

Livro Artesanal: Possibilidades de Produção de um Livro-Reportagem Sobre e com Artesãos¹

Mariely Gomes DALMÔNICA²

Ivanise Hilbig de ANDRADE³

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

RESUMO

O presente artigo reflete e apresenta algumas possibilidades de produção de livros-reportagem em formato artesanal, a partir do relato de pesquisa e de planejamento realizados para a construção do livro “Feito à mão: histórias de artesãos de Uberlândia”. O aporte teórico da pesquisa está em autores como Lima (2009), Souza e Luíndia (2011), Pessa (2009), Barros e Rosa (2019), autores de livro e livro-reportagem, e a metodologia utilizada para a concepção do livro-reportagem foi o Design Thinking (BROWN, 2010), ferramenta que auxilia em decisões com base na produção colaborativa, pesquisa e análise de produtos similares. Discute-se, assim, soluções criativas e inovadoras para a criação de uma obra que reúna, além do conteúdo sobre os artesãos, um formato e modo de produção também artesanais.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Produção editorial; Livro-reportagem; Livro artesanal; Artesanato.

1. Introdução

Muitas vezes compreendido como algo desvalorizado ou ultrapassado, o trabalho artesanal é uma atividade que transforma materiais, descartados ou pouco nobres, em um produto feito à mão com grande valor afetivo e, também, de mercado. Em muitos casos, a prática passa de geração a geração e carrega uma ideia de herança e identidade. É fato que trabalhos manuais, artesanais, compõem a cultura em vários

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação, do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação (PPGCE) da Faculdade de Educação (Faced) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). E-mail: marielydalmonica@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), e Docente Colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia (PPGCE/UFU). E-mail: ivaniseha@gmail.com

cantos do mundo, e deixam marcas na história e na memória, tanto em quem trabalha com isso, quanto em quem admira e consome o artesanato.

Borges (2011) acredita que existem muitos indícios de que o trabalho artesanal na sociedade contemporânea está em expansão, diferente do que era pensando há alguns anos, quando se imaginava que a globalização poderia acabar com as expressões culturais locais. “Nessa ressignificação, o que passa a contar é a capacidade dos objetos de aportar ao usuário valores que vêm sendo mais reconhecidos recentemente, como calor humano, singularidade e pertencimento” (BORGES, 2011, p. 203). Para a autora, os objetos artesanais são um contraponto ao mundo virtual, pois oferecem uma experiência real: “transmitem cultura, memória. Trazem um sentido de pertencimento. Por tudo isso, podem tocar - e o uso do verbo tocar não é fortuito - o nosso coração, a nossa alma (BORGES, 2011, p. 204 e 205). O trabalho artesanal caminha, assim, na direção contrária à massificação e à uniformização de produtos globalizados, promovendo “um resgate cultural e um fortalecimento da identidade regional” (MASCÊNE; TEDESCHI, 2010, p.8).

De acordo com pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), realizada em 2014, o artesanato está presente como atividade econômica em 78,6% dos municípios do Brasil, e cerca de 8,5 milhões de brasileiros garantem o sustento do lar com este tipo de trabalho. Com relação ao perfil dos profissionais que trabalham com artesanato, estudo realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013), 70% das pessoas que trabalham com artesanato no país são mulheres, 45% tem um site para publicar ou vender os produtos, 57% possui ensino superior completo e 81% têm mais de 40 anos.

Tais dados nos levam ao questionamento sobre os quase 20% de artesãos e artesãs com menos de 40 anos de idade que, em pleno século 21, optaram por trabalhar com artesanato, ao invés de seguirem outras carreiras. O que os motiva? Esse questionamento norteia a produção de um livro-reportagem sobre e com jovens artesãos que atuam na cidade de Uberlândia, Minas Gerais⁴.

Apesar dessa presença dos artesãos no mercado de trabalho, durante a pesquisa para produção do livro-reportagem, observou-se que não existem tantos livros que

⁴ Em Uberlândia, segundo levantamento realizado em setembro de 2018 pelo Sebrae de Minas Gerais, existiam à época, 158 microempreendedores individuais cadastrados no Portal do Empreendedor na categoria de artesãos, sem contar os trabalhadores informais. Estes 158 representam 3,7% da participação do município nas atividades artesanais do estado.

tratam do tema, e principalmente que se encaixem no gênero de reportagem. A maioria das obras sobre o assunto relata o artesanato brasileiro como um todo e não foca nas histórias de vida dos profissionais. Identifica-se, portanto, uma demanda que não é só local, mas também nacional, de obras literárias sobre artesãos e artesanato.

