da comunidade LGBTQIAP+ intensificou-se na década de 1960, impulsionado por transformações sociais como a introdução da pílula anticoncepcional e a crescente inserção feminina no mercado de trabalho, o que permitiu uma compreensão do sexo que transcende sua finalidade meramente reprodutiva (Costa, 2020, p. 273).

A tradição da arte em barro no Alto do Moura teve seu início com as mulheres dedicadas à confecção de peças utilitárias. Apesar disso, essa tradição é fortemente associada à figura de Mestre Vitalino, que alcançou proeminência a partir da década de 1950, e a seus discípulos, como Mestre Luiz Antônio, Mestre Manuel Eudócio, Seu Elias, Zé Rodrigues e Zé Caboclo, que conquistaram reconhecimento artístico não apenas local, mas também nacional e internacional.

Essa concentração de valorização em figuras masculinas estabeleceu uma hierarquia na produção artesanal, dificultando o acesso e o reconhecimento das mulheres nesse campo artístico.

No estudo de Santos *et al.* (2022), constatou-se a escassez de pesquisas, como a de Ismael e Cunha (2018), que mencionam figuras femininas na história do Alto do Moura. Dentre as poucas referências, destaca-se Dona Ernestina, reconhecida como uma das pioneiras entre as artesãs da região, cujas obras dialogam com o legado de Mestre Vitalino, incorporando elementos do regionalismo popular nordestino.

#### **4.1. Gestão**

Conforme Santos (2021, p. 21) descreve:

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 Otilia, Cleonice Otilia, 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 Otilia da Silva, Rosana, Socorro Vitalino e Teresinha Otilia.

Inicialmente, o grupo realizava seus encontros, oficinas e exposições em um espaço gentilmente cedido por um morador do Alto do Moura. Com a venda do imóvel, o coletivo ficou temporariamente sem uma sede física. Posteriormente, ocupou por um breve período um espaço público destinado a políticas para mulheres, vinculado à prefeitura; contudo, alterações no cenário político local inviabilizaram a permanência no local.

Em 2020, o grupo formalizou-se como Associação de Mulheres Artesãs Flor do Barro, contando com vinte (20) integrantes. Segundo Andrade (2015), sob a ótica da gestão, a constituição como Associação pode otimizar o uso estratégico de recursos, consolidar lideranças, fomentar a articulação entre os membros e viabilizar negociações para a implementação 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 laço

familiar fortalece a transmissão intergeracional de saberes e assegura a continuidade da tradição do barro. No entanto, as ações coletivas eram pontuais e careciam de articulação.

Nos últimos cinco anos, os discursos em prol da valorização do artesanato feminino ganharam maior visibilidade, evidenciando uma crescente consciência social e 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. Atualmente, este coletivo feminino reúne sessenta e cinco (65) integrantes e tem expandido suas atividades por meio da realização de oficinas de modelagem em barro em escolas de Caruaru e na própria comunidade, visando a perpetuação do ofício para as gerações mais jovens; da participação em feiras e eventos; da promoção de exposições temáticas em datas comemorativas; e da realização de palestras para apresentar o trabalho do coletivo em espaços públicos de divulgação.

Em 2024, as artesãs adquiriram um imóvel na própria comunidade para sediar a Associação, conforme ilustrado na Figura 2. Parte do valor do imóvel foi quitada, e o restante está sendo pago em um prazo acordado com o proprietário, o que representa 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 resultado da relação de parceria e confiança estabelecida 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 intrinsecamente ligadas à 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 se dedicam exclusivamente à pintura, conforme ilustrado nas Figuras 3 e 4.



Figura 3: Encontro com as Artesãs do Flor do Barro. Fonte: os autores.

Percebe-se, contudo, uma hierarquização implícita nos discursos da comunidade, que tende a desvalorizar a figura da mulher pintora, frequentemente referida como “a que só pinta”. Essa percepção se reflete na prática comum de assinar apenas quem modela as peças, perpetuando 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.