Diante desse cenário, surge a proposta de produzir um livro-reportagem que conte histórias de vida de jovens artesãos e que também seja artesanal e colaborativo, em termos de formato e modo de produção. Parte-se da ideia de que o artesanato, enquanto produto cultural e social, é uma mistura de hábitos, costumes e saberes passados de geração a geração, mas que também aceita modificações e se adapta ao meio e aos sujeitos (HOBSBAWM; RANGER, 1984, *apud*. MACHADO; COLVERO, 2017, p. 131).

Hoje, com a aceleração dos processos de midiatização digital e padronização dos produtos industrializados, cada vez mais os artistas e artesãos precisam adaptar seus modos de produção, divulgação e venda de suas obras, sem deixar que a atividade seja “um condutor de resgates dos valores culturais e locais” (KELLER, 2010, *apud*. MACHADO; COLVERO, 2017, p. 134). O mesmo acontece com o jornalismo e com a literatura, dois campos que buscam inovar em suas práticas em termos de linguagem e formato.

Nesse sentido, a produção de livros artesanais, que aliam o trabalho artesanal com a literatura, tem se mostrado um caminho promissor para o mercado editorial. Segundo Contreiras (2017), um livro artesanal é identificado por caminhar entre a experimentação e improvisação; além de explorar a narrativa, também descobre as potencialidades poéticas, estéticas e formais de sua estrutura. Segundo a autora, no fazer artesanal residem tanto questões formais e estéticas como criativas e profissionais (CONTREIRAS, 2017, p.845).

Assim como o artesanato em geral, a prática editorial aliada à prática artesanal segue por uma lógica contrária à das editoras tradicionais, que muitas vezes dificultam os processos editoriais e trabalham com produção padronizada e em massa. De acordo com Rosa (2014 *apud* SANTANA, 2017), algumas editoras optam por processos produtivos artesanais não apenas por ser uma alternativa financeiramente viável, mas também pela preferência de variados autores e editores no resultado do livro produzido nesses moldes.

Diante do exposto nesta problematização, o presente artigo busca discutir as possibilidades de produção de livros artesanais a partir de uma pesquisa realizada para o planejamento e elaboração de um livro-reportagem artesanal sobre e com artesãos, intitulado: “Feito à mão: histórias de artesãos de Uberlândia”⁵. Dentro da perspectiva da produção artesanal e colaborativa, a metodologia utilizada para este planejamento foi o *Design Thinking*, método que discute e reúne as ideias de profissionais de diferentes áreas no desenvolvimento de um produto ou processo. Desde a concepção do livro-reportagem até a montagem da edição final, o processo se propõe a envolver artistas, redatoras, editoras, designer e artesãos, todos trabalhando de forma colaborativa para entregar um livro com linguagem literária, acessível, agradável, humanizada e em formato diferenciado, com encadernação manual e capa bordada em tecido.

2. Livro-reportagem no atual contexto de cibercultura

O livro-reportagem foi o formato escolhido para contar as histórias de alguns jovens artesãos e artesãs residentes em Uberlândia (MG). Diferente da maioria das reportagens publicadas em jornais impressos, um livro-reportagem é mais completo e detalhado. O material pode ser narrativo, descritivo, expositivo ou interpretativo, segundo Edvaldo Pereira Lima (2009).

O livro-reportagem cumpre um relevante papel, preenchendo vazios deixados pelo jornal, pela revista, pelas emissoras de rádio, pelos noticiários da televisão, até mesmo pela internet quando utilizada jornalisticamente nos mesmos moldes das normas vigentes da prática impressa convencional. Mais do que isso, avança para o aprofundamento do conhecimento do nosso tempo, eliminando, parcialmente que seja, os aspectos efêmeros da mensagem da atualidade praticada pelos canais da informação jornalística (LIMA, 2009, p. 4).

Um livro-reportagem geralmente reúne várias reportagens ou pode ter surgido de uma única grande reportagem. De acordo com Lima (2009), a reportagem é a ampliação de uma simples notícia, e a grande-reportagem permite um mergulho ainda maior nos fatos, “oferecendo, a seu autor ou a seus autores, uma dose ponderável de liberdade para escapar aos grilhões normalmente impostos pela fórmula convencional do tratamento da notícia, com o lead e as pirâmides já mencionadas” (LIMA, 2009, p. 18). Conforme

⁵ O livro-reportagem é um projeto em desenvolvimento no Mestrado Profissional em Tecnologias, Comunicação e Educação (PPGCE/UFU), com previsão de lançamento para 2021.

Souza e Luíndia (2011, p. 10), a grande-reportagem propõe uma abordagem “multiangular” para uma compreensão da realidade, oferecendo “contornos sistêmicos” para o estabelecimento das relações entre as causas e as consequências em torno de um problema.

Assim, diferente do jornalismo diário, o objetivo de um livro-reportagem ou mesmo de uma grande reportagem, é oferecer uma leitura extremamente aprofundada do tema abordado. Segundo Pessa (2009), um livro-reportagem é atemporal e dedica-se a histórias reais.

O livro-reportagem avança no tempo histórico, “ressuscitando” o pretérito, que ganha sobrevida e é reatualizado em seus significados. Tais procedimentos aproximam o jornalismo praticado no livro-reportagem da história, o que não acontece de forma acidental, pois o exercício do jornalismo literário estampado no suporte livro está sempre aberto ao diálogo e apropriação de recursos das ciências humanas e sociais (PESSA, 2009, p. 3).

Passado e presente se conectam em um livro-reportagem, permitindo que histórias sejam eternizadas para o futuro. Por isso, segundo Lima (2009), esse tipo de livro pode ser sempre considerado contemporâneo. “A ponte que permite essa conexão entre os fatos desenrolados no passar do tempo, para o leitor, é a periodicidade, testemunho da história em fermentação, registro que tenta fazer o homem moderno não se esquecer do movimento incessante da existência” (LIMA, 2009, p. 46). O autor afirma ainda que o livro-reportagem impede que a memória do leitor entre no “limbo do esquecimento”.

Segundo Lima (2009), em trechos específicos, os livros-reportagem podem ser entendidos como histórias de vida, realçando o aspecto de humanização, que está quase sempre presente em todas as reportagens em profundidade (LIMA, 2009, p. 115). Ainda de acordo com o autor, o recurso de contar histórias de vida pode aparecer de três formas em um livro-reportagem: como uma entrevista clássica, onde há reprodução do diálogo entre o entrevistador e o entrevistado; como um depoimento direto; ou das duas formas, combinando essas duas modalidades com uma narrativa em primeira ou terceira pessoa. (LIMA, 2009, p. 114). Durante a construção dos capítulos do livro-reportagem “Feito à mão”, as duas formas estão sendo utilizadas.

Para Lima (2009), é possível construir um livro-reportagem de duas maneiras: pode ser produzido a partir de matérias já publicadas em jornais ou ser elaborado desde

o princípio em forma de um livro-reportagem (LIMA, 2009, p. 41). O trabalho proposto e aqui descrito se enquadra na segunda opção, pois o objetivo é produzir um material específico para o projeto que resgate o passado, relate o presente e sirva como um registro para o futuro. O produto dará mais visibilidade aos trabalhos artesanais e à vida dos artesãos, tanto os entrevistados, quanto aqueles que irão se identificar com as histórias.

Um livro pode ser refletido pelo “(...) valor simbólico que ele carrega enquanto rede de significados que são despejados em quem o possui. Por isso ele é um objeto especial” (LEMOS, 2018 *apud* BARROS; ROSA, 2019, p. 124). Segundo Barros e Rosa (2019), mesmo com o surgimento do *e-book* e com diversas especulações de que o livro impresso iria desaparecer, o clássico formato ainda se manteve firme no mercado. “Não é de fato a migração que está em “jogo”, mas explorar um determinado conteúdo e a sua melhor adequação a formas de acesso” (BARROS; ROSA, 2019, p. 134). Para as autoras, o livro em formato físico não desapareceu, apenas se adequou às demandas que surgiram.