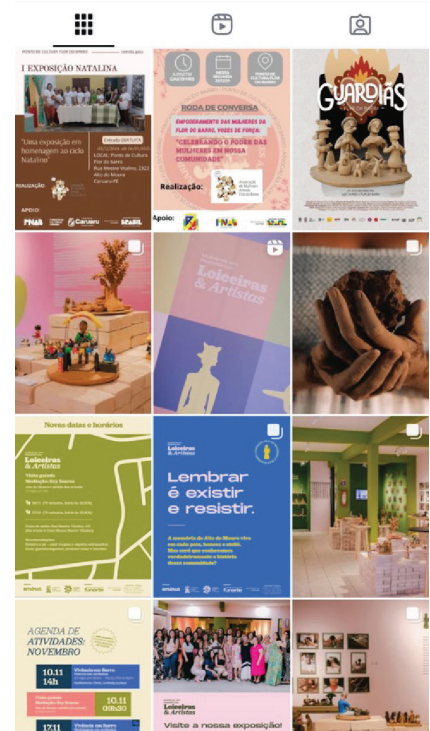
Tal prática contribui para um sentimento de invisibilidade entre as artesãs que se dedicam exclusivamente à pintura. Algumas, inclusive, não se reconheciam como produtoras de arte figurativa por não manusear o barro cru, atividade tradicionalmente mais valorizada. Essa percepção reforça a importância 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 constitui um dos desafios predominantes na produção artesanal. Em 2021, Santos apontou a necessidade de expandir os canais de divulgação do Grupo, visando possibilitar a comercialização das peças por meio das redes sociais, ou seja, direcionar os ateliês para o ambiente virtual.

Atualmente, na Associação Flor do Barro, essa comunicação tem sido fortalecida 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, conforme ilustrado nas Figuras 4 e 5 (perfil e *feed*). Destacam-se os perfis digitais de duas das líderes, Socorro Rodrigues (@socorrorodriguesatelier) e Cleonice Otília (@mestranicinhaotilia), que apresentam características profissionais de promoção do artesanato em barro do Alto do Moura e de suas atuações como mestras artesãs, como pode ser observado nas Figuras 6 e 7.



Figuras 4 e 5: Prints do perfil do Instagram da associação flor do barro.  
 Fonte: @associacaoflorldobarro.

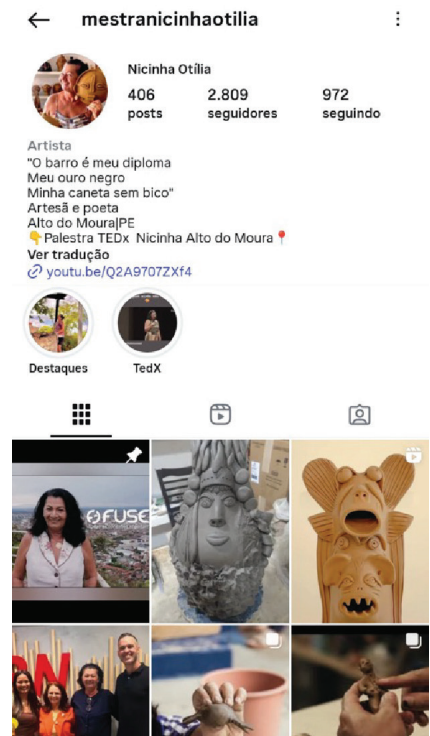
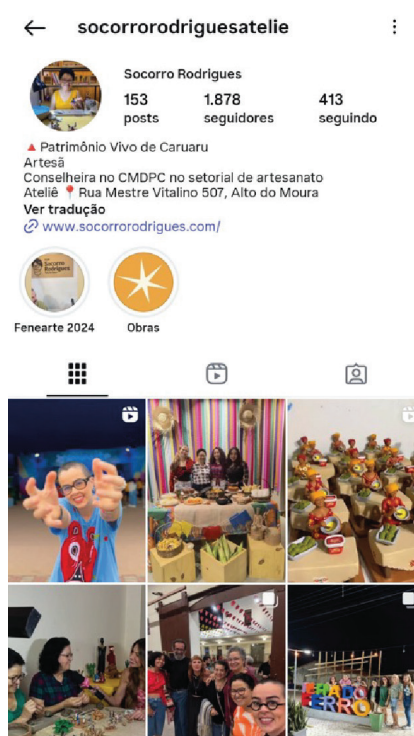


Figura 6: Print do perfil do Instagram de Socorro Rodrigues. Fonte: @socorrordriguesatellie.  
 Figura 7: Print do perfil do Instagram da Mestra Nicinha. Fonte: @mestranicinhaotilia.