O livro em formato digital surgiu junto com a era da cibercultura, que se instalou com a chegada dos anos 2000, permitindo que todos possam produzir conteúdo a ser lido por alguém. “Novas relações são estabelecidas no processo de produção e de leitura, e o livro, mais uma vez, faz parte e acompanha as mudanças” (BARROS; ROSA, 2019, p. 129). De acordo com as autoras, os leitores e consumidores estão mais envolvidos com as publicações de livros atualmente. Antes, o leitor era apenas um receptor que consumia o que encontrava pronto no mercado, mas hoje existem leitores imersivos e participativos, que interagem com o produto e que podem produzir e publicar conteúdo a partir de um livro que leu, por exemplo (BARROS; ROSA, 2019, p. 133). A autopublicação é outro fenômeno característico da cibercultura e que vem se tornando cada vez mais forte nos últimos anos, segundo as autoras.

Segundo Barros e Rosa (2019), a preferência por livros impressos ainda é maior em relação aos *e-books*. De acordo com uma pesquisa realizada pela Nielsen⁶ aponta que nos Estados Unidos houve um crescimento de 1,3% em comparação a 2017 para compra individual de livro impresso. Esse crescimento vem ocorrendo desde 2013. No Brasil, a pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, realizada pela Fundação

⁶ Empresa mundial especializada em pesquisa de mercado. Disponível em: <<https://www.publishnews.com.br/materias/2020/02/03/por-tras-do-mercado-digital-no-brasil>>. Acesso em: 11 out. 2020.

Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), em 2017, mostrou que um terço das editoras brasileiras não investiam em livros digitais e que “o faturamento apurado com a venda de *e-books* não passava de R\$ 45 milhões, o que representava na época 1,09% do tamanho total do mercado” (POR TRÁS, 2020).

Com base nestes dados, é notável que a demanda por livros impressos ainda é alta no mercado. Para Barros e Rosa (2019), o livro deve acompanhar as mudanças sem medo e se beneficiar com o uso da tecnologia para continuar avançando (BARROS; ROSA, 2019, p. 141).

3. Artesanato e livro artesanal

Borges (2011) identificou que o termo “artesanato” não estava presente nos dicionários brasileiros como uma atividade que requer qualificação profissional e treinamento específico. Em sua obra, a autora cita que encontrou apenas o conceito de artesão no *Le Grand Robert de la Langue Française*, popular dicionário francês. No dicionário, a palavra refere-se a alguém que “exerce uma técnica tradicional, uma ocupação manual que exige qualificação profissional, e que trabalha por conta própria, frequentemente com a ajuda da família, de companheiros, de aprendizes, etc” (BORGES, 2011, p. 22).

Alguns anos após a publicação de Borges (2011), em 2020, o termo “artesanato” já está presente em alguns dicionários, sendo definido como uma técnica de trabalho manual realizado por um artesão, um método de trabalho que alia utilitarismo à arte, um conjunto de peças de determinada produção artesanal, e até mesmo um conjunto de artesãos de um lugar, região ou época. Ainda assim, a afirmação da autora de que a pouca popularidade do termo está relacionada ao preconceito continua atual, embora com alguns indicativos de ressignificação. “Há um forte preconceito que atribui uma conotação de inferioridade às coisas feitas à mão e uma conotação de superioridade às coisas projetadas pelo intelecto” (BORGES, 2011, p. 221). No entanto, para a autora, o artesanato é um importante meio de representação da identidade de um povo. “Através dele, não só os materiais e as técnicas, mas também os valores coletivos são fortemente representados” (BORGES, 2011, p. 221).

De acordo com Pereira (1979), o artesanato pode ser considerado “um complexo de atividades de natureza manual, através das quais o homem manifesta a criatividade

espontânea” (p.21), onde o artesão deve ter “compromisso com o seu tempo, de exteriorizar sua visão específica do mundo que o cerca” (MASCÊNE; TEDESCHI, 2010, p.17).

Outro termo não tão fácil de ser encontrado é o de produtos artesanais. Em sua obra, Borges (2011) cita uma definição da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) sobre o assunto. Artesanatos:

são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente à mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o 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, 1997, *apud* BORGES, 2011, p. 21).

Como define Barroso Neto (2002), produtos artesanais podem se atualizar e se modernizar, “porém, sem descaracterizar ou se afastar de seus valores tradicionais e de sua história, pois alguns desses processos de produção são ancestrais e devem ser preservados, mesmo que apenas como testemunho vivo da cultura” (BARROSO NETO, 2002, p.10).

Este é justamente um dos objetivos da produção de um livro-reportagem sobre e com artesãos: mostrar como esses profissionais/artistas modernizaram os modos de produção, a estética, a linguagem dos trabalhos manuais sem deixar de preservar a história, a identidade, a memória e a técnica, que muitas vezes é passada de geração em geração. Nesse sentido, trabalhamos na elaboração de um livro-reportagem que, além de contar as histórias de vidas de jovens artesãos, também é, ele próprio, um produto artesanal, entendendo que a prática artesanal se uniu às produções e publicações de livros com o objetivo de apresentar diferentes possibilidades estéticas e experimentais, tanto de materiais quanto de processos (ROSA, 2014 *apud* SANTANA, 2017, p.16).

O livro artesanal surge com o propósito de trabalhar com um processo de construção e montagem manual, e vai além de apenas produzir um livro físico. (CRENI, 2013 *apud* SANTANA, 2017, p.20). Porém, para Goulart (2016, *apud* SANTANA, 2017), a parte física de um livro é o primeiro contato do leitor com a obra e o desencadeador da leitura, daí sua importância.

O sujeito-leitor utiliza-se das sensações que a obra impressa pode lhe oferecer. O objeto-livro, em sua materialidade, insinua ao leitor determinadas posturas, escolhas e usos distintos, e isso se processa porque “antes de ser um texto escrito, um livro é um objeto; tem forma, cor, textura, volume, cheiro. Pode-se até ouvi-lo se folhearmos suas páginas” (GOULART, 2016 *apud* SANTANA, 2017, p.15).

Ainda de acordo com Santana (2017), o processo de construção de um livro artesanal é mais demorado, porque boa parte da obra, ou mesmo ele todo, é feito à mão, com modos alternativos que demandam um tempo diferenciado do livro convencional. (SANTANA, 2017, p.42). Diferente das tradicionais editoras, o processo de publicação artesanal envolve diversos profissionais, como editores, livreiros, autores, artesãos, artistas e revisores. “A realidade é que este modo de produzir livros requer um esmero, um cuidado muito singular que se reflete nestas obras, e que proporciona para este meio uma intensidade que ultrapassa a literatura e quase não cabe no suporte de leitura” (SANTANA, 2017, p.21). O livro artesanal pode ser compreendido, assim, como uma obra de arte, que alia literatura e artesanato.

4. O uso do *Design Thinking* no planejamento do produto

Para planejar a elaboração colaborativa do livro-reportagem artesanal sobre e com jovens artesãos foi utilizada, inicialmente, a metodologia “Design Thinking”, comumente aplicada para encontrar soluções criativas para produtos e processos. O termo *Design Thinking* foi criado em 1969 por Herbert Alexander Simon, mas só na década de 1990 os sócios da empresa Design IDEO, David M. Kelley e Tim Brown, trouxeram o método para a resolução de problemas práticos, incorporando o uso da ferramenta dentro e fora do design.

Segundo Brown (2010), o método representa a ação de colocar as ideias nas mãos de mais pessoas, para só depois aplicá-las. “O design thinking se baseia na capacidade de ser intuitivo, reconhecer padrões, desenvolver ideias que tenham um significado emocional além do funcional, nos expressar em mídia além de palavras ou símbolos” (BROWN, 2010, p.4). Três etapas metodológicas compõem o *Design Thinking*: inspiração, idealização e implementação. Junto a elas, seis estratégias também

integram o percurso metodológico: observação, empatia, *brainstorming*, pensamento divergente e convergente, prototipagem e *storytelling*.

De maneira breve, explicitamos cada uma das etapas e estratégias e em seguida descrevemos como foram aplicadas no processo de planejamento e idealização do livro-reportagem artesanal. A primeira etapa da metodologia é a inspiração, que pode vir acompanhada de algumas das estratégias para o desenvolvimento da inovação propostas por Brown, no caso da construção de um livro-reportagem: observação, empatia e pensamento divergente e convergente.