O perfil do Instagram da Associação demonstra uma gestão profissional, com foco no 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.

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 destacados por Santos (2021) estavam 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.

## 5. Considerações finais

A duradoura relação de confiança, estabelecida ao longo de cinco anos entre a equipe de Design da UFPE e a Associação de Mulheres Artesãs Flor do Barro, reitera o potencial do design social como um instrumento de transformação sociocultural. Esse potencial é particularmente evidente quando o design é articulado com práticas colaborativas e com o reconhecimento dos saberes tradicionais. A aplicação do Modelo de Intervenção em Design no Artesanato possibilitou um aprofundamento no diagnóstico do contexto local, revelando tanto os progressos alcançados quanto os novos desafios que o grupo enfrenta em sua jornada de fortalecimento político e institucional.

A consolidação da Associação representa um marco significativo na gestão do coletivo, pois facilita o acesso a parcerias estratégicas e contribui para a autonomia e a sustentabilidade econômica do grupo. O notável aumento no número de participantes, a aquisição de uma sede própria e a colaboração com instituições como o SEBRAE e a Rede Artesol, são fatores que robustecem o grupo em termos de formação e visibilidade.

A atuação em redes colaborativas e a presença ativa nas plataformas digitais têm expandido o alcance do grupo, contribuindo para reposicionar as artesãs tanto no mercado quanto na memória coletiva da cultura popular nordestina. Dessa forma, o percurso metodológico adotado neste estudo não apenas forneceu subsídios para o aprimoramento da gestão e da comunicação do grupo, mas também indicou caminhos para uma reavaliação do papel do design no combate às desigualdades de gênero e no reconhecimento de identidades historicamente marginalizadas.

Não obstante, persistem questões estruturais que dificultam a plena consolidação de uma produção efetivamente coletiva, como a persistência de práticas produtivas individualizadas. As narrativas das artesãs evidenciam tensões simbólicas ainda presentes na divisão sexual do trabalho artesanal, manifestadas na desvalorização de funções tradicionalmente atribuídas às mulheres, como a pintura das peças. Nesse cenário, sugere-se a ampliação da compreensão sobre o fazer artesanal, reconhecendo a complexidade e a complementaridade dos processos que constituem a cadeia produtiva do artesanato cerâmico.

Para concluir, este estudo propõe a expansão da compreensão do design a partir de uma perspectiva feminista interseccional. Isso implica conectar o gênero a outras dimensões de opressão, como raça, classe social, deficiência e identidade de gênero, visando incluir todas as pessoas marginalizadas e afastar-se de uma visão branca, liberal e hegemônica. Dentre os múltiplos aprendizados resultantes das trocas extensionistas, de ensino e de pesquisa realizadas com as artesãs, ressaltamos a denúncia que elas fazem ao mito do “gênio criativo” individual, frequentemente associado à figura masculina. Com isso, reforçamos a importância e a força do trabalho coletivo, colaborativo e do cuidado, temas centrais do feminismo contemporâneo.

## 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. Tese (Doutorado em Design) — Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 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.

FARIAS, Maisa dos Santos *et al.* Design, tradição e autonomia feminina: as transformações sociais do grupo flor do barro, Caruaru - Pernambuco. In: X Simpósio de Design Sustentável + Sustainable Design Symposium. **Anais** [...]. São Luís, UFMA, 2025. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/xsds2025/1145490-design-tradicao-e-autonomia-feminina--as-transformacoes-sociais-do-grupo-flor-do-barro-caruaru---pernambuco/>. Acesso em: 18 abr. 2026.

FUNARTE. Heroínas da Arte: Protagonismo e Resistência. Edital FUNARTE RETOMADA - ARTES VISUAIS 2023. Ministério da Cultura, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/funarte/pt-br/editais-1/2023/edital-funarte-retomada-2023-artes-visuais/funarte-retomada-artes-visuais.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2026.

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, 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**, 2024. Disponível em: <https://cidade997.com.br/associacao-de-artesas-do-alto-do-mora-oferece-curso-gratuito/>. Acesso em: 8 mai. 2025.

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, 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.