Para Brown (2010), a observação é um aspecto importante porque inclui não só um olhar para o público-alvo do produto ou serviço oferecido pela empresa, mas também aos usuários ávidos e aqueles que estão longe de ser o público. Já a empatia cria conexão entre os possíveis usuários do produto ou serviço, possibilitando identificar os comportamentos e necessidades que as pessoas não sabem que possuem. A estratégia do pensamento divergente e convergente pode estar ligada tanto ao processo de idealização quanto ao processo de inspiração, porque primeiro é preciso observar a situação e os usuários para então identificar e delimitar o problema a ser solucionado.

Na segunda etapa, chamada de idealização, o método pode vir acompanhado de outra estratégia de desenvolvimento: o *brainstorming*. A dinâmica deve ser feita em equipe de modo a selecionar as ideias mais fortes e mais promissoras. Nesta etapa, podem ser utilizados os *storyboards* – painéis que ilustram, quase como histórias em quadrinhos, a sequência de eventos que um usuário pode vivenciar. “Quando todos se reúnem para uma revisão de projeto, é necessário haver um processo para selecionar as ideias mais fortes e mais promissoras” (BROWN, 2010, p.77).

Nesta etapa, o uso de Post-its é indicado como forma de representar os vários e amplos insights e depois a organizá-los em “padrões reconhecíveis” (BROWN, 2010, p.76). Ainda de acordo com Brown (2010), os Post-its incorporam a transição da fase divergente, que constitui a fonte da nossa inspiração, à fase convergente, que representa o mapa para nossas soluções. O escritor pode utilizar este quadro de ideias e os Post-its juntamente com sua equipe para discutir sobre o estilo de escrita, sobre a escolha dos personagens e histórias que vai contar ao longo das páginas, sobre a identidade visual do projeto, sobre como será feita a diagramação do livro, sobre o lançamento, sobre um possível financiamento e outras diversas possibilidades que surgem durante o *brainstorming*.

A última etapa da metodologia, chamada de implementação, pode vir acompanhada de duas estratégias para o desenvolvimento da inovação: a prototipagem e o *storytelling*. A prototipagem, segundo Brown (2010), gera resultados com mais rapidez, pode acelerar um projeto e permite a exploração de muitas ideias paralelamente. “Os protótipos iniciais devem ser rápidos, rudimentares e baratos, para que o investidor não se apegue tanto à ideia inicial” (BROWN, 2010, p.86). Já a estratégia de *storytelling* também está ligada a esta etapa, pois é neste momento em que o escritor constrói uma narrativa para chamar atenção, de forma positiva, do usuário. Neste caso, o escritor já está construindo uma história, e deve apenas escolher quais partes irão impactar de forma positiva seu futuro leitor. Segundo Brown (2010), uma narrativa bem construída tem um efeito positivo sobre o usuário ou cliente.

Durante a reunião de planejamento do livro, foram utilizados um quadro e Post-its de diferentes cores para expor as ideias que foram surgindo durante o *brainstorming*. Ao longo do debate, todos puderam tirar as ideias literalmente do papel e colocá-las no quadro para que, ao fim, os resultados fossem obtidos. Inicialmente, foi feito um levantamento para debater qual linguagem seria utilizada na construção do livro e quais seriam os similares analisados para servir de inspiração. Foi decidido que a linguagem seria a literária e que o diferencial que o livro irá trazer para o mercado é o visual inovador e artesanal, com capas feitas à mão, criadas pelos artesãos perfilados.

Durante o *brainstorming* foi decidido que cada um dos cinco capítulos, já pré-estabelecidos, contariam as histórias dos personagens com foco em uma curiosidade. Como por exemplo, um dos capítulos irá relatar a história de uma artesã que deixou seu trabalho, considerado tradicional, para viver da arte. Após a discussão, foi identificado que o público-alvo consumidor do produto poderia ser dividido entre artesãos, leitores de livros-reportagens e quem se interesse em adquirir um livro artesanal justamente por seu valor enquanto objeto de arte.

Antes do exercício criativo guiado pelo método *Design Thinking*, algumas ideias, como a divisão de capítulos e a produção artesanal da capa do livro já haviam surgido; porém, durante o debate, elas se tornaram concretas. A definição do público-alvo do produto, algo que não havia sido pensado antes do *brainstorming*, mostrou-se uma decisão extremamente útil para as próximas etapas do processo: de implementação e prototipagem do produto.

5. Projeto editorial e projeção de capítulos

Para auxiliar na visualização do andamento do trabalho, foram listados também os procedimentos para a pré-produção, a produção e a pós-produção do livro-reportagem sobre e com jovens artesãos de Uberlândia (MG).

A primeira etapa, nomeada de pré-produção, contempla as seguintes ações: pesquisa bibliográfica sobre jornalismo literário, livro-reportagem, livro artesanal, perfil, jornalismo cultural, artesanato e Instagram; levantamento e análise de projetos e produtos similares à proposta; contato com as fontes e agendamento das entrevistas.

A segunda etapa, de produção do livro, reúne as seguintes atividades: realização das entrevistas; produção das fotos que irão ilustrar o livro; criação da identidade visual do livro; transcrição das entrevistas e seleção das partes que serão usadas no livro; redação e edição dos capítulos que irão integrar o livro; escolha e edição das fotografias que farão parte do livro; revisão; diagramação; produção da capa artesanal do livro e criação da conta no *Instagram*, onde o projeto será divulgado.

A terceira e última etapa, chamada de pós-produção, contempla as seguintes ações: impressão do livro-reportagem em formato artesanal, além de autopublicação do livro em formato digital (*e-book*).

Seguindo o propósito de entregar um objeto único e artesanal, o livro-reportagem impresso possuirá capa em tecido de algodão cru bordada à mão e será encadernado manualmente. Diferente da maioria dos livros encontrados no mercado, o produto final terá um formato quadrado (15cm x 15cm), fácil de ser manuseado. O objetivo é que as histórias presentes no interior do livro sejam vivenciadas antes mesmo de serem lidas.

Inicialmente, serão produzidas apenas algumas unidades para divulgação e para presentear os artesãos perfilados. Os demais interessados poderão adquirir o produto físico a partir de encomenda⁷. A divulgação da obra será feita por meio do *Instagram*, mídia social onde o público poderá demonstrar interesse em ler o produto e deixar *feedbacks* sobre o projeto.

⁷ Enquete realizada no Instagram de uma das autoras revelou interesse das pessoas em pagar em média R\$75,00 pela edição artesanal.

O projeto gráfico traz como fonte principal escolhida para o título de livro e para outros elementos da diagramação a *Shorelines Script Bold*, e a fonte secundária será a *Paper Daisy*. Além disso, uma terceira fonte, mais comum e similar à *Times New Roman*, será selecionada para ser usada no corpo dos capítulos.



Projeto da capa do livro.

O livro-reportagem intitulado “Feito à mão: histórias de artesãos de Uberlândia” está dividido em cinco capítulos, além da apresentação:

1. O primeiro capítulo do livro-reportagem contará a história de uma artesã que trabalha pintando mandalas em telas, função que aprendeu praticamente sozinha há cerca de seis anos. Ela também é tatuadora, mas obtém quase toda a sua renda mensal do artesanato.
2. O segundo capítulo contará a história de uma bordadeira que trabalhava como designer, mas decidiu deixar o emprego para se dedicar exclusivamente ao bordado. Ela aprendeu a bordar através de vídeos da internet e também oferece cursos para quem deseja aprender técnicas sobre o bordado moderno.
3. A personagem do terceiro capítulo trabalha vendendo produtos como pulseiras, bolsas, carteiras e colares, tudo feito à mão, expondo seus artesanatos em diferentes lugares pela cidade, como praças, feiras e a universidade. Conhecida por muitos como “hippie”, a artesã já viajou por todo país desde que começou a trabalhar nessa área, mas decidiu residir em Uberlândia quando construiu sua família na cidade.
4. O quarto capítulo será dedicado a duas irmãs gêmeas idênticas, que trabalham com papelaria manual. Mesmo com personalidades totalmente diferentes, as duas sempre compartilharam o gosto pelo trabalho artesanal, e conseguiram fazer o sonho se tornar realidade quando ficaram adultas.

5. Um estudante de Marketing será o perfilado do quinto e último capítulo do livro. Ele representa 30% dos homens que trabalham com artesanato no país e aprendeu a fazer crochê aos sete anos de idade. Com o tempo, o *hobbie* se transformou em negócio, e hoje representa 50% da sua renda mensal.

Considerações finais

Este artigo buscou apresentar o processo de pesquisa e produção de um livro-reportagem sobre e com artesãos de Uberlândia (MG), em formato artesanal, indicando formas de inovar não apenas na linguagem, mas também no *design* e modos de produção. O livro configura-se como uma obra colaborativa, construída com o apoio de artesãos locais, alguns deles sendo também sujeitos das narrativas.

O livro artesanal sobre artesãos e artesanato traz contribuições tanto para a sociedade quanto para o jornalismo. O objetivo é que o livro-reportagem funcione como um mergulho na vida de cada um dos jovens artesãos residentes em Uberlândia (MG) e narre, com detalhes, suas trajetórias e até mesmo os produtos artesanais produzidos por eles.

A ideia é mostrar, por meio de um livro impresso e encadernado manualmente, como o produto artesanal está ligado ao artesão que o faz, e como todo o processo de produção é importante para o resultado final. Esses trabalhos carregam memória, afeto e história, e são peças únicas, cada uma com a sua singularidade, assim como o profissional que os produz.

Um dos propósitos é que o produto atinja diferentes públicos. Um deles são os artesãos, que se sentirão representados pelos personagens, independentemente da idade e do trabalho que exercem. Outro público pode ser representado pelos interessados no assunto, alguns deles, provavelmente, ainda acreditam que o artesanato é apenas uma forma de passar o tempo ou uma profissão praticada por pessoas mais velhas.

A cidade de Uberlândia também terá um ganho com a produção da obra, pois o livro-reportagem servirá como um registro cultural e de preservação da história do artesanato local, tema pouco abordado pelos meios de comunicação da cidade.

REFERÊNCIAS

BARROS, Susane; ROSA, Flávia, 2019. **O lugar do livro no contexto da cibercultura**. In: PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa (org.). *O livro na cibercultura*. Santos (SP): Editora Universitária Leopoldianum, 2019, p. 123-144.

BARROSO NETO, Eduardo. **Curso design, identidade cultural e artesanato**. Módulos 1 e 2. Fortaleza: SEBRAE / FIEC, 2002.

BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. São Paulo: Contexto, 2006.

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

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro. Elsevier, 2010.

CONTREIRAS, Julia. **Improvisação gráfica: processos criativos de livros artesanais por Aloísio Magalhães e Flávio Vignoli**. Natal, 2017. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br/s3-sa-east-.amazonaws.com/designproceedings/cidi2017/079.pdf>> Acesso em: 24 mai. 2020

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. 4ª ed. Barueri, SP: Manole, 2009.

MACHADO, Juliana Porto; COLVERO, Ronaldo Bernadino. **Artesão ou guasqueiro: Uma discussão sobre identidade e Memória**. RELACult - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade, v. 3, ed. especial, 2017, p. 129-141. Disponível em: <<http://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/422>> Acesso em: 26 out. 2018.

MASCÊNE, Durcelice Cândida. TEDESCHI, Maurício. **Termo de referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato**. Brasília: SEBRAE, 2010. Disponível em: <<http://intranet.df.sebrae.com.br/download/uam/Pesquisa/Artesanato/Termo%20de%20Referencia%20Artesanato%202010.pdf>> Acesso em: 24 out. 2018.

PEREIRA, Carlos José Costa. **Artesanato: Definições e evolução**. Ação do MTB – PNDA, Brasília: Ministério do Trabalho e Secretaria Geral, 1979.

PESSA, Bruno Ravanelli. **Livro-reportagem: origens, conceitos e aplicações**. Trabalho apresentado ao 14º Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. São Paulo, 2009.

POR TRÁS do mercado digital no Brasil. **Publishnews**. São Paulo, 3 de fevereiro de 2018. Disponível em: <<https://www.publishnews.com.br/materias/2020/02/03/por-tras-do-mercado-digital-no-brasil>>. Acesso em: 11 out. 2020.

SANTANA, Raicilane. **Feira de livro artesanal e de artista: Proposta de produção cultural na cena literária em Jaguarão-RS**. Jaguarão, 2017. Disponível em: <<http://dspace.unipampa.edu.br/bitstream/rii/2391/1/RaicilaneBarbosadeJesusSantana2017.pdf>> Acesso em: 24 mai. 2020

SOUZA, Cristiane; LUÍNDIA, Luiza. **Convergência entre Jornalismo Cultural e Jornalismo Literário: Livro-reportagem como Proposta Experimental**. Manaus, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0283-1.pdf>> Acesso em: 24 mai. 2020.